



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA

**EXPORTACIÓN DE CAFÉ ECUATORIANO AL MERCADO
COLOMBIANO**

TUTOR

MSC. JOSÉ LUIS GONZÁLEZ

AUTORES

ÁLVAREZ CUESTA HENRRY NICOLÁS

GUAYAQUIL

2022



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Exportación de café ecuatoriano al mercado colombiano.

AUTOR/ES:

Álvarez Cuesta Henry Nicolás

REVISORES O TUTORES:

MSC. José Luis González

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica VICENTE
ROCAFUERTE de Guayaquil

GRADO OBTENIDO:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

FACULTAD:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

COMERCIO EXTERIOR

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2022

N. DE PAGS:

118

ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración.

PALABRAS CLAVE:

Café, Importaciones, Exportaciones, Producción y Comercialización.

RESUMEN:

El presente proyecto se basa en identificar las oportunidades que posee el café ecuatoriano para convertirse en uno de los mayores exportadores de este bien hacia Colombia. A pesar de que Colombia, es un país cafetalero ocupando el tercer lugar de los países con mayor producción y exportación de café, ocupa casi la totalidad de su producción para exportarla, generando un amplio desabastecimiento dentro de su mercado local. Por esta razón, es que Colombia busca en países como Ecuador, Brasil, Perú, entre otros, que sean sus proveedores de café de alta calidad, para así lograr cumplir con la cuota estimada y proyectada para ser comercialidad en el mercado nacional. Para lograr este cometido, se tomaron en consideración varios estudios bibliográficos con una temática similar, al igual que conceptualizaciones

<p>referentes a la situación actual de importaciones y exportaciones de café entre los países involucrados en la investigación. En cuanto a los tipos de investigación se utilizaron los métodos tanto deductivo como inductivo y cuasi-experimental; como tipos de investigación se usaron la investigación descriptiva, bibliográfica y de campo; para finalizar como técnica de investigación de utilizó a la entrevista, la misma que fueron realizadas a un exportador de café en Ecuador, a un importador de café en Colombia y a un pequeño caficultor que vende su producto de manera interna. Para finalizar, se realizó un informe final que recopiló los detalles y las conclusiones generales acerca de las razones por las cuales Ecuador tiene o no las posibilidades y la competitividad necesaria para cubrir con el desabastecimiento de café en Colombia.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Álvarez Cuesta Henry Nicolás	Teléfono: 095 890 3839	E-mail: halvarezc@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<p>DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN MSC. ÓSCAR MACHADO ÁLVAREZ Teléfono: 2596500 Ext. 201 E mail: omachadoa@ulvr.edu.ec</p> <p>DIRECTOR DE CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR PHD. VILLAMAR MENDOZA MÓNICA Teléfono: (04) 2596500 Ext. 264 E mail: mvillamarm@ulvr.edu.ec</p>	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

export cafe

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil

Trabajo del estudiante

4%

2

repositorio.ucsg.edu.ec

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.upec.edu.ec

Fuente de Internet

1%



Firma: _____

MSC. José Luis González

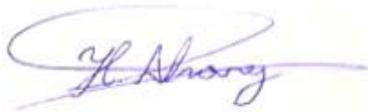
C.C. 0920145661

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El (Los) estudiante(s) egresado(s) **ÁLVAREZ CUESTA HENRRY NICOLÁS**, declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **EXPORTACIÓN DE CAFÉ ECUATORIANO AL MERCADO COLOMBIANO**, corresponde totalmente a el(los) suscrito(s) y me (nos) responsabilizo (amos) con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (emos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica **VICENTE ROCAFUERTE** de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)



Firma: _____

Álvarez Cuesta Henry Nicolás

C.C. 0950542894

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación EXPORTACIÓN DE CAFÉ ECUATORIANO AL MERCADO COLOMBIANO, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: EXPORTACIÓN DE CAFÉ ECUATORIANO AL MERCADO COLOMBIANO, presentado por los estudiantes ÁLVAREZ CUESTA HENRRY NICOLÁS como requisito previo, para optar al Título de INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.



Firma: _____

MSC. José Luis González

C.C. 0920145661

AGRADECIMIENTO

Agradezco a su Dios por darme siempre las fuerzas para seguir adelante, por ser mi luz, y guiarme por las sendas de justicia por amor de él; acompañarme en todo tiempo y enseñarme en este camino universitario que clamando en oración es la herramienta más poderosa para alcanzar la victoria; su sabiduría del cielo me acompaña en todo tiempo. A mis padres por acompañarme y apoyarme todo tiempo, a no dejarme desmayar y enseñarme a creer que me puedo superar en lo que me proponga. A mis profesores, quienes con me han enseñado amar mucho esta profesión; especialmente a mi tutor el Msc. José Luis González, por ser mi guía en este proceso. Finalmente, mi más sincero agradecimiento al Ing. Adolfo Ramírez, por proporcionarme toda la información necesaria para poder culminar mi trabajo de análisis sobre el café; enseñando lo valioso y esforzado que es para el agricultor ecuatoriano llevar un producto terminado.

Álvarez Cuesta Henry Nicolás

DEDICATORIA

A Dios por su infinita misericordia, por darme fuerza y sabiduría del cielo; sostenerme en la aflicción y recompensarme con la victoria. A Mónica, por ser una madre ejemplar, que con sus enseñanzas desde pequeño puso en mí la visión de que siempre luche por mis sueños; por sus consejos, valores y su compañía incondicional; sobre todo por su amor y humildad. A Henry, por ser ejemplo de perseverancia, que me enseñó a insistir hasta conseguir los objetivos, a pesar de la adversidad a no rendirme; por cuidarme y ser siempre un padre que nunca abandona. A mis hermanos Allisson y Erick; que me enseñaron el valor de ser el mayor y primogénito en una familia; para aprender a ser responsable y tomar las decisiones en pro de ser ejemplo para ellos. A Arturo, que ha sido un ejemplo y una bendición en mi vida, que siempre creyó y cree en el potencial que existe en mí; por abrirme las puertas a un mundo que siempre soné y darme la oportunidad para ser un profesional. A Melissa, por su amor sincero, por su ternura, su cariño y sobre todo tener un corazón lleno de bondad que me enseñó que es más gratificante dar que recibir. Para ustedes este logro.

Álvarez Cuesta Henry Nicolás

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del Problema.....	3
1.3. Formulación del Problema	5
1.4. Sistematización del Problema	5
1.5. Objetivos de Investigación	5
1.5.1. Objetivo General.....	5
1.5.2. Objetivos Específicos	5
1.6. Justificación.....	5
1.7. Delimitación del Problema.....	7
1.8. Idea a Defender	7
1.9. Línea de Investigación Institucional/Facultad.....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Reseña Histórica del café en Ecuador	9
2.2. Estado del Arte	10
2.3. Bases Teóricas.....	13
2.3.1. Café.....	13
2.3.2. Producción cafetalera en el Ecuador	16
2.3.3. Producción cafetalera en Colombia	25
2.3.4. Análisis FODA	29
2.3.5. Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter	30
2.3.6. Teorías de Comercio Exterior.....	37
2.4. Marco Conceptual	39
2.5. Marco Legal	40
2.5.1. Ley de Comercio Exterior	40
2.5.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)	41
2.5.3. SENAE: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador	42
CAPÍTULO III.....	43
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	43

3.1. Métodos de Investigación	43
3.1.1. Método cuasi-experimental	43
3.1.2. Método Deductivo	43
3.1.3. Método Inductivo	43
3.2. Tipos de Investigación	44
3.2.1. Investigación documental o bibliográfica.....	44
3.2.2. Investigación Descriptiva	44
3.2.3. Investigación de Campo	45
3.3. Enfoques de Investigación	45
3.3.1. Enfoque Cuantitativo.....	45
3.3.2. Enfoque Cualitativo	45
3.4. Técnicas de Investigación	46
3.4.1. Entrevista	46
3.5. Instrumentos de Investigación.....	46
3.5.1. Cuestionario.....	46
3.6. Población.....	47
3.7. Desarrollo de las entrevistas.....	47
3.7.1. Entrevista a un exportador de café en Ecuador	47
3.7.2. Entrevista a importador de café para Colombia	56
3.7.3. Entrevista a un agricultor y vendedor de café ecuatoriano.....	60
CAPÍTULO IV.....	66
INFORME FINAL.....	66
4.1. Resumen Ejecutivo.....	66
4.2. Análisis Documental	67
4.2.1. Exportaciones e importaciones de café entre Ecuador y Colombia	67
4.2.3. Factores políticos de comercio exterior en Colombia	70
4.2.4. Factores geográficos y logística de Colombia	71
4.2.5. Datos de producción y exportación de café colombiano	72
4.3. Análisis Situacional.....	74
4.3.1. Análisis FODA	74
4.3.2. Cinco fuerzas de Porter.....	76
4.4. Análisis de las posibilidades de que Ecuador exporte café a Colombia	78
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES.....	83

BIBLIOGRAFÍA	84
ANEXOS	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Diferencias entre café robusto y café arábica.	16
Tabla 2. Cuadro de competitividad entre Ecuador y Colombia.	27
Tabla 3. Datos del exportador de café ecuatoriano.	47
Tabla 4. Datos del importador de café para Colombia.	56
Tabla 4. Datos de un pequeño productor de café ecuatoriano.	61
Tabla 6. Análisis FODA.	75
Tabla 7. Cinco Fuerzas de Porter.	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Participación del café en el PIB ecuatoriano (1930-2021).....	10
Figura 2. Café.....	13
Figura 3. Café Arábica.....	14
Figura 4. Café Robusta.....	15
Figura 5. Diferencias entre el café arábica y café robusta.....	16
Figura 6. Producción de café en Ecuador (Años 1983, 2002, 2021).....	17
Figura 7. Exportaciones no petroleras 2021.....	18
Figura 8. Participación del café en las exportaciones tradicionales (Año 2021).....	19
Figura 9. Exportaciones de café en millones de dólares.....	20
Figura 10. Exportaciones de café arábigo y café robusta.....	21
Figura 11. Principales destinos de exportación de café ecuatoriano.....	22
Figura 12. Provincias con mayor volumen de ventas de empresas cafeteras.....	23
Figura 13. Modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter, aplicado en Ecuador.....	30
Figura 14. Pasos para exportar en Ecuador.....	42
Figura 15. Entrevista al exportador de café ecuatoriano.....	48
Figura 16. Importador de café para Colombia.....	56
Figura 17. Entrevista a un agricultor de café ecuatoriano.....	61
Figura 18. Exportaciones de café en valores FOB.....	67
Figura 19. Exportaciones de café en toneladas.....	68
Figura 20. Importaciones de café en FOB.....	69
Figura 21. Importaciones de café en toneladas.....	70
Figura 22. Exportaciones de café en valores FOB.....	72
Figura 23. Importaciones de café en valores FOB.....	74

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Realización de la entrevista a un caficultor ecuatoriano.	92
Anexo 2. Entrevista a una productora e importadora de café para Colombia.	93
Anexo 3. Entrevista a un pequeño productor y vendedor de café en Loja.	94
Anexo 4. Visita de campo en la preparación del café para exportar.....	95
Anexo 5. Modelo de entrevista exportador de café en Ecuador.	96
Anexo 6. Entrevista a un importado de café en Colombia.	100
Anexo 7. Entrevista a un pequeño caficultor ecuatoriano.	103

INTRODUCCIÓN

Dentro del Ecuador, la exportación de café es uno de los más importantes para la sostenibilidad de la economía ecuatoriana, siendo el sector cafetalero con su producción de café Arábica y Robusta, un rubro predominante dentro del PIB de este país, debido a que abastece no sólo al mercado nacional sino también a los mercados extranjeros. Por esta razón, la caficultura es una actividad realizada en 23 de las 24 provincias del país, y es considerada como una actividad de alta importancia tanto económica, ambiental y social.

De acuerdo a datos estadísticos mostrados por la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación), la participación que tiene el Ecuador a nivel mundial en cuanto a la producción de café se encuentra a la baja, puesto que desde el año 1,961 hasta la actualidad ha sufrido un decrecimiento de más del 1%. Todo esto a pesar de que el país, posee muchas características ambientales bastante relevantes como su amplia diversidad de suelos, el favorecimiento de sus climas, la temperatura y demás variables ambientales que convierten al café ecuatoriano es uno de los más apetecidos por países extranjeros.

El tema de la reducción de producción de café en el Ecuador, es un tema que poco ha sido analizado por expertos, son embargo, algunas de las posibles causas se deben a la aparición de nuevas plagas que atacan a los cultivos cafetaleros, falta de recursos y herramientas modernas, la escasez de la industrialización que evita que se desarrollen nuevas variedades de café, entre otros (Revista Fórum Café, 2020).

De acuerdo a la Federación de Cafeteros de Colombia, (2021), la situación de Colombia es muy diferente, puesto que el café es uno de sus productos de mayor exportación debido a la calidad con la que se encuentra producido. Por esta razón, el país produce anualmente alrededor de 14 millones de sacos de café con un peso de 60 kg, los mismos que en un 95% son destinados a ser exportados a países como Estados Unidos, Chile, Corea, Alemania, Japón, Canadá, México, entre otros.

La calidad del café colombiano genera que su precio sea alto, por ende, los caficultores colombiano prefieren exportarlo debido a que el mercado local, en muchos de los casos no cuenta con los recursos necesarios para solventar el verdadero costo del café colombiano. Por esta razón, para satisfacer la demanda local de café que es de 2 millones, el país importa

alrededor de 1 millón de sacos de países como Ecuador, Brasil y Perú, de los cuales aproximadamente 800 mil son granos de café de baja calidad, también conocidos como pasilla.

De acuerdo al portal web Portafolio Colombia, el 50% de café que este país importa proviene de Ecuador y Perú, el mismo que es comprado en granos para de esta manera ser comercializado y lograr así satisfacer la alta demanda de café dentro del territorio nacional. Esta alternativa, se tomó en consideración debido a que la demanda de café tanto para las exportaciones como para el consumo interno de Colombia, se encuentran al alza, debido al prestigio que este país ha adquirido a lo largo de los años con respecto a la calidad del café que producen (Guillermo Trujillo E, 2019).

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Exportación de café ecuatoriano al mercado colombiano.

1.2. Planteamiento del Problema

El café colombiano es uno de los más apetecidos por el mercado internacional debido a su sabor, aroma y calidad, que generan una ventaja competitiva con relación a sus competidores más cercanos. Debido a su clima tropical y a la gran cantidad de montañas generan que el medio de cultivo sea lo suficientemente ideal para el desarrollo del café, y a pesar de que Colombia sólo cultiva café arábico, este es suficiente para acaparar gran parte del mercado extranjero.

De acuerdo a Pro Ecuador (2020), Colombia produce aproximadamente 14 millones de sacos de café, de los cuales el 95% es destinado a las exportaciones, por ende, el consumo interno, que es de 2 millones de sacos aproximadamente, queda desabastecido. Por esta razón, dentro de Colombia se crea la necesidad de buscar países de los cuales se pueda importar café en granos de menor calidad, para mezclarlo con el 5% restante de su producción anual.

El 50% del café que se toma en Colombia es importado, puesto que el 5% de la producción que no fue exportada, es decir aproximadamente tan sólo 1 millón de sacos, no cubren la demanda actual interna que se encuentra en alrededor de 2 millones de sacos anuales, proveniente en su gran mayoría de Ecuador y Perú. Por esta razón, la mayoría de marcas reconocidas de café colombiano, no son necesariamente nacionales, sino que son una mezcla del café de exportación colombiano, con otro de menor calidad, esto ocurre especialmente en el café instantáneo (Radio Caracol, 2019).

De acuerdo a la Asociación Nacional de Exportadores de Café de Colombia (2020), a pesar de que Colombia, es uno de los mayores productores y exportadores de café en el mundo, venden casi toda la cantidad de café que producen por ello dejan desabastecida su demanda debido a que, al país le conviene exportar mencionado país para así favorecer su economía.

Una de estas razones va relacionada al precio de ventas, puesto que el precio de venta de café a sus principales compradores internacionales es mucho más alto que el que pueden llegar a pagar dentro del país. Por esta razón, Colombia busca soluciones dentro de los países vecinos para solucionar el desabastecimiento existente a la interna del país, al comprar café de menor calidad a precios bastante bajos.

El departamento de Nariño, es el principal productor de café en Colombia, sin embargo, ha tenido grandes dificultades al momento de sembrar y cosechar café. Las plagas, las enfermedades de los cultivos, los efectos del invierno, y la falta de apoyo gubernamental con relación a la comercialización del producto, con limitados accesos y la apertura a mercados externos o nuevos canales de comercialización, son algunas de las causas por las cuales los cultivos de café se ven afectados considerablemente (Silva & Trejos, 2016, p. 15).

Instituciones como el MAGAP y ANECAFE, enfocan sus esfuerzos en mejorar el reconocimiento del café ecuatoriano a nivel internacional y a su vez de fomentar a que los caficultores mejoren la calidad de este producto. Para lograrlo, financian un proyecto denominado “Taza dorada” que es un concurso que reconoce la calidad del café ecuatoriano, y así logra mejorar su competitividad en el mercado internacional (Sánchez, Vayas, Mayorga, & Freire, 2019).

La importación de café para Colombia es de suma importancia, y es un hecho que va en ascenso, por ello Ecuador y Perú tienen la oportunidad de convertirse en uno de sus proveedores principales, no sólo por la calidad de su producto que va en ascenso, sino también por la cercanía con el vecino país. Por esta razón, les dan a los consumidores colombianos la opción de tomar una taza de café con una mezcla del nacional e importado o, por otra parte, le dan al consumidor el café netamente colombiano al doble de precio que el importado. De esta manera se satisface la necesidad de consumo interno y también favorecen al productor local generando de esta manera mayores ingresos.

Por todo lo mencionado anteriormente, se evidencia que dentro de Colombia existe una problemática y es la necesidad que posee de abastecer su mercado interno, a través de la importación de café de menor calidad, para mezclarlo con su café de exportación y así generar derivados del mismo. Por ende, dentro de este proyecto lo que se busca identificar las

oportunidades que posee y los factores cualitativos presentes dentro del mercado caficultor ecuatoriano, que puedan ser suficientes para convertirse en uno de los principales proveedores de café colombiano.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo identificar las oportunidades que posee el Ecuador para exportar su café hacia el mercado colombiano?

1.4. Sistematización del Problema

- ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones de café entre Ecuador y Colombia?
- ¿Cuáles han sido los factores cualitativos presentes dentro del mercado binacional (Colombia y Ecuador) del café?
- ¿Qué tipo de oportunidades en el mercado colombiano se presentan para suplir la demanda local de café ecuatoriano?

1.5. Objetivos de Investigación

1.5.1. Objetivo General

Analizar las oportunidades de comercialización del café ecuatoriano para promover la exportación del producto al mercado colombiano.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar las características cualitativas y ventajas competitivas del mercado binacional del café Ecuador-Colombia.
- Analizar las exportaciones e importaciones de café entre Ecuador y Colombia.
- Determinar las oportunidades que posee el café ecuatoriano para lograr satisfacer las necesidades de abastecimiento que se presentan en Colombia.

1.6. Justificación

El actual trabajo de investigación se justifica debido a que busca brindar soluciones a la necesidad de abastecimiento de café en el mercado nacional colombiano. Para lograr este cometido, se propone analizar la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, mediante varias variables y factores que generan ventajas competitivas en estas dos diferentes

producciones de café. Todo esto con la finalidad de mostrar las posibilidades que posee Ecuador para convertirse en uno de los más importantes proveedores de café colombiano, ante la evidente demanda existente en ese sector.

De acuerdo al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2021), “Ecuador es un país que produce café arábigo y el café robusta de excelente calidad, los mismos que son producidos en las cuatro regiones del Ecuador”.

El café ecuatoriano no tiene nada que envidiarle a los cultivos de café colombiano, puesto que sus características climáticas, geográficas y medio ambientales, convierten a este producto en uno de los bienes de exportación del país. Por esta razón, se considera que las características de calidad, aroma y sabor que posee el café ecuatoriano, son una excelente alternativa para cubrir con la necesidad existente que posee Colombia.

La ANECAFE Asociación Nacional de Exportadores de Café (2019), ha realizado un análisis en el que se evidencia que la producción de café dentro del Ecuador ha ido disminuyendo, puesto que las hectáreas de terreno que eran dedicadas a este producto ahora se enfocan en la producción de banano o cacao para exportar. En el año 1.983 dentro del país se cultivaban alrededor de 346.971 hectáreas de café, mientras que los últimos datos registrados en el año 2019 evidencian que esta cantidad ha disminuido a tan sólo 60.000 hectáreas, es decir, que el cultivo de este producto disminuyó en los últimos 36 años en un -83%.

Ecuador es una de las mejores alternativas para ser el proveedor principal de Colombia, debido a que a pesar de que ha disminuido su producción, se ha preocupado por mejorar la calidad de su producto. Para lograrlo, el país se encuentra incorporando nuevas medidas y 85 toneladas de semillas provenientes de Brasil, para mejorar la calidad de su café e incrementar la capacidad productiva, aprovechando así en su máxima expresión la incursión de nuevos insumos, abriendo de esta manera una mayor oferta del producto hacia el mercado extranjero.

A pesar de que el café ecuatoriano es muy rico en aroma, sabor y calidad, no es muy reconocido a nivel mundial debido a que posee una capacidad productiva limitada, por ende, se encuentra por debajo de sus principales competidores que son Colombia y Brasil, puesto que Ecuador no es capaz de abastecer la demanda internacional. Sin embargo, al corregir este

inconveniente, a través de este trabajo se busca mostrar las bondades del café ecuatoriano, lo que generaría nuevas fuentes de empleo para los caficultores, ganancias económicas considerables al país, facilidad para establecer acuerdos de comercio exterior con países que pertenecen a la CAN y por ende un mayor reconocimiento internacional.

El alza de la demanda de café arábigo en Colombia entre los años 2018 y 2020 genera oportunidades de empleo y nuevos ingresos para el Ecuador, beneficiando a los agricultores ecuatorianos quienes obtienen mayores ganancias a través de la exportación de este producto. Los granos de café arábigo a manera de materia prima son bastante apetecidos por mercado internacional, y el aumento de la demanda y reconocimiento internacional puede llegar a ser una puerta abierta a que el mercado ecuatoriano incremente su producción de café, al percatarse que es una nueva fuente de ingresos que incrementaría el rubro de exportaciones de bienes en el país.

1.7. Delimitación del Problema

La delimitación del presente proyecto se desarrolla en base a los puntos que se muestran a continuación:

- **Campo:** Socio- Económico.
- **Área:** Comercio Exterior.
- **Lugar:** Ecuador – Colombia.
- **Mercado exportador:** Agricultores ecuatorianos dedicados al cultivo de café.
- **Mercados importadores:** Supermercados y tiendas mayoristas – Importadores de Colombia.
- **Mercado Objetivo:** Consumidor interno de Colombia.
- **Periodo:** 2021 – 2022.

1.8. Idea a Defender

Con los resultados del análisis de las oportunidades de la comercialización que posee el café ecuatoriano, se podrá garantizar una propuesta de exportación del producto al mercado colombiano.

1.9. Línea de Investigación Institucional/Facultad

- **Dominio:** Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria.
- **Línea Institucional:** Desarrollo empresarial y emprendimientos sustentables.
- **Línea de la Facultad:** Marketing, comercio y negocios locales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Reseña Histórica del café en Ecuador

La fecha de la llegada del café al Ecuador se desconoce, pero muchas investigaciones que han realizado estudios de campo acerca del tema, afirman que aproximadamente se introdujo en el año 1.800. Sin embargo, fue a partir del año 1.830, cuando el país empezó a ser una República independiente en la presidencia del Gral. Juan José Flores, siendo entonces la época en la que se evidenciaron las primeras plantaciones de diferentes variaciones de café Arábica, en el cantón de Jipijapa, en la provincia de Manabí (Heredia & Robalino, 2021, p. 14).

Pasó el tiempo, cuando en 1.951 es decir más de una década después en Quevedo, provincia de Los Ríos, desde entonces el sector cafetalero ha sufrido bonanzas y depresiones en cuanto a su producción y el paso al comercio internacional, teniendo de esta manera un sin número de logros y fracasos. Uno de los logros que se evidencian en la producción de café ecuatoriano es que, por los años 50 cuando empezaba su producción masiva en el país, era considerado como el segundo rubro que más se exportaba, por ello, su participación era muy significativa dentro del PIB nacional.

En los años 60 y 70 la producción de café disminuyó considerablemente y no fue sino hasta los años 80 cuando volvió a recuperar su auge, pero en este caso alcanzó a ocupar el décimo lugar a nivel mundial, entre los países que producía café de una calidad inigualable, por esta razón la economía ecuatoriana creció beneficiando así a muchas familias dedicadas a su cultivo.

Debido al éxito alcanzado, en el año 1994, el presidente de ese entonces Sixto Duran Ballén, tuvo la idea de apoyar a los caficultores a través del fomento de las exportaciones de este producto, a través de una ley que tenía como objetivo que el Estado financie el 2% de las exportaciones. Sin embargo, algunas de las grandes empresas cafetaleras del país que se habían formado hasta la época, decidieron importar café del extranjero, siendo Vietnam, el principal vendedor debido a que el comercio exterior tenía 0% arancel en las importaciones, lo que generaba mayores ganancias a

estas empresas, pero repercutía en los ingresos de los pequeños caficultores (Luna & Murillo, 2015).

Por las razones mencionadas anteriormente, empresas como “Elaborados grupo Noboa”, se convirtió en una de las empresas más fructíferas del país debido a la compra de café en el exterior. Sin embargo, esto desde ese entonces hasta la actualidad ha afectado considerablemente a los productores nacionales de café reduciendo de esa manera su producción y por ende las cantidades de café a exportar.

A pesar de la reducción de la producción de café, el gráfico que se muestra a continuación muestra una curva ascendente de la participación del café en el PIB ecuatoriano, estos valores se ven al alza, debido al cambio de moneda del país de sucres a dólares, o también llamado periodo de dolarización.

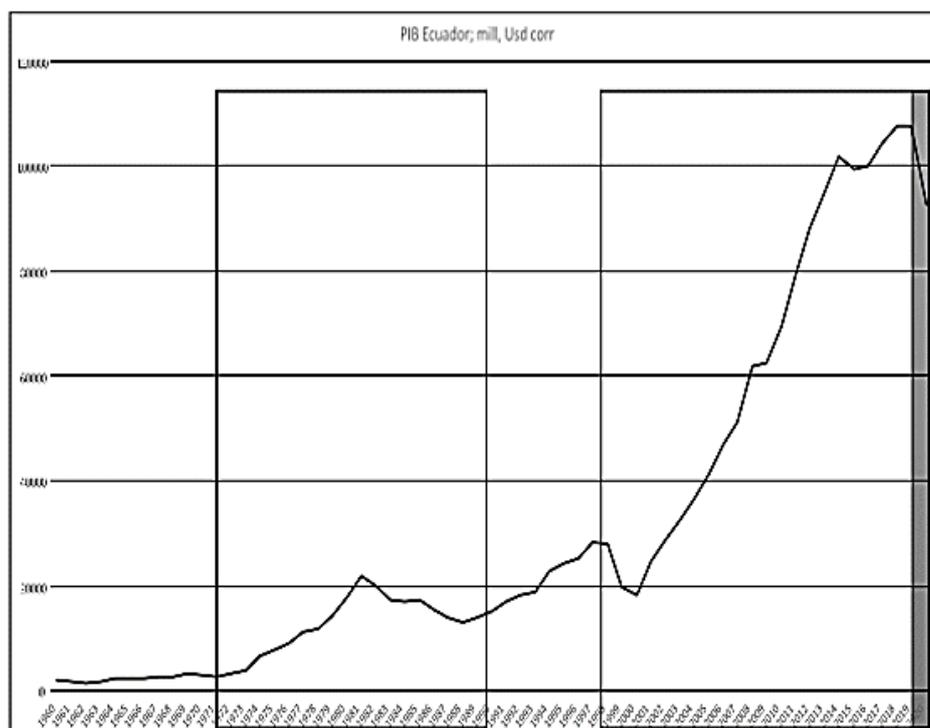


Figura 1. Participación del café en el PIB ecuatoriano (1930-2021).
Fuente: Banco Central del Ecuador (2022).

2.2. Estado del Arte

Los trabajos que se muestra a continuación, son documentos que reposan en los repositorios de las diferentes universidades del país, cuyos temas de investigación guardan algún tipo de similitud con el presente estudio.

Pozo (2014) con el tema: “Análisis de los factores que inciden en la producción de café en el Ecuador 2000-2011”. El objetivo general de la investigación fue: Identificar los factores y variables que inciden en la producción de café en el Ecuador.

El estudio se basó en analizar los principales factores que inciden en los cultivos de café ecuatoriano. Entre los principales factores que fueron analizados se evidenciaron la limitada producción de café; incremento de la importación y decrecimiento de la exportación de café; carencia de leyes, políticas o estatutos que beneficien este cultivo; el desaprovechamiento por parte del Estado de los beneficios geográficos, ambientales y climáticos del país para explotar la producción de café en el país.

El proyecto concluye que el Ecuador no es un país competitivo a nivel internacional en el cultivo de café a pesar de las grandes bondades ambientales que posee su territorio. Por esta razón, es imprescindible que los cambios no sólo empiecen por los caficultores sino también por el apoyo por parte del Estado, al garantizar la incursión al país de herramientas industrializadas, aprovechando de esta manera los beneficios de la globalización.

Ambos proyectos tienen relación debido a que muestran la perspectiva de la producción de café en el Ecuador y van en busca de un mismo objetivo que analizar sus ventajas y desventajas. Además, comparten bases teóricas similares que contribuyeron a estructurar el análisis de la probabilidad de exportar café ecuatoriano al mercado colombiano para así abastecer a su demanda interna.

García y Andrade (2015), con el título: “Impacto del proyecto de reactivación cafetalero en las exportaciones de café en el período 2014-2018”. El objetivo general de la investigación fue: Medir el impacto del proyecto de rehabilitación cafetalero del Ecuador en las exportaciones de café durante el período 2014-2018.

El proyecto se basa en un análisis acerca de los beneficios y la rentabilidad que ha tenido la reactivación de los cultivos de café en Ecuador en el periodo comprendido entre 2011 y 2014. Además de ello, se analizó el incremento que tuvieron las exportaciones durante este periodo, tomando en consideración los agentes externos como son las plagas o enfermedades que aquejan al café durante su maduración.

Entre las principales conclusiones a las que se llegó a través de este proyecto es que Ecuador no pudo colocarle un precio tan alto a los granos de café vendidos como materia prima, debido a que en el mercado internacional se evidencia un alto grado de la oferta existente. Es decir que, a nivel mundial, existe grandes ofertantes de café a precios bajos por lo que el café ecuatoriano pierde competitividad, sin embargo, lo único que lo diferencia del café ecuatoriano, peruano, brasileño y colombiano es la calidad.

La similitud del presente proyecto con el mencionado anteriormente, es que tienen como finalidad mostrar información acerca del crecimiento del café durante un determinado periodo de tiempo, con la finalidad de determinar que tal rentable o factible económicamente sería el incremento de exportaciones de este bien, Además de ello la metodología utilizada también se basó en los tipos de investigación documental, de campo y descriptiva, que permitan la recolección de información necesaria para determinar conclusiones reales acerca de la problemática planteada.

Fuel y Recalde (2019), con el título: “Análisis de la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, a partir del tipo de cambio peso – dólar”. El objetivo general de la investigación fue: Analizar la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, y las variaciones del tipo de cambio en el mercado de estos dos países.

Esta investigación se basa en realizar un comparativo entre la producción, las importaciones y las exportaciones tanto de Ecuador como de Colombia, siendo como punto más relevante el hecho de que Colombia ha empezado a incrementar las importaciones de café provenientes de Ecuador. Además, el cambio de moneda entre estos países beneficia de alguna manera a las exportaciones ecuatorianas, puesto que su moneda es fija en comparación a la del hermano país.

Las conclusiones a las cuales se llegó dentro de este documento es que las importaciones de café de Ecuador hacia Colombia, muestra un alto grado de sensibilidad con respecto a las variables macroeconómicas, siendo estas el tipo de cambio, número de sacos de café producidos, y precio internacional del café. En relación a estas variables se determina la rentabilidad y el éxito de las exportaciones de café, sin embargo, sin importar la cantidad de café exportado, este valor genera un aumento en el porcentaje de aportación del PIB.

Entre las principales similitudes que se evidencian en los dos proyectos, resalta el objetivo de analizar el proceso de exportar café de Ecuador a Colombia, el tipo de metodología utilizada y el diseño de la propuesta. Además, las bases teóricas y estado del arte mostrados en este estudio fueron una de las principales fuentes bibliográficas que contribuyeron a estructurar no sólo el marco teórico sino el informe final del presente trabajo.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Café

Según Radio Caracol (2022), “el café es un árbol proveniente de la planta de nombre cafeto, el mismo que llega a medir entre 4 y 7 metros de altura, que emite un grano utilizado para realizar infusiones”.

La planta del cafeto mide un centímetro aproximadamente, cuya forma suele ser redondeada u ovalada en una cara, y con un surco longitudinal en la otra, además que suele tener un color verdoso, dependiendo de su tipo. Una vez que los granos de café son industrializados, pueden ser comercializados tostados o molidos, para luego ser consumidos generalmente a manera de infusiones (Santelices & Navas, 2019, p. 45).

El café se ha convertido en una de las bebidas con mayor consumo a nivel mundial, por esa razón existen muchos países que lo comercializan no sólo a nivel nacional, sino también en el exterior, siendo estos Colombia, Brasil, Perú, Ecuador, entre otros. Las razones a las cuales se le atribuye tanto auge del café, son el hecho de su sabor y aroma que, al momento de combinarlo con otras bebidas, siendo estos chocolate, crema o leche.



Figura 2. Café.
Fuente: Fresh Fruit (2020).

De acuerdo al Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (2019), algunos de los beneficios que genera el consumo del café son los siguientes:

- Reduce el riesgo de padecer ciertas enfermedades catastróficas como diabetes tipo II, hepáticas, cirrosis hepática, cáncer de colon, entre otros.
- Disminuye el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares o enfermedades tipo neurológicas como el Alzheimer y Parkinson.
- Aporta vitaminas al cuerpo humano como riboflavina, niacina, ácido pantoténico, potasio, manganeso y magnesio.
- El café ayuda con la quema de grasas y es fuente de antioxidantes.

2.3.1.1. Tipos de Café

2.3.1.1.1. Café arábica.

El café arábica, es el principal tipo de café que se cultiva y de mayor antigüedad, oriundo de Etiopía, por ende, es el más apetecido por el mercado internacional, debido a su aroma y sabor inigualable. Su grano es una especie muy delicada, con un sabor muy aromático, y posee una cantidad considerable de cafeína, pero en menor proporción que el café robusto (Alvarado & Rojas, 2016, p. 52).



Figura 3. Café Arábica.
Fuente: Fresh Fruit (2020).

A pesar de que el café Arábica es oriundo de África, en la actualidad los mayores cultivos se evidencian en Sudamérica, Asia y Centroamérica. Generalmente crecen en países tropicales con zonas que poseen una altura de entre 500 y 2.400 metros. Este tipo

de café representa aproximadamente el 60% de la producción mundial y contiene un máximo del 1,7% de cafeína en su composición (Gomez, 2018, p. 33).

2.3.1.1.2. *Café Robusta.*

El café robusta es un cafeto cuyo árbol mide más de 10 metros, el mismo que proviene del Lago Victoria en Uganda. Apareció por primera vez en el año 1.800 después de Cristo con el nombre de Congo Belga. Este tipo de café contiene un mayor porcentaje de cafeína que el café Arábica, lo que genera que su sabor y aroma sean mucho más fuertes que el anterior, es decir con un toque más amargo. Además, el café robusto es el menos utilizado de manera nacional e internacional (Wintgens, 2016, p. 65).



Figura 4. Café Robusta.
Fuente: Fresh Fruit (2020).

El café robusta representa aproximadamente el 40% de la producción mundial, es muy resistente, debido a los requerimientos de altura y condiciones climáticas que son necesarios al momento de cultivar esta variedad de cafeto. Algunos de los lugares en los que más se cultiva son en África Occidental y Central, además de ciertos cultivos que se evidencian en América del Sur, principalmente en Brasil que es el principal productor y exportador de café en el mundo

2.3.1.2. *Diferencias entre café robusta y café arábica*

Los tipos de café tanto robusta como arábica son los cafetos de mayor reconocimiento internacional debido a sus niveles de exportaciones, de los diferentes países en donde lo exportan.

La Tabla 1 muestra algunas características diferenciadoras entre el café robusta y el café arábica.

Tabla 1. *Diferencias entre café robusto y café arábica.*

Café Arábica	Café Robusta
✓ El grano de este café tiene una forma alargada.	✓ El grano de este café tiene una forma redondeada.
✓ Posee menor cantidad de cafeína entre 1.2% y 1.5%	✓ Posee mayor cantidad de cafeína entre 2.2% y 2.7%
✓ En el medio del grano se evidencia una figura en forma de S.	✓ En el medio del grano se evidencia una forma parecida a una línea recta.
✓ El cultivo de este café debe de tener una temperatura que va entre 15° y 24°.	✓ El cultivo de este café debe de tener una temperatura que va entre 18° y 36°.
✓ La altura del árbol de este cafeto suele medir entre 600 y 2.000 metros.	✓ La altura del árbol de este cafeto suele medir alrededor de 800 metros.
✓ La calidad de este café es más alta, por ende, su precio también.	✓ La calidad de este café es menor que el arábica, por ende, su precio también.
✓ Representa entre el 60% y 70% de la producción mundial.	✓ Representa entre el 40% y 30% de la producción mundial.

Elaborado por: Álvarez, H (2022).



Figura 5. Diferencias entre el café arábica y café robusta.
Fuente: Café Sabora (2021).

2.3.2. Producción cafetalera en el Ecuador

De acuerdo al Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020), Ecuador es un país que debido a su ubicación goza de un clima, altura y una variedad de suelo le permiten cultivar café en todas sus regiones. Las características mencionadas anteriormente

favorecen el cultivo de café arábigo y el café robusta, dando como resultado un producto de excelente calidad, destinado a la exportación.

Según la página Perfect Daily Grind español (2019), “el café ecuatoriano posee un alto nivel de calidad y precio competitivo, pero no cuenta con el mismo reconocimiento internacional de países como Colombia y Brasil. La razón principal es que su producción no abastece al mercado demandante”.

De acuerdo al Informe del Servicio Agrícola Exterior del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (2021), los datos con respecto a la producción y exportación de café se encuentran desactualizados, en su gran mayoría debido a que los gobiernos durante el año 2020 y 2021, han tenido que colocar su enfoque y esfuerzos en la recuperación económica y en afrontar los efectos adversos del COVID-19.

Por ello, la Figura 1, muestra la reducción en cuanto a la producción de café entre los años de 1.893 hasta el año 2021, siendo este último año en el que se cosecharon únicamente 87.000 hectáreas a pesar que se sembraron 200.000 hectáreas como se evidencia en la gráfica.

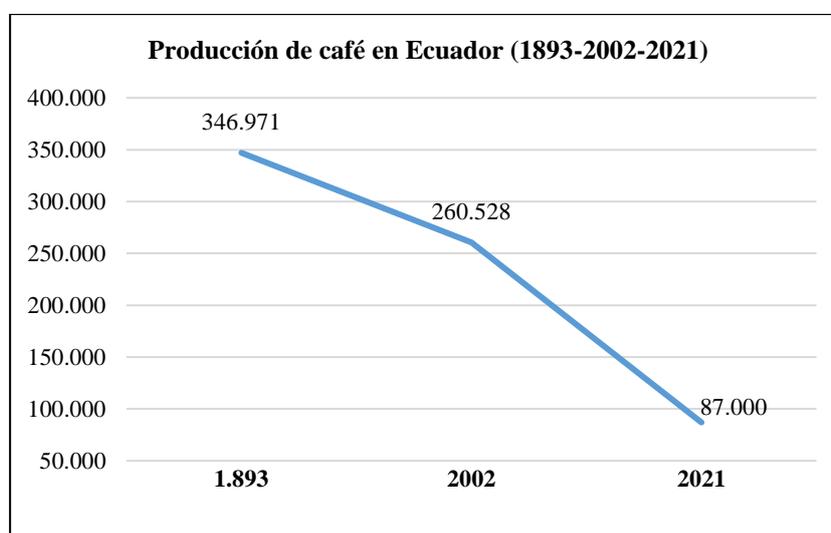


Figura 6. Producción de café en Ecuador (Años 1893, 2002, 2021).
Fuente: INEC – ANECAFE (2020).

2.3.2.1. Sector Externo

Según el Banco Central del Ecuador (2022), las exportaciones de productos tradicionales, es decir aquellas que el Ecuador produce con mucha frecuencia para venderlas al extranjero, crecieron en un 16% en el año 2021, con respecto al año 2020

que fue el más golpeado para Ecuador por causa de la pandemia COVID-19. Mencionado incremento equivale a \$1.382 millones de dólares, llegando a un valor total de \$10.194 millones de dólares en exportaciones de productos tradicionales.

Del rubro total de exportaciones no petroleras tradicionales, el café representa un 0,66% del total de las exportaciones no petroleras tradicionales, lo que representa un valor de \$67,87 millones de dólares. Este valor se compone de las exportaciones de producto primario es decir el café en grano lo que representa el valor de \$12,5 millones y la cantidad restante fue destinado a los productos industrializados que se elaboran a partir del café siendo este valor de \$53,6 millones de dólares (Revista Ekos, 2022).

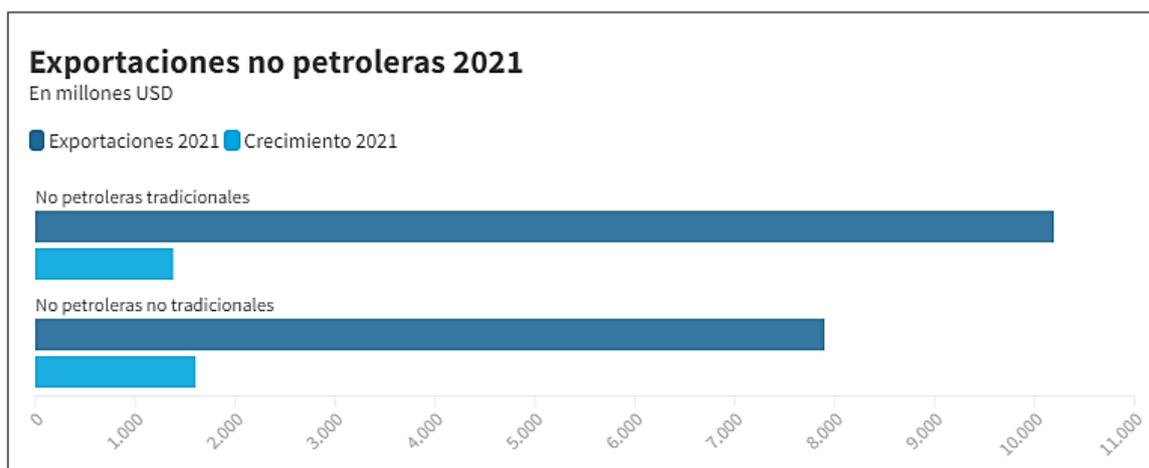


Figura 7. Exportaciones no petroleras 2021.
Fuente: Revista Primicias (2022).

De acuerdo a la ANECAFE (2022), las exportaciones de café en grano de café durante el año 2021 incrementaron en un 102% en volumen y 63% en divisas de café exportado en grano, con respecto al año 2020. Por una parte, la participación en exportaciones de café Arábigo y Robusta se duplicaron durante el año 2021 en volumen con una cantidad de 61.008 sacos, lo que generó para el Ecuador un valor de \$12,5 millones. Por otra parte, en el año 2020 la situación fue bastante distinta, puesto que, en volumen se exportaron 30.157 sacos lo que equivale a un total de 7,9 millones de dólares.

De acuerdo al Banco Central del Ecuador (2022), dentro de Ecuador no sólo se exporta café en grano sino también productos industrializados a base de cafés soluble y Liofilizado, en donde se exportó un total de 395.102 sacos de 60 kilos lo que representa

en dólares un rubro de \$53,6 millones durante el año 2021. Esto representa una reducción del -4,5% en volumen y -13% en divisas de café industrializado con respecto al año 2020, en donde se evidenció que las exportaciones de este tipo de café alcanzaron un valor de \$60,7 millones, es decir, 413.044 sacos.

Uno de los principales promotores de la venta internacional del café ecuatoriano es el concurso llamado la Taza Dorada, que es un evento, que tiene la finalidad de identificar el café de mejor calidad entre los concursantes. Para el efecto, se realizan varias pruebas de catación del grano con jueces internacionales de Japón, Estados Unidos, Colombia, Argentina y Ecuador. Por ello, durante 15 años, este concurso ha logrado posicionar al café ecuatoriano como uno de los mejores del mundo.

En el año 2021, debido al concurso de la Taza Dorada el precio del café ecuatoriano alcanzó un récord de \$100 la libra, lo que ha llamado la atención de los compradores extranjeros, teniendo un incremento considerable en los precios de las bolsas de café en New York y Londres.

“La pandemia del COVID-19 afectó a las exportaciones nacionales, sin embargo, algunos de los principales productos como el camarón, el banano y el cacao mostraron rubros positivos a favor de la economía ecuatoriana” (Sánchez, Vayas, Mayorga, & Freire, 2020).

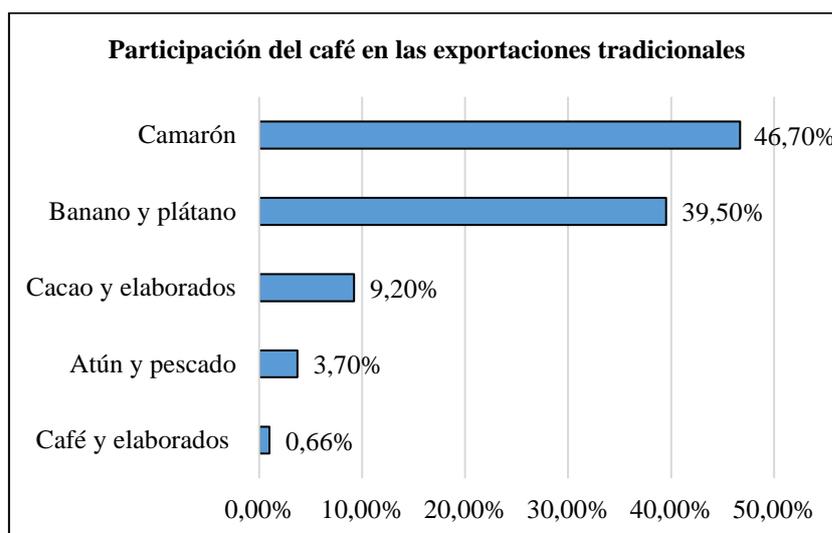


Figura 8. Participación del café en las exportaciones tradicionales (Año 2021).
Fuente: Banco Central del Ecuador (2022).

La Figura 8, muestra la participación del café en las exportaciones tradicionales dentro del Ecuador. Por ende, se evidencia que hasta el año 2021 se ha reducido a un 0,66%, porcentaje que es menor en comparación al año 2019 cuando ese porcentaje era del 1%. Sin embargo, esta reducción se la adjudica a la pandemia COVID-19, en donde se evidenció un decrecimiento de los rubros en exportaciones, siendo el café un producto que fue bastante afectado. A pesar de que se evidencia un incremento durante el año 2021, aún no es suficiente para cubrir las repercusiones generadas por la crisis sanitaria en el año 2020.

La Figura 9, muestra las principales exportaciones en dólares de café como producto primario y como producto procesado o también llamado elaborado, durante el período que va entre 2010 - 2021.

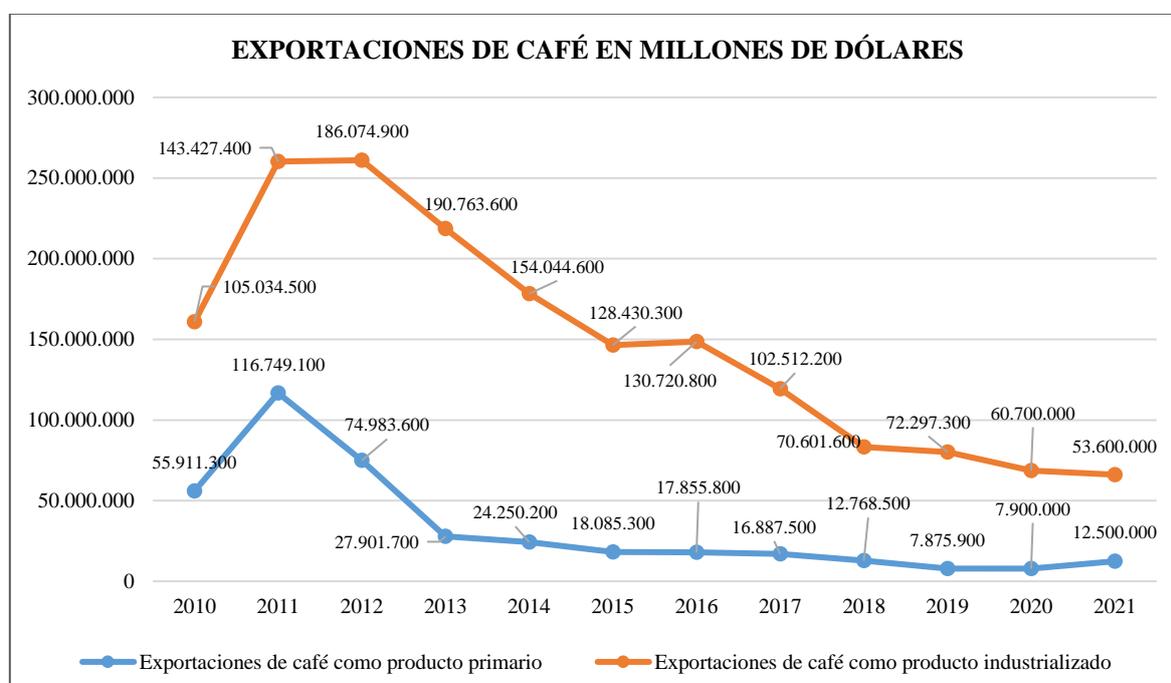


Figura 9. Exportaciones de café en millones de dólares.

Fuente: Banco Central del Ecuador (2022).

2.3.2.2. Exportaciones cafés arábigo y café robusto

Entre los años 2017 y 2019 las exportaciones tanto de café arábigo y café robusta diluyeron en un 26% y 27% correspondientemente. En el año 2017 se exportaban más de 25 mil sacos de 60 kilos, mientras que, en el año 2018, este valor disminuyó a menos de 10 mil sacos anuales, del mismo peso mencionado anteriormente (Sánchez, Vayas, Mayorga, & Freire, 2020).

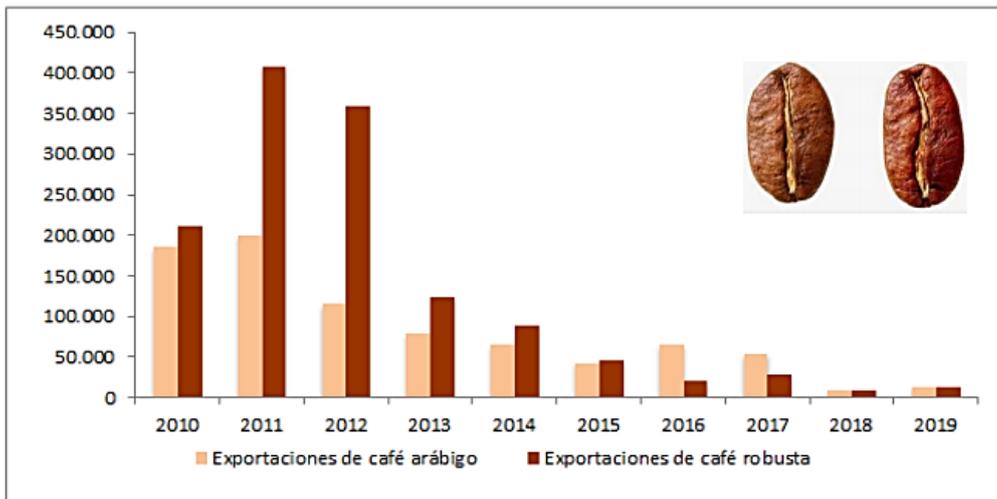


Figura 10. Exportaciones de café arábigo y café robusta.
Fuente: ANECAFE (2021).

Debido a la pandemia de COVID-19, el mercado local de café ha quedado un poco desabastecido, puesto que el consumo de café en el Ecuador incrementa de manera exponencial en un 5% anual, pero cada vez se reduce más su cultivo. Entre algunos de los muchos factores que generan esta reducción, se encuentran que sobresalen la falta de ayuda por parte del gobierno, el incremento de los valores de la materia prima y la falta de tecnología para mejorar la calidad de los granos de café (Diario El Universo, 2021).

De acuerdo a los datos emitidos por ANECAFE - La Asociación Nacional Ecuatoriana de Café (2021), durante el primer semestre del año 2020 en el Ecuador se evidenció la exportación de un total de 30.157 sacos de café, en donde alrededor de 12.063 sacos de 60 kilos de café robusta, mientras que, por otra parte, fueron alrededor de 18.094 sacos de café arábigo, los que fueron exportados a los diferentes países compradores de café nacional.

En Ecuador, en el año 2021 se cultivaron alrededor de 250 mil quintales de café entre robusta (40%) y arábigo (60%), pero para lograr abastecer al mercado local y a la demanda en cuanto exportaciones son necesarios al menos 300 mil quintales de cosecha, puesto que al menos 60.000 son destinados a ser comercializados en el mercado extranjeros a manera como materia prima. Esto quiere decir que algunos de los empresarios ecuatorianos deben de optar por comprar café de otros orígenes, sin

embargo, esto genera pérdidas puesto que con la crisis sanitaria el precio de la materia prima en el extranjero ha incrementado hasta en un 500% (ANECAFÉ, 2022).

2.3.2.3. Principales destinos

“Entre los años 2020 y 2021, los tres principales países que fueron el destino de la exportación de café ecuatoriano fueron Alemania con un 38%, seguido de Rusia con un 25%, y Colombia con un 8,20% del total” (ANECAFÉ, 2022).

La Figura 6, muestra los países que son los principales destinos de café ecuatoriano entre los años 2020 y 2021.

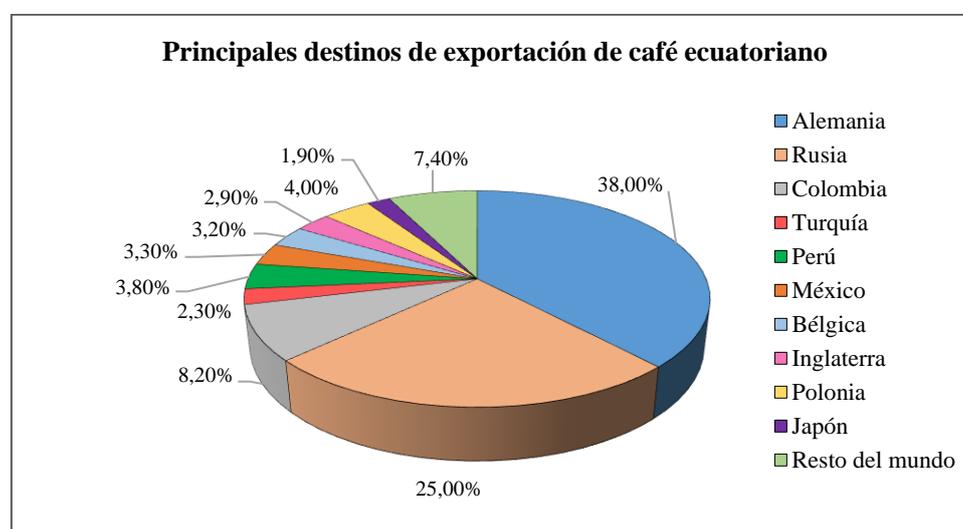


Figura 11. Principales destinos de exportación de café ecuatoriano.
Fuente: Banco Central del Ecuador (2020).

2.3.2.4. Mercado interno

Según información del Servicio de Rentas Internas (2022), dentro del Ecuador las tres principales empresas dedicadas al cultivo de café de exportación, las mismas que venden su café al exterior son Loja con un 21,4% lo que en dólares representa un total de \$1,9 millones de dólares, Los Ríos con un 19% y finalmente Zamora Chinchipe con un 11,30%.

Las ventas de mencionadas empresas a nivel local registraron un total de \$9,1 millones de dólares en el último año. Sin embargo, provincias como Esmeraldas y Cotopaxi no mostraron ventas. Por otra parte, provincias como Azuay, Bolívar, Carchi, Galápagos

y Zamora Chinchipe registraron un incremento de al menos el 15% en sus ventas, en comparación al año 2020 (Banco Central del Ecuador, 2022).

La Figura 12, muestra de manera más clara cada una de las provincias del Ecuador con sus respectivos porcentajes de ventas en empresas cafetaleras.

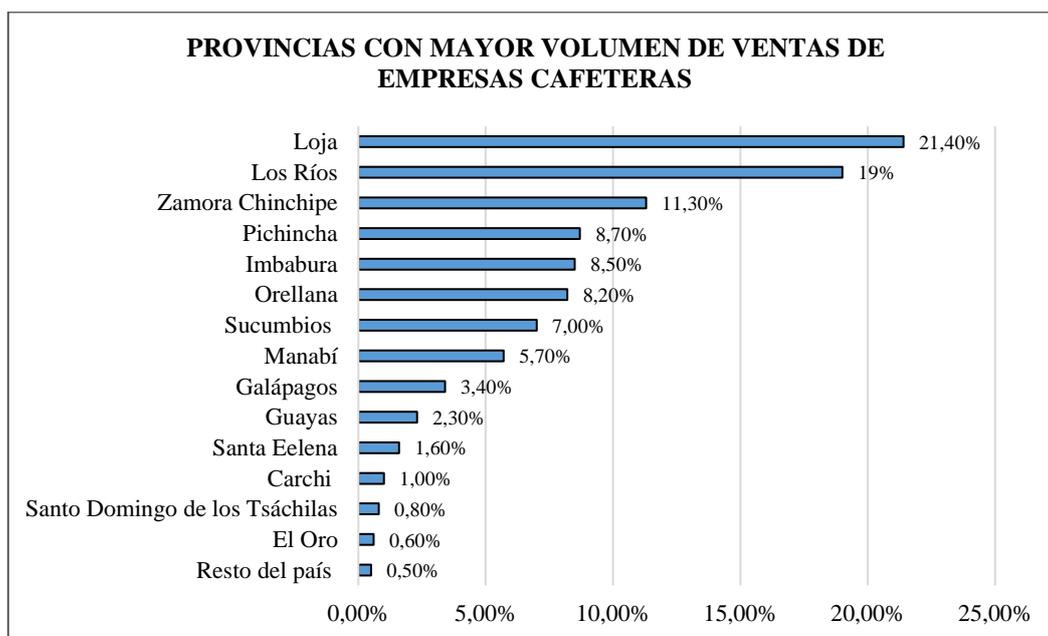


Figura 12. Provincias con mayor volumen de ventas de empresas cafetaleras.
Fuente: Servicio de Rentas Internas (2022).

2.3.2.5. Competitividad del café ecuatoriano

La competitividad en el mercado cafetalero hace referencia al conjunto de estrategias y acciones que realizan los países nacional o internacionalmente, para ubicarse en igualdad de condiciones por encima de los demás exportadores de café. La finalidad de obtener un mejor posicionamiento y reconocimiento, tiene como objetivo el hecho de generar mayores ingresos para un determinado país, empresa, asociación, entre otros, para así lograr alcanzar altos índices de crecimiento.

La carencia de métodos de industrialización, son uno de los factores que más afectan a la competitividad del café a nivel internacional, puesto que el precio de cada saco es muy cambiante debido a lo dinámico que se torna el mercado y a la incursión de nuevos competidores. Además, países como Brasil, Vietnam, Colombia, que son los tres principales

productores de café en el mundo, cada vez más amplían más su oferta y reconocimiento internacional debido a la calidad, sabor y aroma del producto que ofrecen.

Alrededor de 46 mil productores dentro del país se benefician de la producción de café en un espacio de cerca de 96.312 hectáreas cultivadas, lo que genera más de 600 mil empleos quienes son responsables de ofrecer al mercado un producto de calidad, que cada vez es mayormente reconocido a nivel internacional. Sin embargo, la competitividad, del café ecuatoriano se ve empañada debido a que tan sólo el 19% de mencionados productores se encuentran asociados a organizaciones que les permitan desarrollo de métodos de producción y post-cosecha (RIKOLTO, 2022).

La diversidad de climas, el suelo y la gran flora que posee el Ecuador, permite que el escenario del cultivo del café sea favorable, sin embargo, los altos costos de producción son uno de los factores que ponen en riesgo el incremento de la producción y promoción de este cultivo.

La ventaja competitiva que posee el café ecuatoriano radica en su calidad, sabor y aroma, lo que genera una ventaja diferenciadora de sus más cercanos competidores. Sin embargo, para encontrarse a la par de países como Brasil., Colombia, Vietnam, entre otros, el país debe de mejorar e innovar en sus procesos, para perfeccionar el producto final y así este logre incrementar su valor y precio en el mercado.

Ecuador es uno de los pocos países que tiene el privilegio de poder cultivar café robusta y arábica, sin embargo, este punto no es aprovechado por los productores, debido a que la producción nacional no abastece a la gran demanda de café existente a nivel internacional, por esa razón muchas empresas dentro del país optan por importar materia prima. Por estas razones, es que los precios del café ecuatoriano son muy variables, pero en los últimos años ha tendido a ir a la baja (ANECAPÉ, 2022).

La producción de café, es uno de los rubros que mayores ingresos y fuentes de empleo generan al sector agricultor, sin embargo, a raíz del COVID-19, el rendimiento, la productividad y la producción de café volvió a estar en descenso. Además, que lo que contribuye a que se deje de producir café en el Ecuador, es el hecho de que los precios del café se reducen cada día más, pero su materia prima y costos de producción de

evidencian al alza. Además, los diferentes impuestos y aranceles que el Estado ha establecido para las exportaciones de café son responsables de que la producción siga disminuyendo (Heredia & Robalino, 2021, p. 62).

Sin embargo, no todo es negativo para el panorama del café ecuatoriano, puesto que existen varios factores que afectan considerablemente de manera directa y positiva a las exportaciones de café ecuatoriano, siendo estos los acuerdos regionales y multilaterales entre los países exportadores e importadores, los mismos que benefician a las actividades comerciales relacionadas con la producción y consumo del café.

Dentro de las negociaciones de comercio internacional a nivel mundial se registran cerca de 500 acuerdos comerciales, entre los cuales Ecuador pertenece a Acuerdo entre países de la Comunidad Andina con la Unión Europea y con Estados Unidos, Acuerdo Comercial Bilateral con Estados Unidos, GSP (Generalized System of Preferences) CON Japón y Estados Unidos entre otros (ANECAFÉ, 2022).

De acuerdo a RIKOLTO (2022), “algunos países como Estados Unidos, Canadá y La Unión Europea aplican arancel 0% en sus importaciones de café, lo que genera una ventaja competitiva para el Ecuador, puesto que estos países representan sus más grandes compradores”.

Para finalizar, es importante recalcar que el crecimiento del reconocimiento internacional del café ecuatoriano, que cada vez es mayor, se debe a que entidades como ANECAFE, Pro-Ecuador y RIKOLTO fomentan el concurso llamado “La Taza Dorada”, con la participación de invitados internacionales para así dar a conocer que un país tan pequeño como Ecuador es capaz de producir un grano de café con altos estándares de calidad, sabor ya aroma (Heredia & Robalino, 2021, p. 65).

2.3.3. Producción cafetalera en Colombia

Colombia es el tercer país considerado como productor y exportador de café arábigo, debido a que su café es reconocido internacionalmente por su excelente calidad y sabor. Por esta razón, en el año 2021 llegó a exportar alrededor de 13,9 millones de sacos de 60 kilos cada uno. Esto representa un 6% menos de los rubros mostrados en el año 2019, en donde la producción sobrepasó los 14,7 millones de sacos, esta situación lo

que se adjudica a la llegada de la pandemia COVID-19 (Federación Nacional de Cafeteros, 2022).

Debido a la crisis sanitaria se implementaron varios protocolos de bioseguridad dentro de los protocolos de producción, en donde se cultivan alrededor 880 000 hectáreas con cafetales. Las mismas que generan fuentes de empleo para muchos colombianos, que mantienen a 560.000 familias que son dependientes de esta actividad.

Dentro de Colombia se cosechan 20 sacos de 60 kilos de café por cada hectárea cultivada a un precio aproximado de \$0,50 por cada libra, precio que es cambiante de acuerdo al dinamismo del mercado. Por esta razón, la producción y comercialización de café a nivel nacional e internacional, es uno de los rubros más relevantes de la economía colombiana (Revista Líderes, 2020).

“El valor de las cosechas de café, debido al volumen de producción y el valor de la cosecha bordean los 9 billones de pesos, recursos que llegan directamente a movilizar la economía de más de 600 municipios cafeteros” (Federación de cafeteros de Colombia, 2022).

En el mes de diciembre del año 2020 la producción de sacos de café de 60 kilos fue de 1,6 millones de sacos, mientras que en el mismo mes del 2021 la producción de café creció en un 4%, alcanzando 1,7 millones de sacos producidos. El año 2020 fue muy duro para la producción de café colombiano, la misma que disminuyó en un 5% entre los meses de octubre y diciembre, lo que representan 4,3 millones de saco, a diferencia del año 2019 cuando antes periodo de tres meses fueron producidos alrededor de 4,5 millones de sacos de café (Romero, 2021, p. 15).

En cuanto a la exportación de café por parte de Colombia al cierre del año 2020 las exportaciones cayeron en un 8% a diferencia del año 2019, es decir alrededor de 12,5 millones de sacos de café, mientras que para el año 2021 alcanzaron los 13,7 millones de sacos de café de 60 kilos (Chango & García, 2021).

En diciembre las exportaciones bajaron 6 por ciento, cerrando en un millón 300 mil sacos comparados con un millón 386 mil puestos en el exterior en el mismo mes de 2019. Y en lo corrido del año cafetero (octubre – diciembre 2020) las exportaciones

disminuyeron 3% ubicándose en 3,6 millones de sacos frente a los 3,8 millones exportados en el mismo periodo de 2019 (Federación Nacional de Cafeteros, 2022).

2.3.3.1. Cuadro de competitividad de las exportaciones de café de Ecuador y Colombia

La Tabla 2, muestra ciertas estrategias o características que generan ventajas diferenciadoras en las exportaciones de café tanto de Ecuador como de Colombia.

Tabla 2. Cuadro de competitividad entre Ecuador y Colombia.

ECUADOR	COLOMBIA
✓ Participación en el proyecto “Taza Dorada”, en donde se evidencia y reconoce la calidad del café.	✓ Políticas generadas por la Federación Nacional de Cafeteros que favorecen y fomentan a los productores de este bien.
✓ Poca dependencia de químicos en los cultivos de café.	✓ Posee un gran número de convenios de comercio exterior.
✓ El Gobierno ofrece créditos a los pequeños y medianos agricultores.	✓ Trabaja con la bolsa de valores de New York.
✓ La adopción del dólar que favorece al país al momento de realizar el proceso de comercialización del café.	✓ Inversión tecnológica para mejorar los procesos de producción de café.
✓ Los medios ambientales y climáticos generan que el café de Ecuador sea de alta calidad y agradable aroma.	✓ Posee una gran oferta y una política monetaria propia.

Elaborado: Álvarez, H (2022).

2.3.3.2. Competitividad del café colombiano

Colombia es uno de los tres principales países productores de café en el mundo, y esto se debe a que las condiciones naturales como la altitud, latitud y temperatura, son las más idóneas para el cultivo de este producto. Por esta razón, la calidad del café que se produce en Colombia es bastante alta, lo que le ha generado un prestigio mundial y convertirse en uno de los países más apreciados en cuanto a las exportaciones de este producto.

Una de las características esenciales es que Colombia es uno de los pocos países que cuenta con las condiciones necesarias para el cultivo de café arábica. Siendo esta la mejor variedad de café en el mundo debido a su aroma, suavidad y sabor, sobre todo porque su calidad es inigualable en comparación al café robusta que es de menor calidad.

La composición del suelo de Colombia, sobre el cual se siembra café es de tipo volcánico, por esta razón contiene una gran cantidad de nutrientes, que son absorbidos por los árboles de cafeto. Este es uno de los factores más determinantes al momento de cultivar café, para que este obtenga el tamaño, color, acidez, cuerpo, sabor y aroma que denote de su excelencia (González & Cadena, 2020, p. 67).

El clima es otro de los factores que se encuentra a favor del café colombiano, puesto que debido a la geografía que posee este país, su clima generalmente es tropical con temperaturas regulares y frescas durante todo el año, que oscilan entre los 18° y 24° C. Además de ello, debido a que las plantaciones de café necesitan de agua y luz, el clima de Colombia y su humedad son las idóneas a lo largo del año (Villegas, 2019, p. 35).

Las altas montañas que se evidencian en este país ubicadas entre la frontera de Colombia con Ecuador, también permiten que los cultivos de café adquieran una mejora calidad, para aquellos cafetos que crecen en cotas de entre 1.200 y 2.000 metros de altitud. Por esta razón, estos territorios les proporcionan a los cultivos la sombra y la humedad necesaria de otros árboles más grandes, lo que mejora las características del producto final.

En Colombia, los caficultores tratan a sus cultivos con mucho cuidado, con amor a su trabajo, porque ellos tienen como tradición que el producir café es un orgullo nacional. Por esta razón, los procesos por los que debe atravesar el café desde su siembra, recolección, selección de las cerezas maduras, lavado, fermentación, que se produce de manera artesanal. Todo esto, genera que el sabor, aroma y calidad del café colombiano se torne inigualable al que ofrecen otros países dedicados a la misma actividad (Bergquist, 2016, p. 102).

El hecho de que las plantaciones de café se realicen aun utilizando la fuerza del hombre es una característica diferenciadora de la producción de este producto en Colombia. Los agricultores tienen como tradición que el café sea recolectado con la mano, para así se seleccionen de manera rigurosa las cerezas maduras.

La competitividad del café colombiano se encuentra controlado por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia desde hace 60 años. Esta entidad se encarga de mejorar el cultivo de café y garantizar los controles de calidad para que el producto tenga los niveles de calidad que le han permitido mantener su prestigio a nivel internacional. Además de ello, Colombia cuenta con Cenicafé, que es su propio instituto de investigación, que lleva a cabo controles con estándares bastante estrictos en cuanto a los procesos de cultivo y sostenibilidad (Nieto, 2018, p. 54).

2.3.4. Análisis FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es considerada como una herramienta que sirve para identificar los factores tanto internos como externos que influyen dentro de la empresa, para de esta manera determinar estrategias que permitan el desarrollo continuo de la organización. Además, tiene el objetivo de detectar errores, riesgo o inconvenientes que envuelvan a la empresa con la finalidad de tomar medidas pertinentes que permitan contrarrestarlas (Sarli, Ayres, & González, 2015, p. 107).

2.3.4.1. Fortalezas

Según el autor Smith (2016), “las fortalezas son los puntos fuertes, positivos e internos que posee la empresa, con quienes podrá afrontar las situaciones adversas que le presente el mercado. En este caso, la empresa si los puede controlar y usarlos a su favor” (p. 75).

2.3.4.2. Debilidades

Las debilidades son aspectos o puntos internos negativos que posee la empresa y que juegan en contra de los objetivos que se han planteado de manera previa. Además, si no son corregidos a tiempo pueden llegar a poner en riesgo a la organización, sin embargo, si son controlables (Villagómez, Mora, Barradas, & Vázquez, 2014, p. 144).

2.3.4.3. Oportunidades

De acuerdo al autor Sánchez (2020), las oportunidades son los factores externos positivos que deben de ser aprovechados, sin embargo, tampoco pueden ser controlados por la empresa, pero actúan para su beneficio. Algunos ejemplos de oportunidades son las tendencias del mercado, situación favorable del sector o país en donde se encuentra la entidad, alianzas estratégicas, entre otros (p. 109).

2.3.4.4. Amenazas

Las amenazas son todos aquellos riesgos que pueden poner a la empresa en una situación vulnerable con respecto a sus competidores y pueden llegar a desviar los resultados de los objetivos planteados. Además, son factores externos, lo que quiere decir que la empresa no tiene ningún tipo de control sobre ellos, lo único que puede hacer es generar estrategias para contrarrestar sus efectos negativos (Speth, 2016, p. 34).

2.3.5. Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter

El modelo de las Cinco Fuerzas de PORTER se utiliza para realizar un análisis del microambiente de la empresa, identificando y analizando cinco fuerzas competitivas que representan a cada industria y determinando qué tan atractivo es un sector para la inversión. Este análisis se utiliza regularmente para identificar el diseño de una empresa y determinar la estrategia corporativa (Cadiat & Michaux, 2016, p. 71).

La Figura 13, muestra un gráfico que resume cada una de las cinco fuerzas de Porter, como se muestra a continuación:

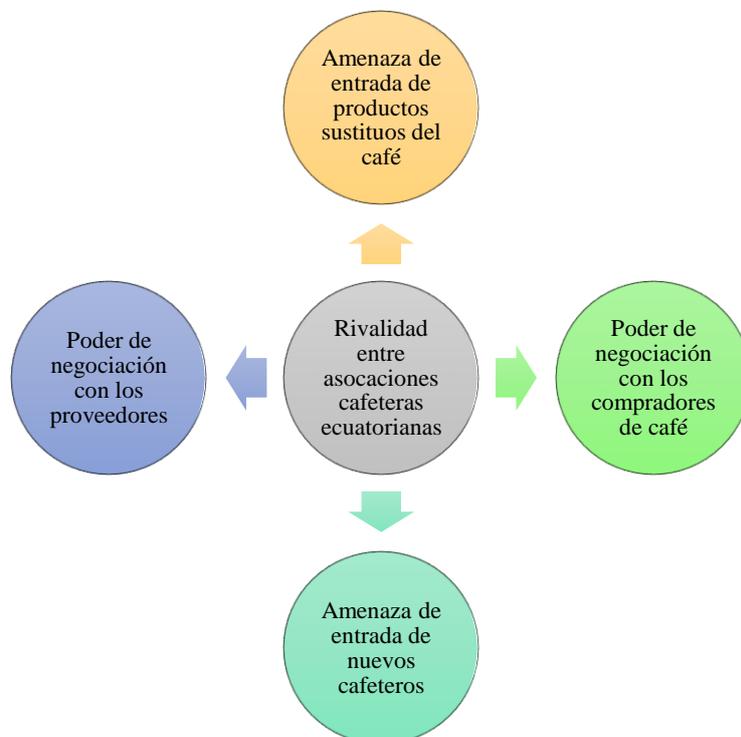


Figura 13. Modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter, aplicado en Ecuador.
Fuente: Álvarez, H (2022).

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, tiene la finalidad de identificar las características que afectan a la producción de café ecuatoriano, con respecto a la idea de que sea el país que exporte este producto a Colombia, para así lograr abastecer su mercado nacional. En base a la información recolectada, las asociaciones de café ecuatorianas tendrán las pautas para identificar su nivel de competitividad con respecto al mercado y la rentabilidad que mencionado sector económico ofrece.

Con el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, se logra conocer los procesos de producción y comercialización del café, al igual que la manera en la que actúan dentro del mercado internacional. Además, es importante recalcar que para llevar a cabo este análisis se debieron tener en consideración aspectos tanto internos como externos, para así identificar, las debilidades, amenazas y la capacidad que tiene el territorio ecuatoriano para competir con otros países, que se encuentran perfilados a ser exportadores de café a Colombia. Además de ello, también se podrán identificar las fortalezas y oportunidades con las que cuenta en café ecuatoriano dentro de lo cambiante del mercado internacional.

2.3.5.1. Poder de negociación con los clientes

Este poder de acuerdo a Porter tiene la finalidad de analizar la influencia que tiene el consumidor en el mercado por encima de factores como el precio y la calidad de los bienes o servicios ofertados. En muchas ocasiones, los consumidores son bastante exigentes y por ende las empresas que no se encuentren bien organizadas, menor reconocimiento y carencia de ventajas competitivas serán menos atractivas en el mercado (Boente, 2019, p. 124).

El poder de negociación de los clientes o compradores hace referencia a la influencia en los procesos de comercialización. En este caso específico los compradores pueden ser individuales o colectivos, empresas, asociaciones, países, entre otros, quienes son sensibles al precio y ejercen presión en base a las oportunidades que les ofrece el entorno, es decir, que entre más favorable sean las condiciones presentes en el mercado, mayor será la resistencia por parte de los clientes.

Indistintamente de la cantidad de producto o servicio que se compren, los clientes son sensibles a los precios si se ponen de manifiesto alguno de los siguientes puntos:

- El producto que se pretende comprar representa una gran parte del presupuesto o estructura de costos que el cliente necesita abastecer.
- Los compradores carecen de liquidez, poseen bajos recursos o la situación que atraviesan les obliga a recortar costos al momento de realizar la compra.
- La calidad de los productos o servicios que comercializarán los compradores, se ve poco o nulamente afectada por el bien que desean adquirir.
- Los compradores fijan su atención en el precio, cuando el bien o servicio que desea adquirir representa poco efecto en sus costes.

2.3.5.2. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores permite identificar la influencia que tienen y la influencia que ejercen al momento de realizar el proceso de compra y venta de bienes o servicios. La calidad es un factor importante sobre el cual puede tomar el mando un proveedor debido a que eso lo diferencia de la competencia y entre más ventajas competitivas o valor agregado posea, influye en mayor grado con respecto al precio en que decide venderlo a las empresas (Durán, 2017, p. 93).

Los proveedores son una parte fundamental dentro de los procesos de comercialización de café, ya sean estos a nivel nacional o internacional para lograr abastecer las necesidades del mercado. Mencionados proveedores, no sólo se encargan de abastecer a los caficultores de materia prima, sino también de maquinarias, repuestos, herramientas, entre otros. Por esta razón, dependiendo de la oferta que exista en el mercado con respecto a los recursos que ofrecen los proveedores, ellos son quienes tienen de alguna manera el poder de establecer precios y condiciones de los insumos.

Cuando la oferta de proveedores es alta, ellos tienen poca influencia al momento de negociar, caso contrario cuando la oferta de los proveedores sea escasa, serán ellos quienes tomen el control de las condiciones del mercado. En el caso de los procesos relacionados al café, esta capacidad de negociar dependerá de:

- La cantidad de proveedores que existan en el mercado.
- Las condiciones que ofrezca el mercado.
- La importancia de los insumos que ofrezcan los proveedores.

2.3.5.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores

La amenaza de entrada de nuevos competidores hace referencia a la dificultad y barreras que deben de afrontar la competencia entrante de manera previa a ingresar al mercado. Entre más fácil sea la posibilidad de los nuevos competidores en ingresar al mercado, mayor será el riesgo que corra la empresa de reducir la cantidad de clientes que posee en la actualidad (Ferreira, 2016, p. 48).

La amenaza de entrada de nuevos competidores dentro del sector cafetalero, hace referencia al conjunto de nuevos participantes en el mercado dedicados a la misma actividad, que en este caso se trata de la exportación de café. Mencionada competencia, contribuye a que se genere una constante lucha por la innovación y el ofrecimiento de productos de mejor calidad, ayudando así a fortalecer las características del café a ser exportado. En muchos de los casos, estos nuevos competidores ingresan al mercado con estrategias llamativas en cuanto a los precios, costos, calidad, aranceles más bajos, entre otros, que emite algún tipo de presión a quienes ya se encontraban en la lucha por acaparar a los compradores internacionales.

A pesar de que el panorama parezca adverso para Ecuador al encontrarse en la presencia de nuevos competidores que se dedican a la producción y exportación de café. Esta situación desde un punto de vista positivo, presiona a que la innovación genere estrategias, aproveche las oportunidades que se le presentan y se ponga de manifiesto para dinamizar a la competencia y la economía del sector cafetero. Por esta razón, la presión de nuevos competidores genera que los demás países exportadores de café mejoren sus procesos de producción, venta y promoción del producto.

Para que dentro del mercado puedan ingresar nuevos competidores, estos se deben de enfrentar a ciertas barreras que el mercado internacional del café impone, siendo las más importantes las siguientes:

a) Economías de escala:

Según Anaya (2016), “las economías de escala nacen cuando una determinada empresa decide expandirse, y por esta razón empiezan a reducir sus gastos de producción. En otras palabras, a mayor cantidad de producción menor será el costo de producir un determinado bien” (p. 109).

Las economías de escala generan mayor beneficio para la empresa, a medida de que más unidades produzcan. Esta situación no se realiza debido a que los costos de las materias primas se reducen, sino porque se aprovechan en una mayor proporción los recursos con los que cuenta la empresa durante su proceso de producción (D'Alessio, 2017, p. 75).

b) Diferenciación del producto

La diferenciación de un producto, hace referencia a conjunto de características únicas que le atribuyen a un determinado producto algún tipo de ventajas competitivas, las mismas que le sirven para que los consumidores distingan al bien de otros que se encuentran en el mercado. En otras palabras, son atributos en cuanto a la composición, presentación, diseño, servicio postventa, entre otros (Aquilano & Chase, 2015, p. 88).

En el caso de Ecuador y Colombia, ambos países poseen características diferenciadoras como el sabor, aroma y calidad del café que producen, debido a los atributos tanto climáticos como territoriales que poseen. Además de ello, son de los pocos países que cultivan café arábigo, siendo este el tipo de café que mayor aceptación y demanda tiene en el mercado internacional.

c) Requisitos de capital

Los requisitos de capital, hace referencia a la necesidad de una empresa para realizar inversiones para poder competir en igualdad de condiciones dentro del mercado, de esta manera es posible evitar que nuevos competidores puedan ingresar deliberadamente. Algunos de los ejemplos de requisitos de capital, son las maquinarias, herramientas y demás equipos que mejoran la eficiencia y eficacia de los procesos de producción, evitando de esta manera el desperdicio de recursos tanto físicos como monetarios (Frazier, 2017, p. 103).

d) Costos de cambio

Los costos de cambio son los gastos que debe asumir el productor de un bien para de esta manera mejorar y optimizar la calidad de sus productos. La empresa puede realizar cambio de proveedores, de maquinarias o equipos, de colaboradores y demás factores que influyan en los procesos de producción (Gaither, 2017, p. 94).

e) Acceso a canales de distribución

El acceso a los canales de distribución, son los medios a través de los cuales se producen el transporte de productos desde su punto inicial hasta su punto final. Por esta razón, para poder competir en lo dinámico del mercado, es importante que las empresas inviertan en la aplicación de nuevos y diferentes canales de distribución para que los proveedores y vendedores tengan mayores oportunidades y de esta manera lograr que los nuevos competidores entrantes disminuyan su capacidad de competencia (Anaya, 2016, p. 63).

f) Política gubernamental

Las políticas gubernamentales en muchos de los casos generan barreras comerciales, puesto que pueden generar restricciones en los procesos comerciales, por las leyes o normas que un gobierno suele imponer. Entre algunas de las barreras que las políticas gubernamentales suelen aplicar los gobiernos, previo al ingreso de nuevos competidores, se encuentran el conjunto de requisitos, licencias, controles medio ambientales, entre otros (D'Alessio, 2017, p. 78).

2.3.5.4. Amenaza de entrada de productos sustitutos

La entrada de productos sustitutos pone en riesgo la permanencia de una empresa, debido a que estos pueden tener mejor calidad, menores precios, con el uso de mejor tecnología, entre otros factores lo que puede llegar a generar mayor atracción para sus consumidores. Por esta razón, es necesario el diseño de estrategias de marketing encaminadas a crear campañas publicitarias que muestren información y canales de venta que incrementen las ventas e incremente la cantidad de clientes de la empresa (Guadarrama & Rosales, 2015, p. 159).

Dentro del comercio de café a nivel nacional o internacional, la amenaza de productos sustitutos, siempre resulta ser un problema que atenta contra el incremento de los ingresos para las empresas dedicadas a esta producción. Todo esto se debe a que, en la actualidad, los clientes son sensibles al precio y a la calidad de los productos, por ello los productos sustitutos representan del café en grano, son aquellos productos industrializados producidos a base de hablas, de frejoles, avena, te, entre otros, puesto que tienen el mismo enfoque que es el de satisfacer la necesidad consumo de una infusión.

De acuerdo a los autores Aquilano & Chase (2015), la amenaza de los productos sustitutos se incrementa debido a los siguientes factores:

- El mercado permite el acceso a un nuevo producto sustituto.
- El precio del producto sustituto es más competitivo que aquel que ya se encuentra en el mercado.
- Las diferencias entre la calidad y el rendimiento entre el producto ofrecido y el sustituto.
- Costos de cambio para el consumidor.

2.3.5.5. Rivalidad entre Competidores

La rivalidad entre competidores es una fuerza que examina el poder que tienen los consumidores con relación al precio y la calidad de los bienes y servicios. Debido a que la competencia se vuelve más ardua de acuerdo a la exigencia que tienen los consumidores, por ende, todos entran en una rivalidad por adquirir mayor reconocimiento y posicionamiento de la marca, lo que contribuirá a que se obtenga mayor participación en el mercado (Guirao, 2015, p. 163).

La lucha por acaparar la mayor cantidad del mercado se vuelve constante de una empresa hacia otra, puesto que todas buscan en ser la primera opción de sus consumidores. Por esta razón, las empresas dedican la mayor cantidad de sus esfuerzos, en especial de marketing, para mostrar a los clientes su mejor imagen y características, logrando así ser elegidos por encima de otras empresas que se dedican a la misma actividad comercial (Velásquez, 2017, p. 105).

De acuerdo a los autores Tawfik & Chauvel (2018), la rivalidad entre competidores se incrementa debido a los siguientes puntos:

- Existe una gran cantidad de competidores ejerciendo influencia en el mercado.
- La empresa crece paulinamente.
- Las barreras que se ejercen de salida son elevadas.
- Todos los competidores enfocan todos sus esfuerzos en convertirse en líderes del mercado.
- El desconocimiento entre competidores, facilita que unos aprovechen las debilidades del otro.

Las cinco fuerzas de Porter, son un análisis que permite conocer de manera interna y externa las posibilidades que posee en Ecuador para poder competir con su café en la comercialización internacional con Colombia, con la finalidad de satisfacer sus necesidades de desabastecimiento del mercado nacional colombiano. Por esta razón las tres entrevistas realizadas a un productor de café ecuatoriano, a un importador de café colombiano y a un pequeño caficultor y vendedor de café en el Ecuador, fueron suficientes para poder expandir y analizar la información recolectada.

Para la interpretación de los datos se utilizaron esquemas y gráficos estadísticos, que representan la información encontrada a través de fuentes bibliográficas, tanto de Ecuador como de Colombia para medir su competitividad y nivel de importaciones/exportaciones. Todo esto con la finalidad de identificar, analizar y determinar conclusiones con respecto a las posibilidades y oportunidades que posee el Ecuador para competir con otros países que también se dedican a la producción y exportación de café.

2.3.6. Teorías de Comercio Exterior

2.3.6.1. Ventaja Absoluta

La ventaja absoluta es la capacidad o el conjunto de variables que una empresa, país o persona cuenta para producir o un determinado bien, que poseen mejores factores de producción que otros, lo que le permite generar mayores beneficios como al aumento de la calidad de los bienes producidos a menores costos (Fresh Fruit, 2020, p. 96).

El clima, el tipo de suelos, la tecnología, el personal capacitado, son algunos de los ejemplos de los factores que conforman las ventajas absolutas, que permiten que los procesos de producción se realicen con mayor eficiencia y eficacia. Esto se mide, al momento en el que se evidencia que un producto es más eficiente que otro (Gaither, 2017, p. 113).

Los países deben de especializarse en la producción de bienes, en los cuales las ventajas absolutas le favorecen, para luego realizar un intercambio comercial con los otros países que fabrican otro tipo de bienes, por esta razón, a través de ello se benefician de los beneficios del comercio (Velásquez, 2017, p. 121).

Colombia, sigue el hecho de especializarse en lo que mejor sabe producir, por ello aprovecha todas las bondades que el clima y el suelo le generan para poder producir y exportar café. Sin embargo, a pesar de ser uno de los mayores exportadores de café, le cuesta abastecer su mercado interno, por esa razón compra a otros países, entre ellos Ecuador, grandes cantidades de café, a menos precio y con altos estándares de calidad.

2.3.6.2. Ventaja Comparativa

La ventaja competitiva consiste en una teoría que induce a los países a especializarse en los bienes que fabrican con mayor eficiencia a diferencia de otros países que producen los mismos bienes con menor eficiencia. Es decir que, son el conjunto de características o atributos que colocan a una empresa, persona o país por encima de sus principales competidores (Castro, 2020).

Una de las ventajas competitivas de Colombia con respecto a otros países, incluidos Ecuador, es que Colombia posee mayor territorio, por ello es posible ser más eficiente en relación a sus más cercanos competidores en la producción de café. A pesar de que Colombia, tiene esta ventaja absoluta, aún no logra abastecer el consumo tanto interno como externo que cada año incrementa en el país.

Debido a que Ecuador posee ciertas ventajas competitivas en la producción de café, se convierte en uno de los principales socios comerciales, que Colombia podría tener para importar un café de calidad y así lograr satisfacer su demanda insatisfecha. Además, el territorio es cercano, puesto que limitan, agregando a este proceso comercial una ventaja relativa, lo que facilitarían los procesos de transporte entre un país y otro.

2.3.6.3. Comercio Intraindustrial

Según Jerez (2017), “el comercio intraindustrial consiste en el intercambio comercial de bienes o servicios con iguales o similares características, entre dos países que pertenecen a una misma industria, a través de la importación y exportación de los mismos” (p. 65).

Entre Ecuador y Colombia se puede producir un tipo de comercio intraindustrial, porque se busca que un país exporte café hacia el otro y así lograr cubrir su desabastecimiento interno a pesar de que el producto no es netamente igual que el otro. Sin embargo, dentro del comercio intraindustrial intervienen varios factores como las condiciones para producir, el clima, la

geografía, el tipo de suelo, entre otros, lo que generaría que el precio y la calidad del café se vean afectados de acuerdo a la demanda existente en el mercado internacional.

2.4. Marco Conceptual

El marco conceptual detalla todas las palabras que pueden resultar desconocidas para un lector que se encuentre ajeno a la carrera de comercio exterior. Entre las principales palabras se encuentran:

- **Caficultor:**

Un caficultor es una persona que se dedica a sembrar y cultivar café, sin importar el tipo de café que se encuentre produciendo.

- **Pasilla:**

Las pasillas son los granos de café que presentan defectos, como brocados, vinagres, negros, partidos, astillados. Por estas características son vendidos a precios bastante bajos en comparación a los granos de café en buen estado.

- **Exportación:**

La exportación es la comercialización internacional de productos o servicios desde un territorio nacional, que envía mencionados bienes a otro país o territorio extranjero. Además, es importante recalcar que los pasos o requisitos para exportar, se rigen al territorio del cual se desea enviar los bienes o servicios.

- **Importación:**

Las importaciones son la compra internacional de bienes o servicios que provienen del exterior, los cuales son adquiridos para ser distribuidos y utilizados de manera interna en un determinado territorio.

- **FAO:**

FAO es la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, la misma que junto con la ONU tienen la finalidad de erradicar el hambre en los diferentes países a nivel mundial, sin importar si estos son desarrollados o en vías de desarrollo. Además de ello,

fomenta la firma de acuerdos, alianzas estratégicas o políticas a favor del desarrollo de los países involucrados.

- **ANECAFE:**

La Asociación Nacional de Exportadores de Café (ANECAFE), es una entidad privada, sin fines de lucro y dentro del territorio ecuatoriano, cuyo objetivo es agrupar, organizar, apoyar a los exportadores de café y participar activamente colaborando con los órganos del Estado para que las producciones de café incrementen. Además, colabora junto con algunas organizaciones cafeteras para llevar a cabo de manera anual el proyecto “Taza Dorada” y así aumentar la calidad y el reconocimiento internacional del café ecuatoriano.

- **RIKOLTO:**

RIKOLTO es una organización internacional que posee más de 40 años de permanencia en el mercado. Mencionada institución se dedica a fomentar, apoyar y fortalecer a los pequeños y medianos agricultores para alcancen su crecimiento en el sector cafetalero.

2.5. Marco Legal

Dentro del Ecuador, pueden exportar café pueden Exportar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como exportador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Además, el exportador debe de registrarse como exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, y previo a ello tener un Registro Único de Contribuyente (RUC) gestionado ante el Servicio de Rentas Internas.

A continuación, se muestra los artículos más importantes para que una persona pueda exportar café desde Ecuador a Colombia:

2.5.1. Ley de Comercio Exterior

Esta ley ecuatoriana tiene como finalidad fomentar la exportación de bienes o servicios desde el Ecuador hacia otros países, para de esta manera mejorar el reconocimiento internacional de la producción nacional y a su vez incrementar la competitividad en el mercado cafetero que es el objeto de estudio en este caso.

Por una parte, la Ley de Empresa se dedica a regular las actividades de comercio del café en relación a las empresas en el Ecuador. Por otra parte, la Ley de Tributación también se dedica a los impuestos que deben de pagarse al momento de realizar los procesos de exportación del café al extranjero.

La Ley Especial del sector cafetero en el cual participan varias entidades relacionadas a la actividad comercial del café, tales como: COFENAC, quien es una persona jurídica conformado de 7 miembros encargada de definir la política cafetera del país, en concordancia con las políticas que han sido establecidas por los ministerios de Agricultura y Ganadería y de Industrias, Comercio, Integración y Pesca; ANECAFE, quienes son la Asociación Nacional de Exportadores de Café; y, FENACAFE, quienes son la Federación Nacional de Cooperativas Cafeteras.

2.5.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

De acuerdo con el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones los principales impuestos y aranceles correspondientes al sector cafetero, son los siguientes:

- Exportaciones del café verde: 2% del valor FOB.
- Exportaciones del café tostado: 2% del valor FOB.
- Exportaciones del café soluble: 0%.

De igual manera, existen impuestos y arancelares que se aplican a los países que importan el café en cierto estado para luego exportarlo, tales como:

- Importaciones del café verde sin descafeinar: 10-15%.
- Importaciones del café verde descafeinado: 15%.
- Importaciones del café tostado sin descafeinar: 15-30%.
- Importaciones del café tostado descafeinado: 30%.
- Importaciones de sucedáneos del café: 30%.
- Impuesto al consumo (IVA): 12%.

“Además de ello, las principales categorías de medidas no arancelarias que afectan el comercio del café son: trámites aduaneros y prácticas administrativas, medidas sanitarias y fitosanitarias y, obstáculos técnicos al comercio” (Organización Internacional del Café, 2020).

2.5.3. SENA: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

2.5.3.1. Pasos para exportar en Ecuador.

Casa uno de los pasos que debe de seguir una persona natural o jurídica que tenga intenciones de exportar café desde Ecuador hasta Colombia son los siguientes:



Figura 14. Pasos para exportar en Ecuador.
Fuente: SENA (2022).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Métodos de Investigación

3.1.1. Método cuasi-experimental

La investigación cuasi-experimental es un método de investigación que se encarga de analizar un objeto de estudio que no ha sido elegido de manera aleatoria, puesto que ha sido elegido de manera previa. A través de este método, lo que se busca es comprobar una idea a defender o poner a prueba una hipótesis (Boente, 2019, p. 107).

Dentro de la presente investigación se utilizó un método cuasi-experimental en relación a los procesos y niveles de producción y competitividad del café en Ecuador y Colombia, y demás variables sobre las cuales se pudo obtener información de fuentes primarias y secundarias, sin la necesidad ni posibilidad de ejercer algún tipo de control sobre los datos recolectados. Posterior a ello, la información obtenida pasó por un proceso de análisis previo a determinar las conclusiones a las cuales se llegaron a través de este estudio.

3.1.2. Método Deductivo

El método deductivo es una estrategia de razonamiento lógico que se basa en la deducción de conclusiones generales partiendo de un conjunto de premisas o también llamadas afirmaciones particulares. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general como lo son las leyes o principios, hacia lo particular como fenómenos o hechos concretos (Baena, 2014, p. 117).

Dentro de la presente investigación se utilizó el método deductivo para la búsqueda de soluciones al problema de investigación. Una vez que se identificaron las principales causas, hubo que examinar las consecuencias de los supuestos, para que, una vez detectados particularmente los problemas existentes con respecto al café de Colombia, en base a ello generar soluciones específicas que resuelvan la problemática general, teniendo en consideración al café ecuatoriano como una posible respuesta a la necesidad existente.

3.1.3. Método Inductivo

Según Ruiz (2017), “el método inductivo es un procedimiento de investigación que se caracteriza por determinar afirmaciones generales partiendo del análisis de hechos particulares.

Esta información se la obtiene a través de técnicas de investigación como observaciones o experimentos” (p.131).

El método inductivo se empleó en la recolección de datos a través de las entrevistas aplicadas a productores y exportadores de café en Ecuador y de importadores de café en Colombia, cuyas respuestas permitieron ampliar la información para posterior a ello determinar conclusiones lógicas en la presente investigación.

3.2. Tipos de Investigación

3.2.1. Investigación documental o bibliográfica

De acuerdo a los autores Fernández, Batista, & Hernández (2014), “la investigación documental o bibliografía se encarga de recolectar y seleccionar información de fuentes tanto primarias como secundarias ya sean estas físicas o virtuales, siendo estos libros, artículos, revistas, grabaciones, periódicos, audios, entre otros” (p. 145).

La investigación bibliográfica fue utilizada para el desarrollo de toda la investigación, en especial para las definiciones de las bases teóricas y el estado del arte detallado en el Capítulo II del presente estudio, relacionadas al café, características, tipos y demás factores diferenciadores dentro del comercio internacional. Además de ello, también se utilizaron fuentes primarias y secundarias, como libros, artículos, vídeos, entrevistas, entre otros, con el objetivo de diseñar una propuesta que muestre soluciones a la problemática existente.

3.2.2. Investigación Descriptiva

Hernández (2014) “la investigación descriptiva se trata de detallar todas las situaciones, sucesos y demás actividades que afectan de manera directa o indirecta al objeto de estudio. De esta manera se puede especificar las propiedades, características y los perfiles del fenómeno estudiado” (p. 92).

La investigación descriptiva fue utilizada para detallar la situación actual que evidencia el mercado colombiano con respecto a su producción de café, para posterior a ello analizarla y tomar decisiones que favorezcan y contribuyan a encontrar soluciones, teniendo en consideración la posibilidad y conjunto de oportunidades que posee Ecuador para lograr cubrir mencionada necesidad, teniendo en cuenta los factores competitivos que posee el café ecuatoriano.

3.2.3. Investigación de Campo

La investigación de campo, consiste en un proceso en el que el investigador se encarga de realizar la recolección de datos de manera directa, justo en el lugar en donde se desenvuelve el objeto de estudio, sin que exista la manipulación de las variables. Este tipo de investigación no necesita de un laboratorio para llevarse a cabo, sino en el lugar en donde ocurren los hechos (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2015, p. 153).

La aplicación de la investigación de campo, se realizó al momento en que el investigador visitó Loja para realizar las entrevistas al exportador y al caficultor de café ecuatoriano, en donde también se visitaron los cafetales y el mercado central de esta ciudad para la recopilación de la información. Además de ello, se realizó una visita a Pereira que es una de las ciudades cafetaleras de Colombia, para así obtener una entrevista con una especialista en la importación de café desde Colombia, y de esta manera tener las dos perspectivas que contribuyen a la culminación de este proyecto.

3.3. Enfoques de Investigación

3.3.1. Enfoque Cuantitativo

Según Bordas (2016), “el enfoque cuantitativo, se basa en un método estadístico que se utiliza para agrupar datos y organizarlos, para finalmente poder realizar un análisis y comprender dicho fenómeno que se estudia” (p. 104).

El enfoque cualitativo se puso de manifiesto dentro de la presente investigación, debido a que el estudio muestra cuadros estadísticos acerca de la producción, precios y niveles de competitividad entre Ecuador y Colombia. Además, fueron mostrados un conjunto de datos históricos de los últimos años con respecto a la producción y exportación entre estos dos países, para así lograra conocer a través de datos numéricos el comportamiento del objeto de estudio.

3.3.2. Enfoque Cualitativo

De acuerdo a los autores Cohen & Gómez (2019), “el enfoque cualitativo, recoge experiencias de primera mano de los participantes involucrados en el estudio, sus opiniones y comentarios ayudan a formar un criterio sobre el fenómeno en investigación” (p. 98).

El enfoque cualitativo fue aplicado en la descripción de los resultados de las entrevistas, con relación a su producción, transformación, competitividad y comercialización del café a

nivel nacional e internacional tanto de Colombia como de Ecuador. Además, contribuyó con las respectivas descripciones de las variables evaluadas dentro del desarrollo de la investigación y de las bases teóricas que estructuraron la propuesta del proyecto.

3.4. Técnicas de Investigación

3.4.1. Entrevista

Según Díaz & León (2019), “la entrevista es una conversación o charla establecida entre dos o más personas, en donde intervienen un entrevistador y uno o varios entrevistados, los mismos que deben de responder ciertas preguntas generalmente abiertas relacionadas a un tema en específico” (p. 214).

La primera entrevista fue destinada al Ing. Adolfo Ramírez, quien expresó su punto de vista y expresó conocimientos con relación al café basado en su ardua experiencia laboral. La segunda entrevista fue destinada a la Msc. Marcia Ramírez, quien es una colombiana que se encarga de visitar países entre ellos Ecuador para seleccionar el mejor grano de café antes de poder importarlo a Colombia. La tercera entrevista fue destinada a Fausto Chamba, quien es un pequeño caficultor que se encarga de vender de manera interna dentro de Ecuador lo que producen sus cultivos.

3.5. Instrumentos de Investigación

3.5.1. Cuestionario

“El cuestionario es un conjunto de preguntas elaboradas de manera cuidadosa y sistemática, que tienen la finalidad de recolectar datos relevantes dentro de una investigación con respeto a un determinado fenómeno u objeto de estudio” (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2015, p. 205).

Los cuestionarios para las tres entrevistas constan de un conjunto de preguntas abiertas. En el primer caso se destinaron preguntas enfocadas a conocer la situación actual del sector cafetalero ecuatoriano, para así lograr identificar las características competitivas en la producción de café. Por otra parte, otro de los cuestionarios fue destinado para conocer la necesidad del café en Colombia, para así identificar si existe alguna posibilidad de que el café ecuatoriano pueda introducirse en el mercado colombiano.

3.6. Población

La población a la que estará enfocado este proyecto, son los habitantes colombianos, quienes serán los beneficiarios de las importaciones de café ecuatoriano, puesto que servirá para abastecer a su mercado local. Sin embargo, debido a la dificultad de poder abordar a los habitantes colombianos para realizar algún tipo de encuestas o investigación de manera más exhaustiva, por esa razón se procedió a realizar tres entrevistas a expertos ecuatorianos y colombianos acerca del tema.

3.7. Desarrollo de las entrevistas

Las entrevistas, fueron destinadas primero a un importante caficultor y exportador de este producto de nacionalidad ecuatoriana. La segunda entrevista a un importador colombiano de café y para finalizar la tercera entrevista fue destinada a un pequeño caficultor y vendedor de este bien de manera interna en Ecuador.

3.7.1. Entrevista a un exportador de café en Ecuador

El primer entrevistado es en Ing. Ramírez, quien ha sido agricultor por más de 30 años, sin embargo, desde el año 2008 se ha dedicado también a la exportación de café a varios países de la región. Además, tiene mucha experiencia en el mercado y ha participado ya hace muchos años en concurso de “La Taza Dorada”.

Tabla 3. *Datos del exportador de café ecuatoriano.*

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre del entrevistado:	Adolfo Salvador Ramírez Pitisaca
Edad:	75 años
Nacionalidad:	Ecuatoriana
Profesión:	Agricultor, productor y exportador de café
Instrucción Académica:	Ingeniero Comercial
Años dedicados al cultivo de café:	14 años

Elaborado por: Álvarez, H (2022).



Figura 15. Entrevista al exportador de café ecuatoriano.
Elaborado por: Álvarez, H (2022).

1. ¿Se redujo considerablemente la exportación de café debido a la pandemia COVID-19?

Por supuesto, se ha reducido considerablemente la producción, debido a que la pandemia porque nos ha inmovilizado a todo el sector cafetalero debido a las restricciones que impuso el gobierno. Además de ello, no sólo la pandemia nos ha afectado, sino también otro tipo de plagas que afectan a los agricultores del café aquí en el Ecuador, como es la roya del café que ha destruido una gran cantidad de cafetales y un gobierno que no ha invertido en mejorar la calidad y variedad de nuestro café, en especial del arábigo que es el principal café que se produce y exporta, aquí en el Ecuador.

2. ¿Por qué considera que Ecuador, a pesar de tener importantes bondades naturales, exporta en su gran mayoría café como materia prima?

Considero que una de las principales razones por las que Ecuador exporta el café en su gran mayoría en granos, se debe a la falta de tecnología y de financiamiento por parte del gobierno. Además, en el Ecuador, la gran mayoría de productores realizan los procesos de sembrar y cosechar de manera clásica o artesanal para lograr la excelencia del café, pero para lograr innovar los tipos y mejorar la calidad del mismo es necesario invertir en tecnología, maquinarias y personal calificado con los conocimientos necesarios acerca de la producción de café.

3. ¿Cómo es posible reconocer un grano de café de exportación?

Los productores de café o las personas que se encuentra en constante contacto con este producto hemos aprendido a catar un buen grano de café y esa es una de las virtudes que permiten reconocer la fragancia, el aroma, el sabor e identificar los minerales con los que han sido alimentados, sean estos sembrados en bosques o huertos. El sólo hecho de oler un grano de café es suficiente para saber si es de buena calidad, es decir que el aroma es el punto diferenciador para determinar la calidad del café.

El café arábigo es el café de mejor calidad para ser exportado, que originalmente se originó en Etiopía, para luego ser expandido por toda América, gracias a los migrantes de ese entonces, para luego ser expandido por todo el mundo. Además, la calidad natural de este grano, sin necesidad de abonos orgánicos es impresionante, además de que sus cuidados vienen dados por la mano del hombre, lo que origina un sabor y aroma suave y diferenciador.

4. ¿Cuáles considera que son las condiciones óptimas para poder producir un café de exportación?

Son muchos factores que inciden para tener un excelente café de exportación, primero es la selección de la semilla, tiene que ser una semilla totalmente sana porque de esta depende el nivel de calidad de la cosecha. Segundo, los minerales que absorbe la planta, por ello las tierras deben de ser bajo sombra o bajo riego porque esto le permite al café absorber los minerales que le proporciona la tierra y el medio ambiente.

Si estas condiciones no se cumplen, o es probable que se pueda cosechar un excelente café. Además, el café de altura es el más óptimo para las exportaciones, el que está a 1.200 o 2.500 metros de altura, porque esto le permite adquirir a la planta una mejor cantidad de minerales y agua dulce, que es lo que le permite al producto final tener un mejor aroma.

5. ¿Cuáles son las diferencias entre el café destinado a ser exportado y el café de consumo interno?

El café para ser exportado es aquel se encuentra en mejores condiciones y el que tenga el mejor aroma. Esto se evidencia al momento al que se lo pila y se lo selecciona, se lo prepara y se lo empaca para ofrecerlo a los mercados internacionales, aquel que se encuentre en mejores condiciones. Mientras que el resto de café que ha sido pilado, en menor tamaño o con mayores

defectos es aquel que se lo deja a nivel nacional para tostarlo, molerlo y ofrecerlo para el consumo interno.

Mencionada selección en la antigüedad se lo realizaba de manera manual, pero en la actualidad ya existe maquinaria para seleccionar el grano de café, hacer la limpieza de todos los metales que pueden llegar a mezclarse con los granos y finalmente culmina con una limpieza manual para evitar cualquier tipo de defectos que posea el grano.

6. De acuerdo a su experiencia. ¿Cuáles cree usted que son las razones para que Colombia, a pesar de ser uno de los mayores productores de café, importe este mismo producto para su consumo interno?

Yo considero que una de las razones fundamentales, para que los demás países no solamente Colombia busquen comprar el café ecuatoriano, es porque el país aún mantiene un café originario como es el arábigo, mientras que los otros países han avanzado en el desarrollo tecnológico y en la clonación de un mejor grano de café, que lo considero bueno por su gran rendimiento.

Sin embargo, al café clonado le hace falta el aroma necesario para que tenga mejor sabor y aceptación en el mercado internacional, situación que, sí se evidencia en la producción ecuatoriana, en donde aún se siguen usando métodos manuales, un mejor trato y menor cantidad de químicas que aumentan los estándares de calidad de la producción cafetalera.

7. ¿Cuáles considera que son las características que busca Colombia al momento de comprar café ecuatoriano?

En el caso de Colombia, para poder cubrir la demanda interna lo que ellos buscan es que el café que ellos han dejado para su consumo que no necesariamente es de alta calidad, buscan mezclarlo con otro que tenga mayor calidad como lo es el café de Ecuador. Porque es importante recalcar, que el café de Loja es reconocido mundialmente como uno de los mejores cafés por el concurso de la Taza Dorada por su excelente calidad, esto ha ocasionado que los diferentes países entre ellos Colombia se interesen por nuestro café para hacer una mezcla con el que ellos poseen y así mejorar su calidad.

8. ¿Cuáles son las limitaciones para exportar café a Colombia?

Limitaciones en el caso de transporte no las tenemos, porque se trata de un país vecino con el que mantenemos acuerdos de comercio internacional. Sin embargo, como limitaciones puedo nombrar la falta de incentivo por parte de un gobierno que prefiere invertir en otros sectores que no son el cafetalero, a diferencia de Colombia que ha creado leyes en donde incentivan a sus colaboradores al premiarlos con un 10% en el rendimiento de su café. En Ecuador, ni siquiera se ha mejorado la calidad del café, no tenemos un centro de producción de semillas propio del país, sino que debemos de importar materia prima como son los granos desde Colombia y Brasil.

Otra limitación, es que considero que la producción actual del Ecuador en cuanto a café es muy baja por ende es complicado que podamos llegar a satisfacer toda la demanda de Colombia, porque hasta el mercado nacional se encuentra desabastecido, debido a que día tras día muchos agricultores desisten de la idea de continuar con este producto debido a la falta de apoyo gubernamental y al alto costo de materias primas y demás periodos en el proceso de producción.

9. ¿Cómo considera usted que se encuentra la situación actual del mercado cafetalero a nivel nacional y provincial?

En este momento estamos pasando una etapa crucial por falta de insumos. Por esta razón, los agricultores no cumplimos con las cuotas de producción requeridas, y esto se debe a una falta de asistencia abonos orgánicos, la falta de riego o la falta de preparación de los agricultores para realizar mejores procesos de producción al momento de sembrar café. Yo considero que estos son los factores más determinantes para que nosotros no alcancemos una cuota de gran producción, especialmente en la variedad de café arábigo.

Esto quiere decir que no hay una gran producción de café arábigo, hay mejor producción en sus clones de café. Esta producción de café se siembra en todo el país, pero al momento de cosechar los resultados no están siendo los esperados. Por ejemplo, una hectárea de café arábigo me produce 6 quintales, mientras que una hectárea sembrada con clones de café está llegando a producir de 20 a 15 quintales del producto.

10. ¿Qué factores considera usted que están afectando al mercado cafetalero?

Entre los principales factores puedo mencionar la carencia de capital, la falta de tecnología, la carencia de medios de comunicación, la falta de vías carrosales de penetración en los centros

de producción, la insuficiente mano de obra calificada y la poca asistencia en el seguro agrícola campesino por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Otro de los factores que puedo mencionar es que, la orografía del Ecuador es muy irregular y las vertientes de agua de sectores se desperdician por la gran caída de agua hacia llanos bajos, y eso no nos permite utilizar toda la vertiente de agua. En el sector Costa, se lo utiliza mejor porque el suelo es más plano, pero en mi opinión, es el medio menos adecuado para obtener una excelente calidad de café porque el suelo de la Costa contiene mucho azufre y sal.

11. ¿Con qué recursos tecnológicos y físicos cuentan en su producción y comercialización del café?

Primero, podría mencionar que los caficultores ecuatorianos en su gran mayoría no tenemos una mecanización actualizada, no contamos con canales de riego, no tenemos asistencia crediticia de los organismos del Estado. Además, en la actualidad se evidencia un abandono de la mano de obra del sector campesino, esto hace que no podamos utilizar todos los recursos para mejorar la producción de café.

12. ¿Con cuántos proveedores dispone en la actualidad y cuáles son?

En Ecuador tenemos un sistema muy complicado, porque en este país no es el productor de café el mejor proveedor porque hay intermediarios que acaparan la producción de café y son ellos que cuentan con mejores recursos para introducirse en los centros de productos, y así lograr acaparar la producción de los proveedores pequeños, pagando un precio de explotación en beneficio de todos los intermediarios. Todo esto hace que el precio del café para el agricultor esté por debajo del promedio, siendo los mayores beneficiarios los llamados intermediarios.

En la actualidad cuento con dos proveedores de semillas de café y demás materias primas necesarias para llevar a cabo la producción, entre ellos se encuentran Café Cundinamarca de Colombia y B2 Bazil de nacionalidad brasileña.

13. ¿Cuáles son las inversiones que usted ha realizado y que considera que aportan a la calidad de su producto?

En realidad, considero que la mejor inversión es la mejor tierra, porque cuando una persona reconoce que un sector determinado es propicio para determinar café, es porque ha encontrado la base para conseguir un café de calidad. Los terrenos de mayor altura son los más propicios,

con una tierra un poco arenosa porque eso le permite fluir mejor a las fuentes de agua, sean naturales o cítricas, para que de esta manera el café pueda desarrollarse, en su crecimiento y floración para así que ese árbol logre darnos el mejor grano de café.

14. Entre los productos orgánicos como el café, ¿cuáles otros productos son los más demandados por el mercado colombiano?

Aparte del café Colombia también suele demandar uchuva, quinoa, caña de azúcar y panela, pero el café Lojano es el producto orgánico que ellos más demandan y me atrevería a decir que es uno de los únicos por los cuales se deciden por el ecuatoriano.

15. ¿Considera que los precios de venta que usted ofrece son mayores, iguales o menores a los de otros productores que exportan café a Colombia?

En este mercado de la comercialización del café, considero que no hay una unificación de precios, porque aún se evidencia un mercado de competencia desleal donde todos quieren vender teniendo un excelente café y pudiendo cobrar el mejor precio, debido a las necesidades y la escasez de recursos de los productores, estos se ven obligados a vender a un precio muy bajo. De este proceso comercial sólo son beneficiarios los intermediarios o industriales que acaparan la producción nacional, comprando el café a precios extremadamente bajos.

16. ¿Qué medios de comunicación utiliza para promocionar su producto y marca hacia el extranjero?

En la actualidad se evidencian diferentes medios publicitarios a los cuales se puede acudir para publicitar el café ecuatoriano. Uno de estos medios son los centros de convenciones comerciales a nivel nacional y a nivel internacional. Otro medio son los canales de televisión que nos permiten exponer de una mejor manera nuestras bondades del café. Además de ello, la incursión de los medios digitales ha sido una gran ayuda para dar a conocer el café ecuatoriano, la creación de páginas web y demás plataformas digitales conectan a las personas y empresas a nivel mundial.

17. ¿Qué tipo de alianzas estratégicas ha establecido con otras empresas del sector?

Todos quisiéramos realizar una alianza entre los productores de café, pero en la actualidad me he asociado a ANECAFE, que es una entidad que asocia a todos los productores, comercializadores y exportadores de café. Sin embargo, no hay un frente unido dentro del país que se encargue de velar por la seguridad y el bienestar de todo el sector cafetalero.

Lamentablemente, el sector cafetalero de Ecuador se evidencia como se menciona comúnmente “cada cual lleva agua a su molino”, sin importarle que los pequeños productores puedan competir en unión de condiciones. Cada uno de nosotros trabaja de manera individual para llegar a los mercados nacionales e internacionales.

18. ¿Cuál es su competencia directa e indirecta, y por qué los considera como tal?

Yo considero, que cada uno de los miembros del sector cafetalero no deberíamos vernos unos a otros como competencia, sino que tratemos de manera individual o colectiva mejorar la calidad del café e incrementar los niveles de producción. El país ni siquiera logra abastecer a su mercado nacional, por ende, lo que más se evidencia es demanda y poca oferta, por ello habría ventas de todas las cantidades de café cosechadas.

El mayor exportador de este producto se llama “El Café”, que es una empresa de Álvaro Noboa, la misma que cuenta con los recursos necesarios y ha logrado exportar grandes cantidades de café. Sin embargo, las demás empresas cuentan con recursos limitados, puesto que llegar al mercado internacional demanda un costo muy elevado, por ello un productor pequeño y mediano aún no puede conquistar el mercado internacional.

3.7.1.1. Análisis de los resultados de la entrevista a exportador de café ecuatoriano

Luego de realizar la respectiva entrevista a una importadora de café en Colombia, se lograron obtener los siguientes datos:

- En el Ecuador el sector cafetalero se vio enormemente afectado debido al COVID-19, debido a todas las restricciones impuestas por el gobierno en especial por el hecho de que el país importa semillas y por el retraso de las importaciones, esto disminuyó la producción de café.
- Las principales razones por las que Ecuador es exportador en su gran mayoría de café como materia prima son debido a la falta de industrialización de sus procesos y de financiamiento por parte del gobierno.
- La fragancia, el aroma, el sabor, el peso, la textura y la integridad del grano de café es lo que le permite saber a un catador el nivel de calidad del mismo.
- Las condiciones óptimas para poder producir un café de exportación climas tropicales, tierras bajo sombra y riego.

- El café de exportación es aquel que posee el mejor aroma y mejores condiciones en cuanto al grano, el mismo que es pre seleccionado de manera previo. Mientras que el café de consumo nacional lo conforman aquellos granos que no pasaron el proceso de calidad para ser exportados.
- Las principales razones por las que Colombia busca exportar café de otros países como Ecuador, es porque su producción no abastece su consumo interno y porque Ecuador ha alcanzado mayor reconocimiento por la calidad del café que produce.
- Lo que Colombia busca es comprar un café de alta calidad para mezclarlo con otro de no tan buenas condiciones, para así lograr cubrir su demanda de consumo interno.
- Las limitaciones que posee Ecuador para convertirse en un país proveedor de café a Colombia son los aranceles, la falta de incentivos, carencia en materia de financiamiento por parte del gobierno y la capacidad limitada de producción de café en Ecuador.
- La situación del café en el Ecuador se encuentra deplorable debido a que se evidencia la falta de insumos, personal capacitado, tecnología para mejorar la variedad de cafeto, falta de apoyo gubernamental, altos costos de materia prima, falta riego y de asistencia abonos orgánicos.
- Otros de los factores que se encuentran afectando al mercado cafetalero ecuatoriano son la carencia de capital y de medios de comunicación, al igual que la falta de vías carrosales de penetración en los centros de producción, y la poca asistencia en el seguro agrícola campesino por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- El entrevistado considera que la mejor inversión es la tierra para el cultivo de café, que debe de ser arenosa y luego de ello la tecnología, entre los que destaca una máquina seleccionadora de granos de café.
- La uchuva, quinoa, caña de azúcar y panela son otros productos son los más demandados por el mercado colombiano.
- Los precios del café ecuatoriano se encuentran muy bajo, porque no se evidencia una unificación de precios y debido a las necesidades y la escasez de recursos de los productores, ellos tienden a vender su producto a muy bajos precios.
- En el país, la mayoría de los caficultores se ha asociado a ANECAFE, que es una entidad que asocia a todos los productores, comercializadores y exportadores de café.

3.7.2. Entrevista a importador de café para Colombia

El segundo entrevistado, es la Dra. Marcia Ramírez Atarihuana, quien es una ciudadana de nacionalidad colombiana que se encarga de visitar diversos países como Ecuador, Brasil, Perú para de esta manera encontrar un café de calidad a través de la catación y de su experiencia. Una vez encontrado el café de mayor excelencia, se encarga de importarlo a Colombia para que este sea comercializado de manera interna y así pueda satisfacer la alta demanda a nivel local.

Tabla 4. Datos del importador de café para Colombia.

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre del entrevistado:	Marcia Irene Ramírez Atarihuana
Edad:	62 años
Nacionalidad:	Colombiana
Profesión:	Caficultora, importadora y exportadora de café para Colombia
Instrucción Académica:	Dra. En ciencias de la educación
Años dedicados al cultivo de café:	20 años

Elaborado por: Álvarez, H (2022).



Figura 16. Importador de café para Colombia.
Elaborado por: Álvarez, H (2022).

ENTREVISTA A IMPORTADOR DE CAFÉ PARA COLOMBIA

1. ¿Se redujo considerablemente la importación de café a Colombia debido a la pandemia COVID-19?

Considero que la pandemia es la que dejó muchas secuelas en la vida de todas las personas, sobre todo en la producción, negocio, comercio del café, sí. Por este hecho, no se pudo trabajar con normalidad en la siembra de cafetales y por ende las cosechas disminuyeron debido al mal tiempo, a los retrasos en el transporte de materia prima, en las exportaciones e importaciones, los aranceles y el precio del café se redujo, pero el transporte aumentó su costo.

Debido al COVID-19, las personas no podían trabajar por causa de las restricciones, por lo tanto, no se podía sembrar y era un atraso para la producción no sólo en Colombia, sino que considero que esta problemática aquejó a todo el mundo. Por esta razón, se hizo más insostenible no sólo el hecho de completar la cantidad de café que requiere el país para exportar, sino que también no hubo abasto para el mercado local.

2. ¿Cuáles son las razones por las que Colombia decide importar café proveniente de Ecuador?

Las razones son múltiples, entre ellas esta: la calidad del grano. Ecuador siempre ha caracterizado por tener un buen café de excelencia, tanto en presentación, forma y volumen, por esta razón considero que no sólo a mi país sino a muchos otros les llama la atención que Ecuador produce café arábigo de una muy alta calidad.

3. ¿Cómo es posible reconocer un grano de café para importarlo a Colombia?

Esto lleva un gran proceso. Primero, se analiza desde la calidad de la siembra, si es café de altura, arábigo o mejorado. Al momento de ver el grano, se lo distingue porque es grande, de color verde y aromático, todo café que cumpla con estas características y sobre todo que no tenga ningún tipo de imperfecciones, es el ideal para poder importarlo.

4. ¿Cuáles considera que son las condiciones óptimas para poder producir un café de exportación?

Una de las condiciones óptimas para poder producir un café de exportación es la abundante presencia del agua, ya que el café necesita suficiente agua para el florecimiento. Además de ello, en nuestro país (Colombia), consideramos que, dentro de todo el proceso de café desde su cultivo hasta su selección, debe de intervenir la mano del hombre, puesto que es tradicional

para nosotros que los granos de café sean tratados con la mayor suavidad posible, puesto que esto mejora su sabor.

5. ¿Cuáles son las diferencias entre el café colombiano destinado a ser exportado y el café de consumo interno?

La diferencia es abismal, el café para exportar es grande, de buen color, sabor, aroma porque es escogido, que no tenga grano quebrados y que este íntegro. Mientras que el café para el consumo nacional es aquel que es rechazado de los procesos de selección y excelencia, por esta razón para que la calidad no decaiga en gran magnitud es que se busca otro tipo de cafés de mejor a calidad a un precio razonable y así en muchos de los casos al mezclarlos, se logre un mejor sabor, digno de un café nacional colombiano.

6. De acuerdo a su experiencia. ¿Cuáles cree usted que son las razones para que Colombia, a pesar de ser uno de los mayores productores de café, importe este mismo producto para su consumo interno?

Una de las razones más importantes es el precio y la calidad. Además, Colombia se vio afectado por una plaga en el café y debido a eso tuvo que tomar medidas y decidieron importar café de otros países para poder abastecer el consumo de la sociedad, debido a que la producción nacional no era suficiente para cumplir las metas de exportación y muchos menos para aquellas destinadas al consumo interno.

7. ¿Cuáles son las limitaciones para importar café proveniente de Ecuador?

Las limitaciones son sobre todo los pagos de aranceles, precio debido al cambio monetario y que Ecuador tiene muy poca producción de café para exportar, por ende, no podría ser nuestro único proveedor porque no abastece nuestras necesidades.

8. ¿Cómo considera usted que se encuentra la situación actual del mercado cafetalero a nivel nacional?

La situación en la actualidad es que a pesar del prestigio que tenemos, debido a las plagas y las repercusiones del COVID-19, porque esto ha hecho que se reduzca la producción de café dentro del territorio nacional, porque eso no hay suficientes cosechas estos últimos años. Por enfermedades de café y la sequía, se ha destruido gran parte de la población.

9. ¿Qué factores considera usted que están afectando al mercado cafetalero en Colombia?

Las producciones de café se ven afectadas debido a las temperaturas altas, a la falta de lluvia y al ataque de la plaga roya del café que ha destruido muchas plantaciones a su paso.

10. Entre los productos orgánicos como el café, ¿cuáles otros productos son los más demandados por el mercado colombiano?

El café es el principal producto en cuanto a orgánico se refiere que buscamos importar, pero en ciertas ocasiones cuando la demanda aumenta en el país vamos en busca de uchuva o quinoa porque en la actualidad han aparecido varias empresas dedicadas a fabricar varios productos elaborados a base de quinoa como galletas, por ejemplo.

11. ¿A través de qué medios es posible obtener información de posibles nuevos proveedores de café?

Las plataformas digitales, los concursos de exposición de café y algunas ferias de activaciones relacionadas al producto son algunos de los medios mediante los cuales los importadores podemos empezar a tener conocimiento acerca de productores que ofrecen café de calidad. Luego de ello, ya depende de nosotros investigar más y ponernos en contacto con cada uno de ellos.

3.7.2.1. Análisis de los resultados de la entrevista a importador de café colombiano

Luego de realizar la respectiva entrevista a una importadora de café en Colombia, se lograron obtener los siguientes datos:

- Debido a la pandemia de COVID-19, en Colombia se redujo considerablemente la importación y exportación de café, puesto que las restricciones de movilidad impedían el libre transporte internacional de los bienes, por ende, existieron muchos retrasos, el precio del café se redujo generando menores utilidades, entre otros.
- Las principales razones por la que Ecuador es uno de los países elegidos por Colombia para importar café, porque su producto cumple con los estándares de calidad exigidos a nivel internacional, por la facilidad de transporte al ser limítrofes y porque necesitan abastecer su mercado nacional con un café de muy buena calidad.
- Para reconocer un grano de café antes de importarlo a Colombia, es necesario que se lleve a cabo un proceso de reconocimiento del mismo, para determinar si este cumple

con el olor, aroma y sabor de la calidad que busca Colombia en sus importaciones de café.

- De acuerdo a la entrevistada, las condiciones óptimas para poder producir un café de exportación, son la correcta cantidad de agua, el proceso de selección y cosecha debe de ser con mucho cuidado y suavidad por parte de personal calificado.
- El café colombiano a ser exportado es aquel que en mejores condiciones se encuentre, que cumpla con los altos estándares de calidad que demanda el mercado internacional, mientras que el de consumo interno es de una calidad más baja, puesto que es aquel café que quedó excluido en el proceso de selección.
- La razón por la que Colombia, a pesar de ser uno de los mayores productores de café, se ve en la necesidad de importar café de otros países, se debe a que su producción no abastece para el consumo interno, puesto que la mayor cantidad de su café se exporta, dejando desabastecida la demanda nacional.
- Las limitaciones para importar café proveniente de Ecuador son los pagos de aranceles, precio debido al cambio monetario y que Ecuador tiene muy poca producción de café para exportar.
- A pesar de que Colombia tiene gran reconocimiento internacional debido a la gran cantidad de hectáreas de café, la situación de producción se ha reducido considerablemente debido a las temperaturas altas, la falta de lluvia y el ataque de la plaga llamada roya.
- Aparte del café, Colombia también busca importar de países como Ecuador, algunos productos como uchuva o quinoa, para elaborar productos procesados a base mencionados bienes.
- Las plataformas digitales, los concursos de exposición de café y algunas ferias de activaciones relacionadas al café son los medios para que las empresas o público en general pueda obtener información de posibles nuevos proveedores de café.

3.7.3. Entrevista a un agricultor y vendedor de café ecuatoriano

El tercer entrevistado es un pequeño agricultor de la ciudad de Loja, quien desde joven se ha dedicado al cultivo de café y posterior a ello a vendedor ya tostado en ferias o mercados de la ciudad en mención. El objetivo de esta entrevista es obtener información no sólo de un gran exportador de café, sino también del gremio agricultor cafetalero que se dedica a sembrar café para el consumo interno, es decir de menor calidad del que demanda el mercado internacional.

Tabla 5. Datos de un pequeño productor de café ecuatoriano.

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre del entrevistado:	Fausto Chamba
Edad:	65 años
Nacionalidad:	Ecuatoriano
Profesión:	Agricultor y Vendedor de café en Loja
Instrucción Académica:	Primaria
Años dedicados al cultivo de café:	50 años

Elaborado por: Álvarez, H (2022).



Figura 17. Entrevista a un agricultor de café ecuatoriano.
Elaborado por: Álvarez, H (2022).

ENTREVISTA A UN PEQUEÑO AGRICULTOR Y VENDEDOR DE CAFÉ ECUATORIANO

1. ¿Se redujo considerablemente la exportación de café debido a la pandemia COVID-19?

Por supuesto, esta pandemia nos trajo fuertes pérdidas económicas en especial para los pequeños productores como yo que vivimos de las ventas diarios de café tostado dentro de este

mercado. Pero los confinamientos fueron la principal causa de que el sector cafetalero cayera en una terrible crisis. También vendo café en granos a ciertos intermediarios, pero el problema es que pagan muy poco.

2. ¿Por qué considera que Ecuador, a pesar de tener importantes bondades naturales, exporta en su gran mayoría café como materia prima?

El clima, el suelo y el relieve favorecen a las plantaciones de café, pero este país no es industrializado por ende carece de la tecnología necesaria para perfeccionar el proceso de producción de café. Además de ello, las semillas tampoco las produce Ecuador, deben de ser compradas en Colombia o Brasil, a altos costos y esto genera que los pequeños agricultores perdamos o ganemos muy poco al momento de vender nuestro café.

3. ¿Cómo es posible reconocer un grano de café de exportación?

Un caficultor es capaz de identificar un grano de café de calidad con sólo olerlo, verlo, observar su color y tocarlo, porque de esa manera se evidencia todo lo que este producto ha podido absorber de su entorno. Una vez que está tostado, es el sabor lo que lo hace distintivo de los demás.

4. ¿Cuáles considera que son las condiciones óptimas para poder producir un café de exportación?

En primer lugar, el suelo sobre el que se siembre café es el punto central, luego de eso el clima tropical y la correcta manera de regarlo son otros de los factores que influyen en la calidad del café que se cosecha al final.

5. ¿Cuáles son las diferencias entre el café destinado a ser exportado y el café de consumo interno?

El café para exportación es el que no tiene ningún tipo de daño, es correctamente seleccionado, en otras palabras, debe de estar en las mejores condiciones posibles, sin quebrarse sobre todo porque esto afecta la tostación del mismo.

6. De acuerdo a su experiencia. ¿Cuáles cree usted que son las razones para que Colombia, a pesar de ser uno de los mayores productores de café, importe este mismo producto para su consumo interno?

Considero que es por el reconocimiento internacional que está teniendo actualmente el café ecuatoriano, especialmente el que se cultiva en Loja, café de origen. Una de las razones, de este reconocimiento se debe al concurso llamado “Taza Dorada”, en el que se selecciona a los mejores cafés. Por ende, el sabor y aroma del café ecuatoriano es inigualable, además de ser uno de los pocos productores y exportadores de café arábigo.

7. ¿Cuáles considera que son las características que busca Colombia al momento de comprar café ecuatoriano?

Considero que busca la calidad por encima del precio, y en Ecuador consigues las dos cosas. Por una parte, la calidad y el sabor del café ecuatoriano serán muy beneficioso para que en Colombia lo mezclen con otro de no tan buena calidad y así incrementen la cantidad que han importado. Además, debido a la crisis del sector cafetalero en el país, genera que los productores vendan sus cosechas a precios relativamente bajos.

8. ¿Cuáles son las limitaciones para exportar café a Colombia?

La falta de recursos es la principal limitación, porque la mayoría de productores tienen recursos limitados con respecto a materias primas, tecnologías o insumos agrícolas. Además de ellos los costos para exportar son muy altos, el gobierno no apoya a los pequeños y medianos agricultores, no los financia a través de créditos que incentiven la producción.

9. ¿Cómo considera usted que se encuentra la situación actual del mercado cafetalero a nivel nacional y provincial?

Todo el sector cafetalero se encuentra en crisis, principalmente por los estragos que arrojó la pandemia del COVID-19. Pero además de ello, las plagas del café y los factores que mencioné anteriormente como falta de capital, maquinarias y demás, por esta razón hay cada vez menos caficultores, es decir que la producción se reduce, provocando el desabastecimiento tanto interno como externo de café.

10. ¿Qué factores considera usted que están afectando al mercado cafetalero?

Uno de los principales factores es la falta de apoyo por parte del gobierno, porque considero que, si ellos generaran facilidades al momento de otorgar créditos al sector cafetalero, más personas se dedicarían a la producción de este bien. De esta manera, los caficultores serán capaces de proveerse de maquinarias o métodos más especialidades que aumenten la calidad

de café y por qué no, que con esta inyección de calidad muchas más personas puedan exportar su café.

11. ¿Con qué recursos tecnológicos y físicos cuentan en su producción y comercialización del café?

La verdad es que recursos tecnológicos son casi nulos porque como le mencioné soy un pequeño caficultor, pero si pude comprarme hace algunos años una máquina que me ayuda a separar los granos de café, a seleccionar los que no tienen imperfecciones.

12. ¿Considera que los precios de venta que usted ofrece son mayores, iguales o menores a los de otros productores que exportan café a Colombia?

Los precios de venta del café son muy bajos, es decir que al caficultor le pagan muy poco por el producto y los intermediarios se encargan de aumentar su precio a las grandes empresas o exportadoras del país como lo es la empresa “El Café” de Álvaro Noboa.

13. ¿Qué medios de comunicación utiliza para promocionar su producto y marca hacia el extranjero?

La verdad es que acerca de eso no tengo mucho conocimiento porque como le mencionaba yo soy vendedor a nivel nacional de café, es decir aquí en Loja, Quito o sectores aledaños. Pero he evidenciado que las plataformas e Internet y la televisión son una ventana que ha dado a conocer el café ecuatoriano al exterior.

3.7.3.1. Análisis de la entrevista al pequeño agricultor ecuatoriano

Luego de realizar la respectiva entrevista a un pequeño caficultor y comercializador del producto de manera interna en Ecuador, se lograron obtener la siguiente información:

- La pandemia COVID-19, generó grandes pérdidas para el sector cafetalero, en especial para aquellos pequeños caficultores que se encargan de vender sus productos para el consumo nacional, pero debido a los confinamientos les fue complicado trabajar.
- A pesar de las bondades medioambientales que posee Ecuador, este país no progresa en los procesos de producción de cacao debido a la falta de apoyo gubernamental y a lo poco industrializado que es al ser un país en vía de desarrollo.
- Las personas que se encuentran en constantes contacto con los granos de café, pueden identificar su calidad con el sólo hecho de verlos, catarlos y olerlos.

- El suelo, el clima y la cantidad de riego de los árboles de cafeto son los responsables de la calidad del café que se cosechará.
- En Ecuador, se elige el mejor café para las exportaciones y el café de rechazo o con imperfecciones es aquel que se consume de manera interna.
- La principal razón para que Colombia busque proveedores de café a pesar de que son ellos quienes tienen reconocimiento internacional en esa rama, esto lo hacen debido a que por la gran cantidad de exportaciones que poseen, su mercado local con respecto a este bien queda desabastecido.
- Colombia se ha fijado en el café que ofrece Ecuador debido al actual reconocimiento internacional que está empezando a tener este producto en el exterior, puesto que su excelente calidad va acompañada de estos factores como el sabor y olor suave.
- Las principales razones por las cuales muchos caficultores no se deciden a exportar café, se debe a que las materias primas, tecnologías o insumos agrícolas se encuentren a altos costos, que hace insostenible esta actividad.
- Las plagas, la falta de control y apoyo gubernamental en cuanto a financiamiento son los principales factores por los cuales el sector cafetalero ecuatoriano se encuentra siendo afectado.
- Los precios de venta del café son muy bajos, es decir que al caficultor le pagan muy poco por el producto y los intermediarios se encargan de aumentar su precio a las grandes empresas o exportadoras del país.
- Los medios de comunicación que utilizan algunos caficultores para promocionar su producto y marca hacia el extranjero, son las plataformas e Internet y la televisión.

CAPÍTULO IV

INFORME FINAL

4.1. Resumen Ejecutivo

El presente proyecto se basa en identificar las oportunidades que posee Ecuador para poder convertirse en uno de los proveedores de café para Colombia, puesto que este país a pesar de ser uno de los mayores productores y exportadores de café en el mundo, posee una problemática muy relevante. Mencionado problema se basa en que Colombia se ha dedicado a producir este producto casi en la totalidad sólo para ser exportado, lo que ha ocasionado que su demanda de consumo interno quede desabastecida.

Del 100% de la producción de café colombiano, aproximadamente el 87% es destinado a las exportaciones a gran parte de América y Europa, a países como Estados Unidos y Alemania. El 14% restante de mencionada producción se destina al consumo interno, sin embargo, este porcentaje no es suficiente para abastecer la demanda de un país de 51,6 millones de habitantes aproximadamente, que es equivalente a al menos 1,8 millones de sacos de café por año. Por esta razón, la diferencia se importa, para así alcanzar la cantidad de café necesaria.

Con el pasar de los años, el desabastecimiento de café para el consumo interno se incrementa más y más, debido a muchos factores entre los que sobresalen la destrucción de las plantaciones debido a plagas del café como la roya, o a su vez porque las exportaciones de este producto les generan a los empresarios mayores ganancias, que el hecho de venderla de manera local. Por otra parte, las exportaciones de Ecuador se encuentran en ascenso en especial las destinadas a Estados Unidos y Colombia, las mismas que se incrementaron en aproximadamente un 47% entre los años 2020 y 2021.

En la actualidad, Ecuador si exporta café en grano a Colombia, pero en cantidades muy pequeñas puesto que su principal comprador es Estados Unidos. Sin embargo, a pesar de que Ecuador no es un país industrializado, la empresa Tonicrop exporta a Colombia de manera anual más de un millón de una bebida conocida como Caffé Lato que es un producto ya elaborado. Este producto ha sido uno de los medios por los cuales el café ecuatoriano a pesar de que no sea a manera de materia prima, ya se está dando a conocer en el vecino país (Data Sur, 2021).

Por esta razón, y debido a la excelencia de café que se produce en Ecuador, el presente informa trata de recabar la mayor cantidad de información que permita identificar si existe alguna posibilidad de que Ecuador se convierta en uno de los principales exportadores de café en grano hacia Colombia, para así cubrir la demanda insatisfecha que posee este país con respecto a la cantidad de café que necesita para su consumo interno.

4.2. Análisis Documental

4.2.1. Exportaciones e importaciones de café entre Ecuador y Colombia

4.2.1.1. Exportaciones de café desde Ecuador hasta Colombia en valores FOB

La Figura 18, muestra las exportaciones de café desde Ecuador hasta Colombia en valores de precios FOB (Free on Board), es decir, el valor que corresponde al precio de mercado de los bienes en la frontera del país exportador, que en este caso es Ecuador. Este precio se compone del costo de la mercancía en el país de origen, transporte de los bienes y derechos de exportación.

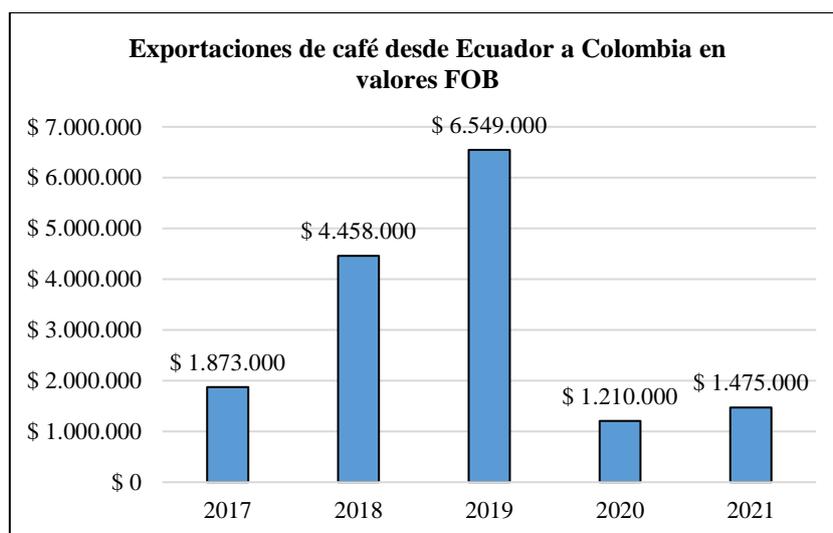


Figura 18. Exportaciones de café en valores FOB.

Fuente: FAOSTAT y Trademap (2022).

Elaborado por: Álvarez, H (2022).

Entre en año 2017 y el año 2018 se observa que las exportaciones se incrementaron pasando de un 1,87 millón de dólares hasta alcanzar un rubro de \$4,46 millones, es decir que el incremento en este periodo fue de un 138%. Desde el 2018 hasta el 2019, también se evidencia en la gráfica un crecimiento de 2,09 millones alcanzando el tope en los el periodo de 5 años analizados, lo que repretan un porcentaje de 47%.

Sin embargo, el auge de las exportaciones de café al vecino país decrecieron entre los años 2019 y 2020, llegando a un valor de 1,21 millones de dólares lo que representa un decremento del 82%, adjudicando gran parte de la responsabilidad a la llegada de la pandemia COVID-19 al país y al mundo, puesto que sus restricciones de movilidad también afectaron considerablemente al comercio exterior, por lo que las exportaciones se retrasaron significativamente. Para finalizar, en el año 2021 se evidenció un leve incremento de 1,47 millones de dólares lo que representa el 22% las exportaciones.

4.2.1.2. Exportaciones de café desde Ecuador hasta Colombia en toneladas

La Figura 19, muestra los valores de las exportaciones de café desde Ecuador hasta Colombia en toneladas entre los años 2017 y 2021. Entre en año 2017 y el año 2018 se observa que las exportaciones se incrementaron pasando de unas 1.116 toneladas hasta alcanzar las 2.434, es decir que el incremento en este periodo fue de un 118%.

Desde el 2018 hasta el 2019, también se evidencia en la gráfica un crecimiento de 3.491 toneladas alcanzando el tope en los el periodo de 5 años analizados, lo que repriman un porcentaje de 43%. Sin embargo, estos valores decrecieron considerablemente en el periodo comprendido entre el año 2019 y 2020, llegando a un valor de 699 toneladas, lo que representa un decremento del 80%. Para finalizar, en el año 2021 se evidenció un breve repunte de 850 toneladas lo que representa el 22% las exportaciones.

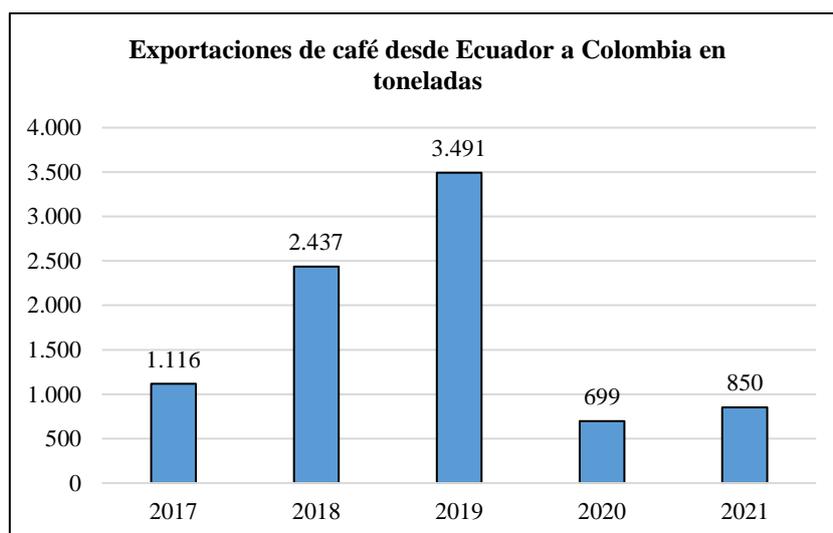


Figura 19. Exportaciones de café en toneladas.

Fuente: FAOSTAT y Trademap (2021).

Elaborado por: Álvarez, H (2022).

4.2.1.3. *Importaciones de café colombiano para Ecuador en valores FOB*

La Figura 20 muestra, la evolución de las cifras en millones de dólares correspondientes al café colombiano que ha importado Ecuador, en el periodo comprendido entre el año 2017 hasta el 2021, en precios de valor FOB.

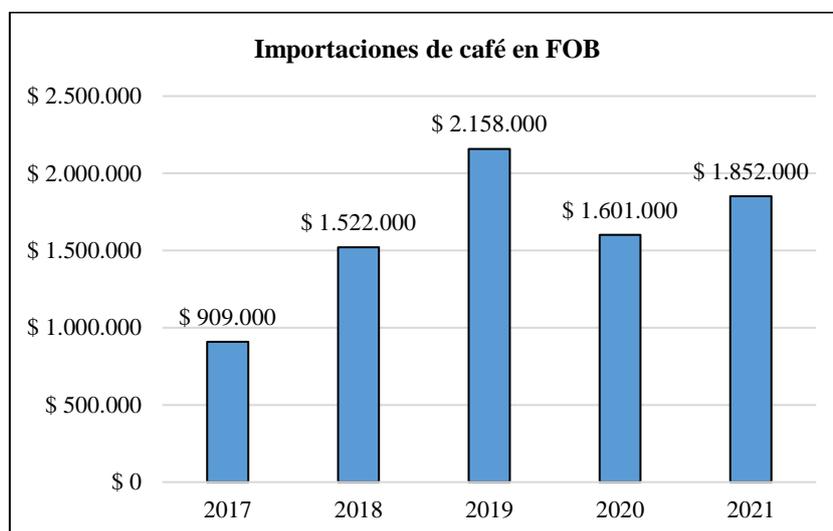


Figura 20. Importaciones de café en FOB.

Fuente: FAOSTAT y Trademap (2021).

Elaborado por: Álvarez, H (2022).

En cuanto a las importaciones de café proveniente de Colombia para Ecuador, la situación cambia debido con respecto a las exportaciones, debido a que sus rubros van en ascenso, a diferencia del año 2020 que se evidenció un decrecimiento.

En el año 2017, las importaciones de café alcanzaron un valor de 909 mil dólares, el mismo que se vio incrementado del 67% en el año 2018 alcanzando 1,52 millones de dólares. Al pasar al año 2019 el valor de importaciones alcanzó los 2,15 millones de dólares, es decir que también se evidenció un incremento, pero en este caso del 42%, siendo este el año tope del periodo analizado. Sin embargo, en el año 2020 se evidenció un decrecimiento de las importaciones en un 26%, es decir 557 mil dólares menos que el año anterior. Para finalizar, este análisis en el año 2021 se evidenció un valor de 1,82 millones de dólares, lo que representa un ligero repunte del 16% con respecto al año anterior.

4.2.1.4. *Importaciones de café colombiano para Ecuador en toneladas*

La Figura 21, muestra las importaciones de café de café colombiano hacia Ecuador en términos de toneladas, en el periodo comprendido entre los años 2017 hasta el 2021.

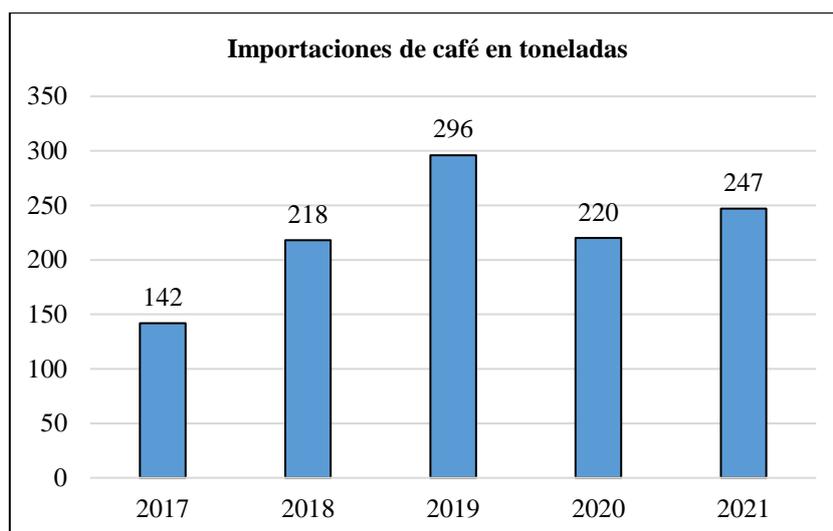


Figura 21. Importaciones de café en toneladas.

Fuente: Trademap (2021).

Elaborado por: Álvarez, H (2022).

En el año 2017, las importaciones de café alcanzaron las 142 toneladas, el mismo que se vio incrementado del 54% en el año 2018 alcanzando 218 toneladas. En el año 2019, Ecuador alcanzó el tope de las importaciones con un total de 296 toneladas lo que representa el 26% de incremento. Sin embargo, en el año 2020 las importaciones se redujeron en un 25%, es decir 76 toneladas menos que el año anterior. Para finalizar, este análisis en el año 2021 se evidenciaron 247 toneladas, lo que representa un repunte del 17% con respecto al año anterior.

4.2.3. Factores políticos de comercio exterior en Colombia

El acuerdo de Cartagena, el mismo que fue firmado hace casi 53 años, es uno de los términos que más sobresalen en Colombia cuando se trata de comercio internacional. Los miembros de este acuerdo son los países de Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú que se encuentran en América del Sur. La finalidad de este acuerdo es que los países que en él se encuentren se libere de los aranceles, para así poder establecer lo que se conoce como libre comercio.

La Comunidad Andina (CAN) es un mecanismo de integración subregional creado mediante el Acuerdo de Cartagena, con la finalidad de mejorar el nivel de vida y desarrollo de los países que son miembros para así lograr una cooperación económica y social. Debido a que Ecuador y Colombia comparten estos tratados, esto significa que tanto las importaciones como exportaciones entre estos dos países tendrán 0% de aranceles a pagar. Además, quienes

pertenecen a la Comunidad Andina (CAN), tienen como beneficio del 100% de preferencia en entre los países miembros.

El Acuerdo de Cartagena incluye ciertas normas como lo son un programa de liberación arancelaria para bienes y servicios; tratamiento preferencial para los países de Ecuador y Bolivia; un sistema de integración andino; y decisiones que se encuentran encaminadas a distorsionar la competencia comercial existente en la región. En otras palabras, lo que busca este acuerdo es de beneficiarse unos a otros en cuanto al comercio internacional se refiere.

En el 2011, se firmó entre Ecuador y Colombia un tratado relacionado a las medidas sanitarias y fitosanitarias. Mencionado tratado tiene como finalidad de precautelar y salvaguardar la sanidad e inocuidad de los alimentos, por ende, tiene relación con el comercio internacional del café entre estos dos países. La vigencia de este tratado es de 5 años, en donde se debe de renovar su firma, el mismo se llevó a cabo a través del Instituto Colombiano ICA y la AGROCALIDAD.

Otro de los acuerdos es llamado: “el Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de Certificados de Conformidad”, el mismo que tiene una duración de un año y la finalidad del mismo es reconocer, aprobar, actualizar, y aceptar certificados de cumplimiento de normas técnicas de productos emitidos en el territorio de cualquiera de las partes de acuerdo con las normas emitidas por INEN e ICOTEC. El acuerdo fue firmado por el Ministerio de Comercio Exterior de Ecuador y por parte de Colombia por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

4.2.4. Factores geográficos y logística de Colombia

Colombia es un país Sudamericano con un alto reconocimiento internacional, debido a muchos factores entre ellos la calidad de sus producciones de café, puesto que ocupa el tercer lugar entre los mayores exportadores de café en el mundo. Posee conexión entre América del Norte y América Central, con una población de 51,6 millones de habitantes y es el segundo país en el mundo con más personas de hispanohablantes.

En cuanto a su territorio, Colombia se caracteriza por ser un país con una gran cantidad de montañas, volcanes y nevados, por ende, posee un suelo propicio para la siembra de café. Este país, posee libre acceso al mar, por lo cual, sus playas tropicales entre ellas las de Cartagena son muy visitadas por turistas año tras año. Este país es tan diverso que también posee desiertos

y praderas. Además, casi la totalidad del país se encuentra cubierto por bosques que componen la cuenca del Amazonas.

La situación geográfica que posee Colombia es privilegiada, puesto que el clima, la temperatura, su relieve, latitud y el tipo de suelo son propicios para el cultivo de café de excelencia. Además de ello, posee una cercanía con el Canal de Panamá, por ende, se encuentra en el foco de la comunicación realizada a través del comercio exterior, en especial a lo de rutas marítimas.

Alrededor de 4.200 rutas marítimas de exportación son las que se conectan a través de los puertos existentes en Colombia, ofreciendo sus servicios a un aproximado de 596 ciudades alrededor del mundo. El país cuenta con más de 2.400 rutas aéreas para realizar exportaciones de carga directa, las mismas que han llegado a cubrir el acceso a más de 503 ciudades. Además, por la vía terrestre, Colombia posee más de mil kilómetros de carretera que en especial se trata de fronteras, las mismas que facilitan los procesos de logística, entre las que sobresalen ECUAODR, Brasil, Perú, Panamá, entre otros.

4.2.5. Datos de producción y exportación de café colombiano

La Figura 22, muestra la evolución que han tenido las exportaciones de café colombiano en los últimos años 5 años, desde el 2017 hasta el 2021 en función de las toneladas como unidad de medida.

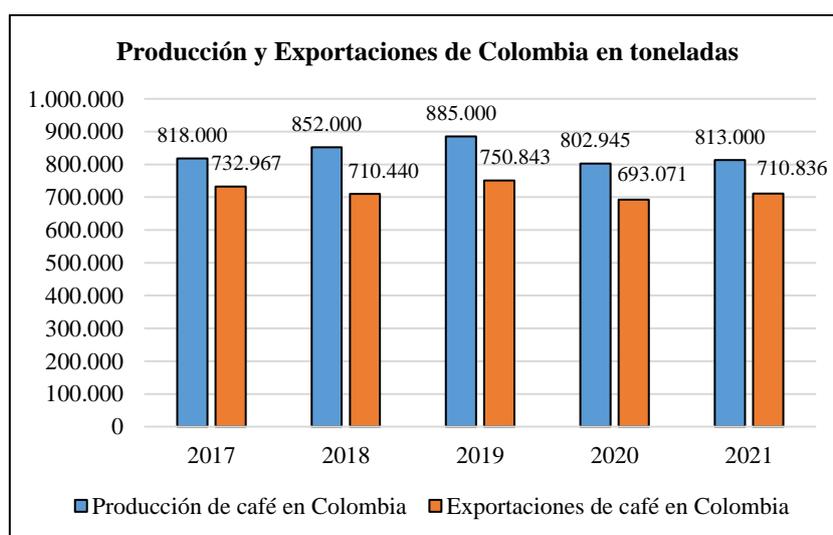


Figura 22. Exportaciones de café en valores FOB.

Fuente: FAOSTAT y Trademap (2021).

Elaborado por: Álvarez, H (2022).

En el año 2017, Colombia produjo 818 mil toneladas de café, de las cuales exportó 732.967 toneladas es decir que el 90% de la producción de café colombiano fue dedicada para la exportación, mientras que tan sólo el 10% restante se destinó al consumo interno. En el año 2018, la producción incrementó en un 8%, llegando a un valor de 852 mil toneladas, mientras que la cantidad de café exportado se redujo a 710.440 toneladas, es decir que en este año el porcentaje de la producción exportada fue de 83%, es decir que el 17% restante se destinó para el consumo interno en Colombia.

En el año 2019, el país aumentó su producción 885 mil toneladas, es decir que aumentó un con respecto al año anterior 4% con respecto al año anterior, mientras que la cantidad exportada aumentó en un 6% alcanzando 750.843 toneladas. Esto quiere decir, que el 85% del total de las toneladas de café producidas son destinadas a la exportación. En el año 2020, la producción de café se redujo en un -9% con respecto al año anterior, llegando a alcanzar un total de 802.945 toneladas, de las cuales 693.071 toneladas fueron destinadas a exportar, esto representa un 86% del total. Las exportaciones en el año 2020 se redujeron en un -8% con respecto al año 2019.

Para finalizar, en el año 2021 que fue el último analizado se evidenció un incremento en las producciones de café colombiano, llegando a un total de 883.000 toneladas, lo que representa un porcentaje de crecimiento del 1,25% con respecto al año anterior. En cuanto a las exportaciones, estas aumentaron hasta llegar a 710.836 toneladas de café lo que representa un 3%. Además, durante el año 2021 las exportaciones alcanzaron un 87% de la producción total de café en Colombia.

Luego de analizar la Figura 22, se pudo determinar que en promedio de los 5 años analizados se identificó que el 86% del total de la producción el café colombiano es destinado a las exportaciones, mientras que tan sólo el 14% restante se destina al consumo nacional. Debido a esto, es que la cantidad de café destinada a la comercialización interna queda desabastecida, generando la necesidad de que Colombia busque importar café desde países como Ecuador, Perú, Brasil, entre otros, debido a la calidad del café que producen.

Para solventar la problemática de desabastecimiento existente en Colombia, este país busca comprar café a los países que se muestran en la Figura 23, muestras los principales países que son los proveedores de café para Colombia.

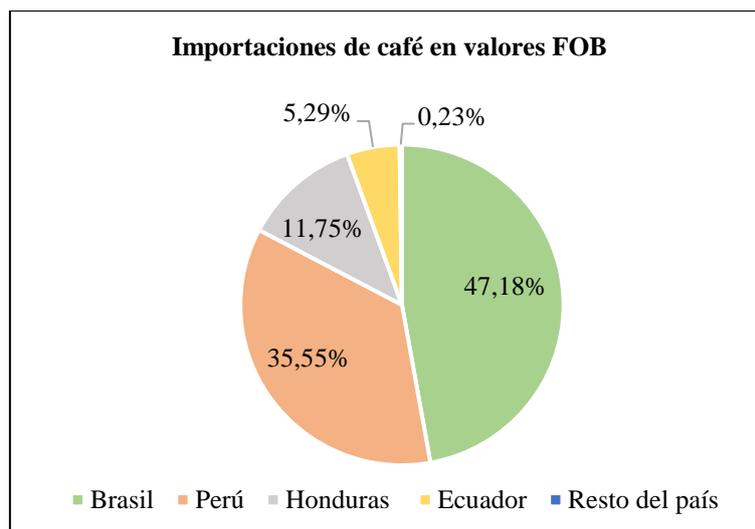


Figura 23. Importaciones de café en valores FOB.

Fuente: Trademap (2021).

Elaborado por: Álvarez, H (2022).

Brasil es el país del que más café importa Colombia, alcanzando con un 47,18%; seguido on un 35,55% de Perú, con un 11,75% Honduras, con Ecuador alcanza un 5,29% y el resto del mundo tiene un 0,23% de café destinado para Colombia. Como se evidencia, en el gráfico Ecuador es el cuarto mayor proveedor de café, por debajo de Brasil, Perú y Honduras, y lo que se busca es que se convierta en uno de los mayores proveedores de Colombia, por ello se evalúan las posibilidades de que esto sea una realidad.

4.3. Análisis Situacional

4.3.1. Análisis FODA

La Tabla 6, muestra los factores tanto internos (fortalezas y debilidades), como externos (oportunidades y amenazas), que presenta Ecuador con relación a su producción y comercialización de café hacia Colombia.

Entre las fortalezas que se evidencian en Ecuador, se encuentran que la producción de café es de una excelente calidad, sabor y aroma por ello cuenta con mucho reconocimiento y demanda en el mercado internacional. Otra de las fortalezas, es que el café ecuatoriano es uno de los pocos productores de café arábigo en el mundo, puesto que la mayoría de países produce café robusta. Además de ello, Ecuador también cuenta con un clima, relieve y temperatura adecuada para la siembra de café, como otra de sus fortalezas.

Entre las principales debilidades del café ecuatoriano se encuentra, la limitada producción de café puesto que al igual que Colombia, dentro de Ecuador la mayor parte de su producción se lo utiliza para ser exportado, por lo cual, también se evidencia un desabastecimiento para el consumo nacional de café. Otra de las debilidades, es que las cosechas de café en Ecuador no pueden mejor debido a que existe poca inversión en tecnología y maquinarias. Además de ello, el país no cuenta con una industria productora de semillas para sembrar café, por ende, los costos de materia prima e insumos para estos cultivos son altos, debido a que en su gran mayoría deben de ser importados.

Tabla 6. *Análisis FODA.*

FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
✓ Café de excelente calidad, sabor y aroma.	✓ Miembros del Acuerdo de Cartagena y el CAN.
✓ Es uno de los pocos productores de café arábigo en el mundo.	✓ Ecuador limita con Colombia por ende los costos logísticos son bajos.
✓ Clima, relieve y temperatura adecuada para la siembra de café.	✓ El café ecuatoriano ha alcanzado reconocimiento internacional debido al concurso de la Taza Dorada.
DEBILIDADES	AMENAZAS
✓ Producción limitada de café.	✓ Falta de financiamiento bancario.
✓ Poca inversión en tecnología y maquinarias.	✓ Poco apoyo gubernamental.
✓ El país no produce las semillas, por lo cual, los costos de materia prima son altos al ser importados.	✓ Crisis económica y política que afronta el país.

Elaborado por: Álvarez, H (2022).

Entre las principales oportunidades del café ecuatoriano, se evidenciaron que tanto Ecuador como Colombia son miembros del Acuerdo de Cartagena y el CAN (Comunidad Andina), lo que representa que obtienen beneficios al momento de realizar transacciones comerciales, entre la que sobresale el hecho de que los aranceles son de 0%. Otra de las oportunidades de la realización de comercio internacional entre estos países, es el hecho de que son limítrofes por ende los costos de logística resultan mucho más bajos y el tiempo de entrega de manera más

inmediata. Además, el café ecuatoriano ha alcanzado reconocimiento internacional debido al concurso de la Taza Dorada, el mismo que se encarga de identificar el café de mayor excelencia a nivel internacional, a través de la catación del producto mediante un jurado internacional que se encarga de elegirlo.

Entre las principales amenazas que podría llegar a presentar la exportación de café ecuatoriano hacia Colombia, se evidencia la falta de financiamiento bancario y por ende el poco apoyo gubernamental, y mucho menos los caficultores cuentan con algún tipo de incentivos que les permita seguir cultivado café. Esto genera que con el pasar de los años la producción de café en Ecuador se reduzca considerablemente. Además de ello, otra amenaza que aqueja al sector cafetalero, es la crisis económica y política que afronta el país, puesto que esta genera el aumento de los costos de producción y la reducción de precio de venta del producto terminado.

4.3.2. Cinco fuerzas de Porter

La Tabla 7, muestra las 5 fuerzas de Porter que influyen en la producción y exportación de café hacia el territorio colombiano, con la finalidad de satisfacer su consumo nacional.

Tabla 7. *Cinco Fuerzas de Porter.*

Crterios	Ecuador	Colombia
1: Poder de negociación de los compradores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A nivel nacional el sector productor cafetero ha presentado un comportamiento decreciente, variando su producción entre 4 a 8 miles de toneladas. ✓ Existe poca capacitación para el sector producto cafetalero, lo que dificulta la utilización de nuevas técnicas de siembra que mejoren la calidad del café. ✓ Las plagas del café como la roya y la reciente pandemia del COVID-19, han afectado considerablemente al sector cafetalero. ✓ La mayoría de productores de café cuentan más con recursos físicos que tecnológicos para el cultivo del café. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los importadores colombianos logran contactarse con los exportadores ecuatorianos a través de ferias internacionales y el concurso conocido como la Taza Dorada.

2: Poder de negociación con los proveedores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un productor de café ecuatoriano tiene entre 1 y 4 proveedores que van desde la compra de semillas, instrumentos, fertilizantes, entre otros, los mismos que son importados. ✓ El cambio de proveedor genera un impacto medio, cuando de calidad de semilla se trata, pero en cuanto a maquinarias y herramientas, no influye el cambio de proveedor. ✓ En cuanto a los canales de distribución, se evidencia que generalmente no existen intermediarios entre el productor y cliente final. ✓ El precio es la principal variable para adquirir la materia prima, puesto que los productores son vulnerables y se establecen por el proveedor. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se cuenta con pocos proveedores ya que la mayor parte del café colombiano es exportado, si habría un impacto debido a la dificultad de encontrar proveedores nacionales, por esta razón es necesario acudir a la importación de café de excelente calidad.
3: Amenaza de entrada de nuevos participantes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrar al sector cafetero no es complicado, pero se debe contar con el capital para ser productor cafetero y cumplir con los requisitos del MAGAP. ✓ Se debe de cumplir con los pagos de tributos y tasas. ✓ Se requiere de un terreno fértil, semillas, fertilizantes y capital humano para entrar al mercado cafetero. ✓ El financiamiento para ingresar al sector cafetero dependerá de la producción del mismo por lo que no se puede dar una cifra exacta. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Permisos sanitarios son los requeridos para asegurar la calidad del café. ✓ Certificados Internacionales para garantizar que sea un café de exportación. ✓ Los cafeteros colombianos mantienen actualizados sus conocimientos de competidores y realizan estrategias para diferenciar sus productos con el resto de países. ✓ El país invierte en la compra de café importado para abastecer el mercado local.

4: Amenaza de productos sustitutos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existen productos sustitutos del café como el té, cacao, jengibre, etc. ✓ Los precios de los productos sustitutos son similares al del café, lo que los hacen accesibles al mercado. ✓ Los productos sustitutos son promocionados por redes sociales, página web, televisión, radio, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existen productos sustitutos del café como el té, cacao, jengibre, etc. ✓ Los precios de los productos sustitutos son similares al del café, lo que los hacen accesibles al mercado. ✓ Los productos sustitutos son promocionados por redes sociales, página web, televisión, radio, entre otros.
5: Rivalidad entre Competidores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los principales competidores son empresas como Sweet and Coffee, Don Café, NESCAFÉ, entre otras marcas que se alían con pequeños productores para abastecerse, por lo que son los principales rivales por parte del productor. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El café de Colombia tiene mayor ventaja competitiva, motivo por el cual lideran las exportaciones.

Elaborado por: Álvarez, H (2022).

4.4. Análisis de las posibilidades de que Ecuador exporte café a Colombia

Ecuador debido a todas sus bondades naturales y geográficas podría considerarse como uno de los principales candidatos a ser un importante proveedor de café para Colombia. Además de ello, los acuerdos de Cartagena y CAN que comparten ambos países facilitan los procesos de negocios internacionales. La firma de estos acuerdos fomenta a que Ecuador exporte a través de libre comercio es decir con 0% de aranceles hacia el país vecino de Colombia, y además de generar prioridad en la compra de algún bien o servicio que necesite un país del otro.

Los relieves, las cordilleras, la diversidad del clima, la temperatura, la latitud y el suelo arenoso son algunos de los factores que favorecen el cultivo de café en el territorio ecuatoriano, lo que facilita que el grano de café ya sea este arábigo o robusta sea de excelente calidad y seleccionados por su sabor, aroma inigualable, tamaño, peso y color del grano. Además de ello, Ecuador ha adquirido en los últimos años reconocimiento internacional con respecto a sus exportaciones de café, puesto que ha sido escogido dentro del concurso llamado “La Taza Dorada” como uno de los mejores cafés del mundo.

La ubicación geográfica de Ecuador también favorece al comercio internacional con Colombia puesto que limita con este país al norte. Adicionalmente, existen varias rutas de manera terrestres y marítimas, para que el café ecuatoriano acceda fácilmente hacia el mercado colombiano.

A pesar de que Ecuador cuenta con el producto que Colombia requiere para abastecer su demanda interna, el país junto con su café también carece de algunos factores que le impiden ser completamente competitivo dentro del mercado internacional. Algunas de las carencias, son la falta de un correcto manejo de los cultivos, lo que ocasiona que los insumos y a tierra sean desaprovechadas generando menor rentabilidad de la esperada.

La falta de tecnología e industrialización e industrialización de los procesos hace que la cantidad de café que se cosecha en Ecuador por hectárea se menor que la que debería producir una tierra tan fértil como la de este país. Por esta razón, los precios a los que se vende el gran de café ecuatoriano se encuentran muy por debajo de sus principales competidores, ocasionando muchas pérdidas y siendo la razón principal por la que Ecuador no reexporta su café en grandes cantidades.

El Ecuador no posee mucha competitividad internacional en cuanto al café se refiere, puesto que no brinda estabilidad, ni apoyo por parte del gobierno, mucho menos la inversión en tecnología que permitan mejorar los procesos, que contribuyan a incrementar la productividad de este cultivo. Es decir, que como país no se evidencia una iniciativa que contribuya a mejorar el rendimiento de la producción de café, para mejorar la competitividad del Ecuador en el mercado internacional con respecto a este producto.

La falta de competitividad del café en el Ecuador, se realiza en gran magnitud debido a que los rendimientos económicos con relación al café en los mercados extranjeros no son altos, puesto que su productividad y sus niveles de producción son muy bajos. Por esta razón, el país debe de invertir en mejorar la oferta que ofrece con relación a la comercialización internacional de café. Esta falta de competitividad, genera que los compradores potenciales desconozcan las características representativas del café ecuatoriano, por ende, es probable que en consecuencia a ello la demanda del café ecuatoriano disminuya en el mercado internacional.

El hecho de que Ecuador no cuente con un gran número de asociaciones cafetalera, afecta directamente al rendimiento en las producciones de café, puesto que esto impide que dentro del mercado internacional la competencia se desarrolle con granos de café que posee cualidades diferenciadoras. Esto se debe a que dentro de las asociaciones este tipo de problemas relacionados a la producción de café se resuelven a través de las capacitaciones y apoyo de los demás miembros para el conjunto trabajar por mejorar el rendimiento del café ecuatoriano. Sin embargo, dentro del país no se observa esa unidad del sector cafetalero, que les permita en conjunto trabajar por los objetivos de mejorar su participación internacional.

La diferenciación del producto es otro factor en el que el café ecuatoriano debe de enfocar sus esfuerzos, debido a que este le permitirá al país aumentar el valor del producto y tener una mayor comunicación con sus compradores. Además, la diferenciación del producto contribuirá a que el precio del café aumente y satisfaga la demanda existente en el mercado.

Por todo lo mencionado anteriormente, en la actualidad Ecuador no cuenta con la suficiente cantidad de producción de café para poder satisfacer la demanda de consumo nacional de Colombia. Además de ello, la dura competencia con la que se enfrenta en el mercado internacional, obliga a que un país en vías de desarrollo como Ecuador adapte nuevas tecnologías que le permitan mejorar su eficacia y eficiencia en los procesos productivos. Una vez que esto suceda, el país podrá incrementar su participación en el mercado y tener las condiciones necesarias para poder competir con los grandes productores y exportadores de café en el mundo.

CONCLUSIONES

El objetivo central del presente trabajo se basó en identificar las oportunidades que posee Ecuador, para convertirse en uno de los principales proveedores de café para Colombia, debido al desabastecimiento que posee este país en cuanto a su demanda nacional. Es decir, que la finalidad, es lograr fomentar la exportación del café ecuatoriano, que es reconocido por ser de alta calidad, hacia el mercado colombiano.

Entre las principales características cualitativas y ventajas competitivas que posee el mercado ecuatoriano, son el clima, temperatura, relieve, el tipo de suelo y demás factores que contribuyen a que la calidad del café cultivado sea de excelencia. Además de ello, Ecuador es uno de los pocos productores de café arábigo, que es considerado como el mejor tipo de café del mundo, por lo cual, su demanda internacional aumenta de manera progresiva. Por otra parte, las características mencionadas anteriormente son similares a las que posee Colombia, por ende, es que estos dos países alcanzan obtener altos estándares de calidad en el grano de café que producen.

Los acuerdos de comercio internacional que comparten tanto Ecuador con Colombia, les permiten comercializar con 0% de aranceles, también gozan de ser limítrofes lo que reduce los costos y el tiempo de transporte al momento de realizar las actividades comerciales. Sin embargo, el panorama no es totalmente favorable en el caso de Ecuador debido a que la producción de café en este país es bastante reducida y se encuentra a la baja, porque muchos caficultores se encuentran cambiando los productos que cultivan, puesto que los insumos y materia prima les generan grandes costos, llegando a obtener muy pocas ganancias al momento de venderlo de manera interna o externas.

La falta de financiamiento gubernamental, la carencia de creación de leyes que incentiven la producción de café, la falta de industrialización y tecnología son otros de los factores que impiden que los rubros en cuanto a toneladas de café en el país aumenten. Además de ello, la mayoría de caficultores en el Ecuador no cuentan con los conocimientos necesarios que les permitan mejorar la calidad y la variedad de café que cultivan.

Se analizaron las exportaciones e importaciones de café entre Ecuador y Colombia. Los resultados sugieren que para el caso de las exportaciones en valores FOB y toneladas durante

el periodo analizado, presentaron una tasa de crecimiento promedio del 31% y 26% respectivamente. Por otra parte, en relación a las importaciones se observaron tasas de crecimiento promedio del 23% y 18% respectivamente.

En conclusión, Ecuador tiene muchas bondades naturales en la producción de café y muchas de las facilidades para poder exportar café a Colombia, sin embargo, no podría convertirse en el abastecedor de café para Colombia en su totalidad, para así lograr cubrir el desabastecimiento que aqueja a este país. La razón principal es porque Ecuador en su gran mayoría no logra abastecer a su mercado local, por lo cual, es imposible que cubra con la cuota de importaciones que espera Colombia.

RECOMENDACIONES

Luego de la investigación realizada anteriormente, se logró determinar que los siguientes puntos muestran las principales recomendaciones del proyecto:

- Debido a que el Ecuador no cuenta con una gran capacidad tecnológica, es imprescindible que los agricultores de café sean capacitados de manera constante, para así mejorar la calidad de café que producen.
- Es recomendable que el gobierno ecuatoriano fomente la producción de café a través de la facilitación de préstamos bancarios con porcentajes de intereses bajos, que contribuyan a incentivar el incremento de personas dedicadas a este cultivo.
- Se recomienda que, con la idea de incentivar el comercio internacional entre Ecuador y Colombia, se realicen ferias internacionales para dar a conocer la calidad del café ecuatoriano.
- Es recomendable que el Ecuador empiece a generar sus propias semillas para la siembra de café, porque importarlas a manera de materia prima resulta más costoso.

BIBLIOGRAFÍA

- Alecoy, T. (2011). *Las culturas exitosas forjan prosperidad económica desde la concepción del individuo*. Santiago de Chile: Tirso José Alecoy.
- Alvarado, M., & Rojas, G. (2016). *Cultivo y beneficiado del café*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia .
- Anaya, T. J. (2016). *Organización de la producción industrial: Un enfoque de gestión operativa en fábrica*. Madrid, España: ESIC.
- ANECAFÉ. (2022). *Nuestro evento, La Taza Dorada*. Obtenido de <https://www.anecafe.org.ec/>
- Aquilano, N., & Chase, R. (2015). *Dirección y administración de la producción y de las operaciones*. Barcelona, España.
- Asamblea Nacional. (2010). *COPCI*. Quito: Editora Nacional.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Editora Nacional.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. Guadalajara: Pearson.
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Cuenta Corriente registra superávit de \$726,8 millones en primer trimestre de 2021*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1435-cuenta-corriente-registra-superavit-de-usd-726-8-millones-en-primer-trimestre-de-2021>
- Barbazán, C., & Sendra, J. (2012). *Apoyo domiciliario y alimentación familiar: El asistente como eje central en la gestión y mantenimiento del hogar del dependiente*. Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Barradas, M. (2014). *Seguimiento de Egresados: Una excelente estrategia para garantizar una educación de calidad*. Bloomington: Palibrio.
- Bastos, A. (2010). *Implantación de Productos y servicios*. Madrid: Ideaspropias.
- Bergquist, C. (2016). *Café y conflicto en Colombia, 1886-1910: la Guerra de los Mil Días, sus antecedentes y consecuencias*. Colombia: Banco de la República.
- Boente, A. (2019). *Metodología de la Investigación* . México: La Patria.
- Bohigues, I. (2014). *Ámbito sociolingüístico* . Madrid: Paraninfo.
- Bordas, M. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Madrid, España: Editorial UNED.
- Borunda, R., Cepeda, J., Salas, F., & Medrano, V. (2013). *Desarrollo y Competitividad de los Sectores Económicos en México*. México, D.F.: Centro de Investigaciones Sociales.

- Cadiat, A., & Michaux, S. (2016). *Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito*. Madrid, España: 50Minutos.es.
- Café Sabora. (2021). *¿Qué es el Café Robusta?: Toda la verdad*. Obtenido de <https://cafesabora.com/es/qu%C3%A9-es-el-caf%C3%A9-robusta-toda-la-verdad>
- Chango, M., & García, J. (5 de Agosto de 2021). *Análisis de la competitividad de las exportaciones de café de Ecuador versus Colombia y Brasil hacia el mercado de USA*. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/Paper+5.pdf
- Christensen, C. (2014). *Guía del Innovador para crecer: Cómo aplicar la innovación disruptiva*. Madrid: Grupo Planeta Spain.
- Cohen, N., & Gómez, G. (2019). *Metodología de la investigación, ¿para qué?: La producción de los datos y los diseños*. Madris, España: CLACSO.
- Congreso Nacional. (2004). *Ley Forestal y de Conservación de Áreas naturales y vida silvestre*. Quito: Editora Nacional.
- COPCI. (21 de Agosto de 2018). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Cruelles, J. (2012). *Productividad e Incentivos: Cómo hacer que los tiempos de fabricación se cumplan*. Barcelona: Marcombo.
- Cruz, L., & Cruz, V. (17 de Abril de 2010). *Repositorio Escuela Politécnica Nacional*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Escuela Politécnica Nacional:
<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCEQFjABahUKEwjvwOy4IJPIAhWFF5AKHUAyBFA&url=http%3A%2F%2Fbibdigital.epn.edu.ec%2Fbitstream%2F15000%2F388%2F1%2FCD-0795.pdf&usg=AFQjCNHr5JIvEUFu2GkrhscjBJ-tStFQQA&sig2=a>
- D'Alessio, I. F. (2017). *Administración y Dirección de la Producción, Enfoque estratégico y de calidad*. Barcelona, España: Centrum - PUCP.
- Diario El Universo. (21 de Noviembre de 2021). *Sector cafetalero ecuatoriano está desabastecido por problemas con contenedores y elevados costos de insumos*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/sector-cafetalero-ecuadoriano-esta-desabastecido-por-problemas-con-contenedores-y-elevados-costos-de-insumos-nota/#:~:text=En%20los%20primeros%20nueve%20meses,60%20kilos%20de%20esta%20gram%C3%ADnea>.

- Díaz, M., & León, C. (2019). *Metodología de Investigación*. Madrid, España: Pearson.
- Durán, H. A. (2016). *Estrategias de Marketing y ventajas competitivas en las pymes mueblera*. Obtenido de <https://riico.net/index.php/riico/article/view/1315>
- El Telégrafo. (26 de Mayo de 2012). \$180 millones venden al año los artesanos de muebles. *El Telégrafo*, pág. 9.
- FAO . (2015). *Crops*. Obtenido de FAOSTAT, Food and Agriculture Organization of the United Nations. : <http://faostat3.fao.org/download/Q/QC/E>
- FAO. (30 de 05 de 2015). *Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y la Agricultura*. Obtenido de Colombia importa café para satisfacer el consumo nacional: <http://www.fao.org/in-action/agronoticias/detail/es/c/510054/>
- Federación de Cafeteros de Colombia. (2021). *Importaciones de café en Colombia*. Obtenido de <https://federaciondefcafeteros.org/static/files/3Importacionesdecafe.pdf>
- Fernández, C., Batista, P., & Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mcgraw Hill Education.
- Fernández, R. (2010). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. Alicante: ECU.
- Fernández, R. (2010). *La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la organización del trabajo* . Alicante : ECU.
- Fernández, R. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Ferreira, A. (2016). *La cadena de valor de Michael Porter: Identifique y optimice su ventaja competitiva*. México: 50Minutos.es.
- Frazier, G. (2017). *Administración de Producción y Operaciones*. Madris, España.
- Fresh Fruit. (30 de Agosto de 2020). *Día del café colombiano*. Obtenido de <https://freshfruit.pe/2020/08/30/dia-del-cafe-peruano/>
- Gaither, N. (2017). *Administración de producción y operaciones*. Marid, España: Pearson.
- Gan, F., & Gaspar, B. (2007). *Manual de Recursos Humanos: 10 programas para la gestión y el desarrollo del Factor Humano en las organizaciones actuales*. Barcelona: Editorial UOC .
- Gomez, G. (2018). *Cultivo y beneficio del café*. Texcoco, México: Universidad Autónoma Chapingo.
- González, A., & Cadena, O. (2020). *Café y coca: Condiciones de sustentabilidad en el suroccidente colombiano*. Cauca, Colombia: Universidad de Cauca.

- Google Maps. (8 de Abril de 2015). *Google*. Obtenido de Google:
<https://maps.google.com.ec>
- Griffin, R. (2011). *Administración*. Boston: Cengage Learning.
- Guerrero, R. (2014). *Técnicas elementales de servicio* . Madrid: Paraninfo.
- Guillermo Trujillo E. (14 de 05 de 2019). *LA REPLUBLICA*. Obtenido de Importemos Café:
<https://www.larepublica.co/analisis/guillermo-trujillo-estrada-505837/importemos-cafe-2861648>
- Haden, J. (2008). *El diccionario completo de términos de bienes raíces explicados en forma simple: lo que los inversores inteligentes necesitan saber* . Florida: Atlantic Publishing Group .
- Heredia, D., & Robalino, J. (15 de Septiembre de 2021). *Análisis correlacional de los rendimientos del sector cafetalero y el crecimiento económico del Ecuador. Perspectiva antes y después de la pandemia*. Obtenido de
<http://201.159.223.180/bitstream/3317/17109/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-610.pdf>
- Hernandez, F., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGrawHill.
- Hill, C. W. (2015). *Negocios Internacionales Competencia en El Mercado Global*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Iglesias, M. (2011). *Elaboración de soluciones constructivas y preparación de muebles*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.
- INEC. (12 de Diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico:
http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&
- INEC. (28 de Julio de 2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf
- INIAP. (2019). *Manual del Cultivo de Cafe*. Alemania: Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias .
- Joachimsthaler, E. (2008). *Ver lo evidente: Cómo definir y ejecutar la futura estrategia de crecimiento en su empresa*. Barcelona: Ediciones Deusto .
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: Introducción a la economía; Versión española traducida por Gotzone Pérez Apilanez; revisada por José Ramón de Espínola*. Barcelona: Reverté.

- Leiceaga, C., Carrillo, F., & Hernández, Á. (2012). *Economía 1º Bachillerato*. San Sebastián: Editorial Donostiarra.
- Llamas, C. (2009). *MARKETING Y GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA*. Madrid: Liber Factory .
- Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas: Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. México, D.F.: Cengage Learning.
- Lopez, J. (2013). *+Productividad*. Bloomington: Palibrio.
- Luna, M., & Murillo, M. (Abril de 2015). *Plan de exportación para la comercialización de café de Habas al Mercado Alemán*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10017/1/UPS-GT001018.pdf>
- Macías, G., & Parada, L. (2013). *Mujeres, su participación económica en la sociedad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Martínez, I. (2005). *La comunicación en el punto de venta: estrategias de comunicación en el comercio real y online* . Madrid: Esic .
- Merino, E. (2014). El Cambio de la Matriz Productiva. *Buen Viaje*, 10.
- Miranda, A., Zambrano, M., & Yaguana, J. (26 de Julio de 2009). *Dspace Espol*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Espol: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10675/1/D-39734.pdf>
- Montero, C. (2005). *Estrategias Para Facilitar la Inserción Laboral a Personas Con Discapacidad*. San José: EUNED.
- Mora, J. (Jorge Mora). *Los libros, aporte bibliográfico, las bellas artes e investigaciones históricas*. Nariño: Pasto.
- Morales, R. (2013). *MF1330_1: Limpieza doméstica*. Málaga: INNOVA.
- Nieto, A. L. (2018). *El café en la sociedad colombiana*. México.
- Nutsch, W. (2000). *Tecnología de la madera y del mueble*. Barcelona: Reverté.
- OCDE. (2014). *Colombia: La implementación del buen gobierno*. Paris: OECD Publishing.
- OIT. (2008). *Calificaciones para la mejora de la productividad el crecimiento del empleo y el desarrollo* . Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo .
- Olavarria, M. (2005). *Pobreza, crecimiento económico y políticas sociales*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Peralta, N. (24 de Septiembre de 2010). *Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Universidad Andina Simón

- Bolívar: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2695/1/T0878-MT-Peralta-Industria%20maderera.pdf>
- Perdigones, J. (2011). *MF0996_1: Limpieza del mobiliario interior*. Málaga: INNOVA.
- Perdomo, O. (2012). *¡Abre tu negocio... y vivirás en abundancia!* Bloomington: Palibrio.
- Portafolio. (24 de julio de 2018). *Portafolio*. Obtenido de Portafolio economías:
<https://www.portafolio.co/economia/mas-del-40-del-cafe-que-se-toma-en-el-pais-es-importado-519386>
- PROECUADOR. (31 de Julio de 2020). *Más del 40% del café que se toma en Colombia es importado*. Obtenido de Portafolio: <https://www.proecuador.gob.ec/mas-del-40-del-cafe-que-se-toma-en-colombia-es-importado/>
- Puig-Durán, J. (2011). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Madrid: Diaz de Santos.
- Quimbiulco, C. (3 de Marzo de 2012). *Dspace Universidad Central del Ecuador*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Universidad Central del Ecuador:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/903/1/T-UCE-0003-51.pdf>
- Radio Caracol. (2019). *Colombia importa un millón de sacos de café anualmente: Fedecafé*. Obtenido de
https://caracol.com.co/radio/2019/11/06/economia/1573072170_494910.html
- Repullo, J. (2006). *Sistemas y servicios sanitarios: Manuales de Dirección Médica y Gestión Clínica*. Madrid: Ediciones Días de Santos.
- Retos en Supply Chain. (12 de Mayo de 2021). *EAE Business School*. Obtenido de Retos en Supply Chain: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/comercio-intraindustrial-de-la-teoria-a-la-eficiencia-productiva/#:~:text=El%20comercio%20intraindustrial%20se%20refiere,tipo%20de%20bienes%20o%20servicios.>
- Revista Ekos. (2022). *Exportaciones no petroleras tradicionales se estancan y preocupan*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/exportaciones-no-petroleras-tradicionales-se-estancan-y-preocupan#:~:text=La%20canasta%20exportable%20no%20petrolera,Cacao%20y%20elaborados>
- Revista Fórum Café. (2020). *El café en Ecuador*. Obtenido de <https://www.revistaforumcafe.com/el-cafe-en-ecuador>
- Revista Líderes. (11 de Diciembre de 2020). *Colombia apunta a mantener la producción de café en 2021*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/colombia-mantener->

- produccion-cafe-cosecha.html#:~:text=El%20dirigente%20prev%C3%A9%20que%20en,de%20renovaci%C3%B3n%20de%20cafetales%20para
- Revista Primicias. (2022). *Crece 26% las exportaciones de productos no tradicionales en 2021*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/productos-tradicionales-impulso-exportaciones-ecuador/>
- RIKOLTO. (2022). *Café ecuatoriano, aromatizando la economía nacional*. Obtenido de <https://latinoamerica.rikolto.org/es/project/cafe-ecuatoriano-aromatizando-la-economia-nacional>
- Risco, L. (2013). *Economía de la empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años*. Bloomington: Palibrio.
- Rodríguez, R. (2014). *Técnicas de tapizado de mobiliario: TCPF0209. Operaciones auxiliares de tapizado de mobiliario y mural*. Madrid: IC Editorial.
- Romero, J. (2021). *Estudio de las estrategias para aumentar la competitividad de las empresas del sector cafetero para la exportación en Colombia*. Obtenido de <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/8418/1/118909-2021-I-NIIE.pdf>
- Ruano, C., & Sánchez, M. (2014). *UF0083: Diseño de Productos y servicios turísticos locales*. Málaga: IC Editorial.
- Ruiz, R. (2017). *Historia y evolución del pensamiento científico*. EUMED.
- Sampieri, R. H., Fernández, C. C., & Baptista, L. M. (2015). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Sánchez, A. M., Vayas, T., Mayorga, F., & Freire, C. (06 de 2019). *Análisis del Sector Cafetero ecuatoriano*. Obtenido de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/10/Analisis-del-sector-cafetero-ecuatoriano-final-tres.pdf>
- Sánchez, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Bubok.
- Sánchez, Vayas, T., Mayorga, F., & Freire, C. (Julio de 2020). *Sector cafetero ecuatoriano*. Obtenido de Observatorio económico y social de Tungurahua: <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/10/Analisis-del-sector-cafetero-ecuatoriano-final-tres.pdf>
- Santelices, M., & Navas, S. (2019). *Propuesta para crear una identidad cafetera en Las Tolas, a partir de la capacitación de la comunidad en la plantación de café y sus productos elaborados*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.

- Sarli, R., Ayres, N., & González, S. (2015). Análisis FODA: Una herramienta necesaria. 4. Obtenido de https://videla-rivero.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito : SENPLADES .
- Sescovich, S. (2009). *La gestión de personas: un instrumento para humanizar el trabajo*. Madrid: Libros en Red.
- Smith, A. (2016). *El análisis PESTEL*. Madrid. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=vmLyCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=analisis+foda&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiv3Lyp4OrwAhWRQTABHZmkC4QQ6AEwB3oECAyQAg#v=onepage&q&f=false>
- Soto, E., Valenzuela, P., & Vergara, H. (2003). *Evaluación del impacto de la capacitación en la productividad*. Santiago de Chile : FUNDES.
- Speth, C. (2016). *El análisis DAFO: Los secretos para fortalecer su negocio*. Barcelona, España: 50Minutos.es.
- Tawfik, L., & Chauvel, A. (2018). *Administración de la producción*. México: McGraw-Hill.
- Valle, A. (1991). *Productividad: Las visiones neoclásica y marxista*. México, D.F. : UNAM.
- Velásquez, M. G. (2017). *Administración de los sistemas de producción*. Barcelona, España.
- Villagómez, J., Mora, Á., Barradas, D., & Vázquez, E. (2014). El análisis FODA como herramienta para la definición de líneas de investigación . *Revista Mexicana de Agronegocios*, 12. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/141/14131676021.pdf>
- Villegas, J. L. (2019). *Cafés de Colombia*. Bogotá, Colombia: Editorial Villegas.
- Wintgens, J. (2016). *Coffee - Growing, Processing, Sustainable Production: A Guidebook for Growers, Processors, Traders, and Researchers*. New York, Estados Unidos.

ANEXOS

Anexo I. Realización de la entrevista a un caficultor ecuatoriano.



Anexo 2. Entrevista a una productora e importadora de café para Colombia.



Anexo 3. Entrevista a un pequeño productor y vendedor de café en Loja.



Anexo 4. Visita de campo en la preparación del café para exportar.



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

Facultad de Administración de Empresas

Carrera de Comercio Exterior



El presente proyecto de investigación tiene la finalidad recopilar información relevante, para identificar las posibilidades y la capacidad que posee el café ecuatoriano para satisfacer la demanda de consumo que se evidencia en Colombia.

Objetivo: Conocer la opinión de un productor y exportador de café ecuatoriano acerca de las características, las limitaciones, los avances y de la situación actual que vive el sector cafetalero del país.

Fecha: _____

Investigador: _____

MODELO DE ENTREVISTA A UN EXPORTADOR DE CAFÉ EN ECUADOR

1. ¿Se redujo considerablemente la exportación de café debido a la pandemia COVID-19?

2. ¿Por qué considera que Ecuador, a pesar de tener importantes bondades naturales, exporta en su gran mayoría café como materia prima?

3. ¿Cómo es posible reconocer un grano de café de exportación?

4. ¿Cuáles considera que son las condiciones óptimas para poder producir un café de exportación?

5. ¿Cuáles son las diferencias entre el café destinado a ser exportado y el café de consumo interno?

6. De acuerdo a su experiencia. ¿Cuáles cree usted que son las razones para que Colombia, a pesar de ser uno de los mayores productores de café, importe este mismo producto para su consumo interno?

7. ¿Cuáles considera que son las características que busca Colombia al momento de comprar café ecuatoriano?

8. ¿Cuáles son las limitaciones para exportar café a Colombia?

9. ¿Cómo considera usted que se encuentra la situación actual del mercado cafetalero a nivel nacional y provincial?

10. ¿Qué factores considera usted que están afectando al mercado cafetalero?

11. ¿Con qué recursos tecnológicos y físicos cuentan en su producción y comercialización del café?

12. ¿Con cuántos proveedores dispone en la actualidad y cuáles son?

13. ¿Cuáles son las inversiones que usted ha realizado y que considera que aportan a la calidad de su producto?

14. Entre los productos orgánicos como el café, ¿cuáles otros productos son los más demandados por el mercado colombiano?

15. ¿Considera que los precios de venta que usted ofrece son mayores, iguales o menores a los de otros productores que exportan café a Colombia?

16. ¿Qué medios de comunicación utiliza para promocionar su producto y marca hacia el extranjero?

17. ¿Qué tipo de alianzas estratégicas ha establecido con otras empresas del sector?

18. ¿Cuál es su competencia directa e indirecta, y por qué los considera como tal?

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

Facultad de Administración de Empresas

Carrera de Comercio Exterior



El presente proyecto de investigación tiene la finalidad recopilar información relevante, para identificar las posibilidades y la capacidad que posee el café ecuatoriano para satisfacer la demanda de consumo que se evidencia en Colombia.

Objetivo: Conocer la opinión de un importador de café en Colombia para así identificar las necesidades que posee este país en cuanto al consumo de café y a su vez determinar las razones por las cuales toman en consideración al café ecuatoriano para realizar transacciones comerciales.

MODELO DE ENTREVISTA A UN IMPORTADOR DE CAFÉ EN COLOMBIA

1. ¿Se redujo considerablemente la importación de café a Colombia debido a la pandemia COVID-19?

2. ¿Cuáles son las razones por las que Colombia decide importar café proveniente de Ecuador?

3. ¿Cómo es posible reconocer un grano de café para importarlo a Colombia?

4. ¿Cuáles considera que son las condiciones óptimas para poder producir un café de exportación?

5. ¿Cuáles son las diferencias entre el café colombiano destinado a ser exportado y el café de consumo interno?

6. De acuerdo a su experiencia. ¿Cuáles cree usted que son las razones para que Colombia, a pesar de ser uno de los mayores productores de café, importe este mismo producto para su consumo interno?

7. ¿Cuáles son las limitaciones para importar café proveniente de Ecuador?

8. ¿Cómo considera usted que se encuentra la situación actual del mercado cafetalero a nivel nacional?

9. ¿Qué factores considera usted que están afectando al mercado cafetalero en Colombia?

10. Entre los productos orgánicos como el café, ¿cuáles otros productos son los más demandados por el mercado colombiano?

11. ¿A través de qué medios es posible obtener información de posibles nuevos proveedores de café?

Anexo 7. Entrevista a un pequeño caficultor ecuatoriano.

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

Facultad de Administración de Empresas

Carrera de Comercio Exterior



El presente proyecto de investigación tiene la finalidad recopilar información relevante, para identificar las posibilidades y la capacidad que posee el café ecuatoriano para satisfacer la demanda de consumo que se evidencia en Colombia.

Objetivo: Conocer la opinión de un pequeño caficultor que se dedica a vender su producto de manera interna, con la finalidad de identificar la situación actual de la producción de café en Ecuador.

ENTREVISTA A UN PEQUEÑO AGRICULTOR Y VENDEDOR DE CAFÉ ECUATORIANO

1. ¿Se redujo considerablemente la exportación de café debido a la pandemia COVID-19?

2. ¿Por qué considera que Ecuador, a pesar de tener importantes bondades naturales, exporta en su gran mayoría café como materia prima?

3. ¿Cómo es posible reconocer un grano de café de exportación?

4. ¿Cuáles considera que son las condiciones óptimas para poder producir un café de exportación?

5. ¿Cuáles son las diferencias entre el café destinado a ser exportado y el café de consumo interno?

6. De acuerdo a su experiencia. ¿Cuáles cree usted que son las razones para que Colombia, a pesar de ser uno de los mayores productores de café, importe este mismo producto para su consumo interno?

7. ¿Cuáles considera que son las características que busca Colombia al momento de comprar café ecuatoriano?

8. ¿Cuáles son las limitaciones para exportar café a Colombia?

9. ¿Cómo considera usted que se encuentra la situación actual del mercado cafetalero a nivel nacional y provincial?

10. ¿Qué factores considera usted que están afectando al mercado cafetalero?

11. ¿Con qué recursos tecnológicos y físicos cuentan en su producción y comercialización del café?

12. ¿Considera que los precios de venta que usted ofrece son mayores, iguales o menores a los de otros productores que exportan café a Colombia?

13. ¿Qué medios de comunicación utiliza para promocionar su producto y marca hacia el extranjero?
