



Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**  
**Facultad Jurídica Social y Administrativa**

Carrera de Contabilidad y Auditoría

**Barreras arancelarias y no arancelarias y su impacto en las  
exportaciones de café ecuatoriano. Caso de estudio Kawsana Coffee**

**Cía. Ltda.**

Trabajo de Integración Curricular,  
previo a la obtención del Título de  
Licenciado en Contabilidad y Auditoría.

**AUTOR:**

Salomé Estefanía Cueva Martínez

**DIRECTORA:**

Dra. Mary Beatriz Maldonado Román, PhD.

**Loja - Ecuador**

**Año 2025**



unl

Universidad  
Nacional  
de Loja

Sistema de Información Académico  
Administrativo y Financiero - SIAAF

## CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **MALDONADO ROMAN MARY BEATRIZ**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS Y SU IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ ECUATORIANO. CASO DE ESTUDIO KAWSANA COFFEE CÍA. LTDA.**, perteneciente al estudiante **SALOME ESTEFANIA CUEVA MARTINEZ**, con cédula de identidad N° **2350231557**.

### Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 3 de Febrero de 2025



F) \_\_\_\_\_  
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2025-000249

1/1  
Educamos para **Transformar**

### **Autoría del trabajo**

Yo, Salomé Estefanía Cueva Martínez, declaro ser la autora del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: **BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS Y SU IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ ECUATORIANO. CASO DE ESTUDIO KAWSANA COFFEE CÍA. LTDA.**, y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de esta.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Institucional- Biblioteca Virtual.

**Firma:** \_\_\_\_\_

**Autora:** Salomé Estefanía Cueva Martínez

**Cedula:** 2350231557

**Fecha:**03/02/2025

**Carta de autorización del trabajo de integración curricular por parte de la autora, para la consulta de reproducción parcial o total, y publicación electrónica del texto completo.**

Yo, Salomé Estefania Cueva Martinez, declaro ser la autora del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: **BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS Y SU IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ ECUATORIANO. CASO DE ESTUDIO KAWSANA COFFEE CÍA. LTDA.**, como requisito para optar el Grado y Título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría; Autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional. Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con los cuales tengan convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del trabajo de Integración Curricular que realice un tercero-

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 03 días del mes de febrero del 2025, firma la autora.

**Firma:**

**Autora:** Salomé Estefania Cueva Martinez

**Cédula:**2350231557

**Fecha:** 03/02/2025

**Dirección:** Cdla. Julio Ordoñez, Calle Aristóteles, Bloque 7

**Teléfono o Celular:** 0985672087

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Directora de Trabajo de Integración Curricular:** Dra. Mary Beatriz Maldonado Román, Mgtr. PhD.

## **Dedicatoria**

Dedico mi trabajo de integración curricular en especial a la Virgencita del Cisne y a Diosito, que siempre que sentía que ya no podía más, me daban la fortaleza para seguir. Agradezco infinitamente a mi madre, Lorena Martínez y a mi padre, Franklin Cueva, quienes han sido la parte fundamental de mi vida para poder llegar a ser una gran profesional y cumplir con todos mis sueños, pues ellos siempre han creído en mí y me han dado el amor y apoyo incondicional para llegar a ser la persona que soy hoy en día. No me alcanzarían las palabras para agradecerles todo lo que han hecho por mí. A mis hermanos, Franklin, Luis, Cesar y María, que han sido mis mayores alentadores y me han motivado día a día para cumplir con mis metas, brindándome su cariño y amor durante toda mi carrera académica, como lo han hecho mis padres.

También quiero agradecer y expresar mi profunda gratitud a mi abuelita materna, Adela Aguilar, quien me ha amado y querido con todo su corazón, y quien a través de sus abrazos y sus historias peculiares me ha motivado a seguir adelante. A mi tío, Luis Aguilar y a mi prima Fernanda Aguilar que, junto a su familia, me recibió en su casa y me brindó techo, comida y cariño, para continuar con mis estudios académicos, sin duda alguna puedo decir que han sido un escalón importante dentro de mi vida y de mi carrera profesional. Así mismo agradezco a mi madrina, Marlene Aguilar y a mis tíos Victoria y Antonio, que siempre han sido cariñosos conmigo y que junto a sus palabras y apoyo me impulsaron alcanzar este logro.

A mis mejores amigos, Erika y Jhoan que siempre han estado para mí, con sus palabras de aliento. A mi compañera de estudios y desvelos, Deyma Gallegos, quien ha sido una de las mejores amistades que me pudo conceder la Universidad, con quien he reído, llorado y festejado nuestros logros, puedo decir que sin ella no lo podría haber logrado, Gracias. A mi compañero de vida, Ricardo Hidalgo, quien me ha ayudado con mi proceso de investigación y me ha demostrado cuanto me ama, siendo una parte esencial en mi vida y una fuente constante de inspiración.

Finalmente quiero agradecer a todas las amigas que construyeron conmigo recuerdos inolvidables en mi vida universitaria y aquellas personas que de una u otra manera, formaron parte de mi vida académica, mi mas profunda gratitud y amor, puedo decir que siempre tendrán un espacio en mi corazón.

Con amor.

*Salomé Estefanía Cueva Martínez*

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mi mas genuino y sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja y a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, así como también a su distinguido cuerpo docente que contribuyeron de forma significativa a mi formación profesional con sus valiosos conocimientos.

En especial, deseo expresar mi cariño y gratitud a la Docente Dra. Mary Beatriz Maldonado Román, PhD, directora de mi trabajo, por permitirme llevar a cabo esta investigación, bajo su experiencia y guía. Su amistad, confianza y apoyo, junto con cada detalle que brindo, fueron fundamentales para alcanzar los objetivos de este trabajo.

Además, quiero agradecer al Sr. Ángel Aguilar gerente general de Kawsana Coffe Cía. Ltda. y al Sr. Edgar Jaramillo, quien preside la compañía, por su colaboración constante y su invaluable interés en proporcionarme la información necesaria para la realización de mi trabajo.

*Salomé Estefania Cueva Martinez*

## Tabla de contenido

### Contenido

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificado de Culminación y Aprobación</b> .....	<b>ii</b>
<b>Autoría del trabajo</b> .....	<b>iii</b>
<b>Carta de autorización del trabajo de integración curricular por parte de la autora, para la consulta de reproducción parcial o total, y publicación electrónica del texto completo.</b> .....	<b>iv</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
<b>Tabla de contenido</b> .....	<b>vii</b>
Índice de tablas .....	xi
Índice de Figuras.....	xii
Índice de Anexos.....	xiii
<b>1. Titulo</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Resumen</b> .....	<b>2</b>
2.1 Abstract.....	3
<b>3. Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>4. Marco Teórico</b> .....	<b>6</b>
<b>Antecedentes</b> .....	<b>6</b>
<b>Comercio Internacional</b> .....	<b>8</b>
Ente regulador a nivel mundial .....	8
<i>Organización Mundial del Comercio [OMC]</i> .....	8
<b>Balanza Comercial</b> .....	<b>9</b>
Importancia de la Balanza Comercial .....	9
Componentes de la Balanza Comercial .....	9
<b>Exportaciones e importaciones</b> .....	<b>10</b>

Exportaciones.....	10
<i>Importancia de las exportaciones</i> .....	10
<i>Principales países exportadores</i> .....	10
Importaciones.....	11
<i>Principales Países Importadores</i> .....	12
<b>Medidas de Protección.....</b>	<b>12</b>
Barreras arancelarias.....	13
<i>Formas de expresión de las tarifas arancelarias</i> .....	14
<i>Modalidades de arancel</i> .....	14
Barreras No arancelarias.....	15
<b>Políticas de comercio exterior.....</b>	<b>16</b>
<b>La industria Cafetalera.....</b>	<b>16</b>
<b>Ecuador, País Agroexportador.....</b>	<b>19</b>
Cacao.....	20
Banano.....	21
Café.....	21
<b>Balanza Comercial en Ecuador.....</b>	<b>22</b>
<b>Políticas Comerciales Ecuatorianas.....</b>	<b>23</b>
Comité de Comercio Exterior.....	23
<b>Industria Cafetalera Ecuatoriana.....</b>	<b>25</b>
Descripción del producto.....	25
<i>La planta de café</i> .....	25
<i>Tipos de Café en Ecuador</i> .....	26
Industria Cafetalera Ecuatoriana y el comercio exterior.....	26
<i>Proyectos</i> .....	27
<i>Acuerdos comerciales vigentes</i> .....	27
<i>Nuevos tratados</i> .....	29
Exportaciones de Café Ecuatoriano.....	29
Participación del café en el PIB ecuatoriano.....	31
Ventajas Comparativas y competitivas del Café Ecuatoriano.....	32

<i>Comparativas</i> .....	32
<i>Competitivas</i> .....	32
<b>Loja, Ciudad Cafetalera</b> .....	<b>32</b>
Quilanga.....	33
<i>Kawsana Coffee Cía. Ltda.</i> .....	34
<b>5. Metodología</b> .....	<b>35</b>
Área de estudio .....	35
Procedimiento .....	36
<i>Método científico</i> .....	36
<i>Método deductivo</i> .....	37
<i>Método inductivo</i> .....	37
<i>Método analítico</i> .....	37
<i>Método sintético</i> .....	37
<i>Observación</i> .....	38
<i>Recopilación bibliográfica</i> .....	38
<i>Encuesta</i> .....	38
Procesamiento y análisis de datos.....	38
<i>Estadística</i> .....	38
<i>Sistema software Excel</i> .....	38
<b>6. RESULTADOS</b> .....	<b>39</b>
<b>Políticas de comercio Exterior</b> .....	<b>39</b>
<b>Acuerdos Vigentes de Ecuador</b> .....	<b>41</b>
Diagnostico .....	46
Matriz FODA.....	47
<b>Impacto de las barreras en la rentabilidad de Kawsana Coffee Cía. Ltda.</b> .....	<b>48</b>
Balanza comercial.....	48
Volumen de exportaciones.....	50
Consumo .....	51
Tipo de cambio .....	52

<b>Estrategias de diversificación de mercados para exportar. Caso de estudio Kawsana Coffee Cía. Ltda. ....</b>	<b>55</b>
Posicionamiento en Mercado Nacional .....	55
<i>Cooperación con otros sectores.....</i>	<i>57</i>
Potencial Mercado Internacional .....	58
<i>Finlandia.....</i>	<i>58</i>
<i>Alemania.....</i>	<i>59</i>
<i>Canadá.....</i>	<i>61</i>
Competitividad con grandes marcas .....	62
Utilización de medios digitales .....	63
<i>Marketing digital .....</i>	<i>63</i>
<i>Venta en Línea .....</i>	<i>65</i>
<b>Propuesta de mejora a la empresa Kawsana Coffee Cía. Ltda. ....</b>	<b>67</b>
Propuesta.....	67
Datos informativos.....	67
Problema .....	67
Objetivos .....	68
Justificación .....	68
Estrategias de mejora (Objetivo uno) .....	68
Estrategia: Investigación de Mercado Potenciales (Objetivo dos). ....	69
Estrategia de diversificación de Canales de distribución (Objetivo dos) .....	72
Uso de medios digitales (redes sociales) (objetivo tres).....	73
<b>7.           Discusión .....</b>	<b>76</b>
<b>8.           Conclusiones .....</b>	<b>78</b>
<b>9.           Recomendaciones .....</b>	<b>80</b>
<b>10.          Bibliografía .....</b>	<b>81</b>
<b>11.          Anexos .....</b>	<b>91</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Análisis de las Políticas de Comercio Exterior en Ecuador.....	39
<b>Tabla 2</b> <i>Análisis de los acuerdos vigentes entre Ecuador y el resto del mundo.</i> .....	41
<b>Tabla 3</b> Balanza comercial del Café (2019-2023) en Ecuador, expresado en millones de dólares .....	48
<b>Tabla 4</b> Impacto de las barreras arancelarias y no arancelarias a Kawsana Coffee Cía. Ltda. ....	54
<b>Tabla 5</b> Cuadro comparativo de la marca Kawsana Coffee frente a otras marcas populares. 62	
<b>Tabla 6</b> Datos informativos de la propuesta de mejora para Kawsana Coffee Cía. Ltda. ....	67
<b>Tabla 7</b> Capacitación.....	68
<b>Tabla 8</b> Elaboración de análisis .....	70
<b>Tabla 9</b> Implementación de canales de distribución .....	72
<b>Tabla 10</b> Sugerencia de canales de distribución .....	73
<b>Tabla 11</b> Implementación de medios digitales.....	74

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> Los 20 países exportadores a nivel mundial en 2022, según valor de las exportaciones de mercancías (en miles de millones de dólares).....	11
<b>Figura 2</b> Los 20 países importadores a nivel mundial en 2022, según valor de las importaciones de mercancías (en miles de millones de dólares) .....	12
<b>Figura 3</b> Principales países exportadores de café a nivel mundial en función del valor de las exportaciones en 2023 (en millones de dólares) .....	18
<b>Figura 4</b> Principales países importadores de café en función del valor de las importaciones a nivel mundial en 2023 (en millones de dólares) .....	19
<b>Figura 5</b> Valor de la Balanza Comercial durante los Últimos Cinco años en Ecuador .....	22
<b>Figura 6</b> Exportaciones Globales de Café Ecuatoriano Periodo 2014-2023 .....	30
<b>Figura 7</b> Principales destinos de exportación del café ecuatoriano, expresado en miles de millones de dólares .....	31
<b>Figura 8</b> Ubicación macro del área de estudio.....	35
<b>Figura 9</b> Matriz FODA aplicada a Kawsana Coffee Cía. Ltda.....	47
<b>Figura 10</b> Cuadro comparativo entre las exportaciones e Importaciones de café en Ecuador, expresado en millones de dólares. ....	48
<b>Figura 11</b> Balanza Comercial que presenta el café durante los últimos cinco años en Ecuador .....	49
<b>Figura 12</b> Cuadro comparativo del volumen de Exportaciones e Importaciones de café en Ecuador (2019-2023). ....	50
<b>Figura 13</b> Principales destinos de exportación de café ecuatoriano año 2023.....	51
<b>Figura 14</b> Principales Destinos de las exportaciones de café ecuatoriano año 2024.....	52
<b>Figura 15</b> Provincias potenciales para ampliar el mercado de Kawsana Coffee Cía. Ltda. ...	56
<b>Figura 16</b> Principales países consumidores de café en el mundo (Kg por persona).....	58
<b>Figura 17</b> Características Positivas del mercado finlandés.....	59
<b>Figura 18</b> Características Positivas del mercado potencial alemán .....	60
<b>Figura 19</b> Características Positivas del mercado canadiense.....	61
<b>Figura 20</b> Beneficios de utilizar el marketing digital en Kawsana Coffee. ....	64
<b>Figura 21</b> Tendencia de las ventas en línea en los últimos años 2020-2025 .....	65

## Índice de Anexos

<b>Anexo 1:</b> Designación Docente Asesor TIC .....	91
<b>Anexo 2:</b> RUC de la Empresa .....	92
<b>Anexo 3:</b> Reporte anti plagió del programa Copyleaks.....	94
<b>Anexo 4:</b> Certificación de traducción .....	95
<b>Anexo 5:</b> Pertinencia del Proyecto .....	96
<b>Anexo 6:</b> Encuesta no estructurada.....	97

**1. Título.**

Barreras arancelarias y no arancelarias y su impacto en las exportaciones de café ecuatoriano. Caso de estudio Kawsana Coffee Cía. Ltda.

## 2. Resumen

El presente trabajo de Integración Curricular tiene como objetivo analizar el impacto de las barreras arancelarias y no arancelarias en las exportaciones de café ecuatoriano en la empresa Kawsana Coffee Cía. Ltda., con la finalidad de contribuir a su expansión y posicionamiento en el mercado tanto nacional como internacional. El comercio internacional es el intercambio de bienes económicos entre personas físicas o jurídicas de dos o más países, por lo que se generan medidas de protección denominadas barreras arancelarias. La metodología que se empleó es documental con un enfoque mixto combinando lo cualitativo y lo cuantitativo, así mismo, se aplicaron diversos métodos y técnicas que permitieron el desarrollo y alcance de cada uno de los objetivos propuestos como lo son el método científico, deductivo, inductivo, analítico, sintético y técnicas como la observación, recopilación bibliográfica, encuesta y estadísticas. En los resultados se realizó el análisis de las políticas de comercio exterior y de los diferentes acuerdos comerciales que mantiene Ecuador los cuales benefician al sector cafetalero y a Kawsana Coffee Cía. Ltda., así como también el impacto que generan las barreras arancelarias y no arancelarias en su rentabilidad. De la misma forma, se propuso estrategias de diversificación de mercado tanto para su exportación como para su distribución nacional. Finalmente, se concluye con los objetivos cumplidos en su totalidad estableciendo que las barreras arancelarias y no arancelarias tienen un impacto positivo dentro de la empresa ya que no representan una amenaza directa para la exportación del café; la empresa podría mejorar sus ingresos y competitividad dentro del mercado si diversificará el mismo y aplicará estrategias donde se visualice y conozca más la marca.

**Palabras claves:** Barreras arancelarias, Barreras No arancelarias, Café, Exportación, Acuerdos comerciales, Comercio Internacional.

## 2.1 Abstract

This Curricular Integration Project aims to analyze the impact of tariff and non-tariff barriers on Ecuadorian coffee exports at Kawsana Coffee Cía. Ltda., with the goal of contributing to its expansion and market positioning both nationally and internationally. International trade involves the exchange of goods between individuals or entities across countries, often subject to protective measures known as tariff barriers. The study employed a documentary methodology with a mixed approach, integrating qualitative and quantitative analysis. Various scientific methods—deductive, inductive, analytical, and synthetic—were applied, along with techniques such as observation, bibliographic research, surveys, and statistical analysis. The research examined Ecuador’s trade policies and agreements, identifying benefits for the coffee sector and Kawsana Coffee Cía. Ltda. Additionally, the study assessed the impact of tariff and non-tariff barriers on the company’s profitability. Based on the findings, market diversification strategies were proposed for both export and domestic distribution. The study concludes that tariff and non-tariff barriers do not pose a direct threat to the company’s exports. Instead, they have a positive impact, as they do not hinder coffee trade. However, expanding market reach and implementing brand awareness strategies could further enhance revenue and competitiveness.

**Keywords:** *Tariff Barriers, Non-Tariff Barriers, Coffee, Export, Trade Agreements, International Trade.*

### 3. Introducción

El comercio Internacional ha tomado un papel de gran importancia en la economía del mundo, pues es quien maneja las relaciones entre países y quien impulsa la economía de estos. El comercio Internacional no es más que el intercambio de bienes económicos entre personas físicas o jurídicas de dos o más países, los cuales crean el proceso de exportación (salida de mercancías) e importación (entrada de mercancía), generando de esta forma que los países busquen formas de proteger sus productos nacionales, imponiendo de esta forma las más conocidas “Barreras arancelarias y no arancelarias” (Giménez et al. 2020).

Las barreras arancelarias son aquellas que se encargan de recaudar un impuesto buscando proteger el mercado nacional (Jiménez, 2023). Mientras que las barreras no arancelarias buscan precautelar la salud de la población, mediante certificaciones de sostenibilidad, origen y medidas fitosanitarias, resaltando que este tipo de barreras no recogen ningún tipo de gravamen (Regalado y Torres, 2020).

El café es la bebida más tradicional y consumida en el mundo, considerándose una gran fuente de ingresos para los países que lo exportan. El sector cafetalero dentro del Ecuador ha generado grandes ingresos, pues dentro de la balanza comercial este ha tenido resultados positivos, a pesar de presentarse la Pandemia por el COVID-19 y cuestiones climáticas este ha sido un negocio rentable en su totalidad.

Por esta razón se llevó a cabo el presente Trabajo de Integración Curricular denominado Barreras arancelarias y no arancelarias y su impacto en las exportaciones de café ecuatoriano. Caso de estudio Kawsana Coffee Cía. Ltda., el cual contribuyo a que la empresa conozca las políticas y acuerdos comerciales que mantiene Ecuador con el resto del mundo y que podrían ser beneficiosos para esta. De la misma forma, proporciono la información necesaria para saber que impacto generan las barreras arancelarias y no arancelarias en su rentabilidad. Por otro lado, se le da a conocer a la empresa estrategias de diversificación de mercado tanto nacional como internacional, para que esta manera aumente sus ingresos y tenga un buen posicionamiento en el mercado.

El trabajo de Integración Curricular de acuerdo con el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, Art.229 establece que la estructura del trabajo debe constar con los siguientes apartados; **Título** es el nombre que identifica la investigación y resume la idea principal; **Resumen** el cual sintetice las ideas principales e importantes, así como el cumplimiento de los objetivos desarrollados en los resultados, así mismo debe estar escrito en el idioma español y traducido a la segunda lengua de aprendizaje básico inglés; **Introducción**

que enfatice la importancia, aporte y estructura del trabajo desarrollado; **Marco Teórico** el cual abarque las diversas temáticas que están estrechamente vinculadas al tema principal del trabajo mediante fundamentos bibliográficos; **Metodología** da a conocer los diferentes métodos y técnicas de investigación que se utilizó en el trabajo de Integración curricular; **Resultados** que analicen las políticas y los diferentes acuerdos comerciales que mantiene Ecuador con el resto del mundo, de la misma forma el impacto que generen las barreras arancelarias y no arancelarias en la rentabilidad de la empresa y por último la propuesta de estrategias de diversificación de mercados para las exportaciones de la compañía; **Discusión** plasma las debilidades presentes en la empresa, destacando al mismo tiempo los aspectos positivos con el aporte del trabajo mediante los resultados alcanzados; **Conclusiones** fundamentadas por los resultados obtenidos con respecto a los objetivos planteados, las cuales sean tomadas para cambios en un futuro; **Recomendaciones**, dirigidas al dueño de la empresa de manera clara y concisa, plasmadas como sugerencias para la mejora de la misma; **Bibliografía**, listado de páginas web, documentos o demás fuentes de investigación, empleados para respaldar la información plasmada en el presente trabajo; **Anexos**, documentación o evidencias que sustentan el trabajo realizado.

## 4. Marco Teórico

### Antecedentes

La economía en el mundo no es más que un conjunto de economías nacionales y organizaciones no estatales, interconectadas mediante relaciones económicas internacionales. Esta actividad puede influir de manera positiva o negativa a los países involucrados, trayendo consigo la globalización que ha cohesionado las economías nacionales, acelerando de esta forma los resultados de cualquier decisión tomada en este nivel (Escuela de Gobierno y Economía, 2021).

En tanto avanza el mundo y la población mundial aumenta, los mercados emergentes crecen a mayor medida convirtiéndose en los motores fundamentales del crecimiento económico mundial. El progreso y resiliencia de los mercados emergentes son un indicador positivo para la economía mundial. La interacción de la economía entre países puede ser explicada en tan solo una palabra “transacciones”, el mayor movimiento económico a nivel global se da por las transacciones entre las principales economías del mundo (Escuela de Gobierno y Economía, 2021).

Es importante señalar que, debido a la influencia de la economía global, todos los países del mundo se ven afectados de alguna manera por eventos que ocurren en otros países, incluso si parecen no estar relacionados (Escuela de Gobierno y Economía, 2021). Esto se debe a que están estrechamente interconectados. Las crisis, guerras, pandemias, etc.- afectan a la economía a nivel mundial, aunque sus efectos no siempre son inmediatos y suelen manifestarse años después.

En los últimos cinco años, el mundo entero ha atravesado distintas crisis, entre ellas tenemos la pandemia de COVID-19 la cual ocasiono, por primera vez en la historia, la detención total de la producción y la suspensión de servicios no esenciales. El transporte aéreo, marítimo y terrestre se redujo significativamente mientras se investigaban los métodos de transmisión del virus y las estrategias para su prevención. Las fábricas cesaron sus operaciones, al igual que hoteles y restaurantes. Las oficinas trasladaron sus actividades a la modalidad de trabajo remoto, y lo mismo hicieron las escuelas y universidades (Ugarteche et al.,2020).

Este fenómeno tuvo un impacto notable en las economías desarrolladas, que experimentaron una pérdida equivalente a entre cinco y treinta años de progreso, situándolas en una posición crítica sin precedentes y de las cuales actualmente se quieren recuperar. Además, la situación se complicó porque muchas de estas economías ya enfrentaban una desaceleración desde la crisis de 2008-2009. Como ejemplo de ello tenemos a Estados Unidos,

quien se encontraba en medio de una guerra comercial con China, el cual ya venía afectando negativamente su economía (Ugarteche et al.,2020).

Mientras la economía sigue haciendo frente a los estragos que dejó la pandemia del COVID-19, se suscitaron más hechos históricos que generaron crisis económicas como la invasión de Ucrania por la Federación de Rusia, el aumento de la inflación, y el consiguiente endurecimiento de las condiciones monetaria mundiales, dejando así una actividad económica mundial debilitada. Tras una fuerte desaceleración en el año 2022 y el consiguiente descenso el año pasado, se comunicó que se preveía una disminución en la producción mundial del presente año 2024, lo que supondría el tercer año consecutivo de desaceleración (World Bank Group, 2024).

Los constantes conflictos geopolíticos y geoeconómicos que se han presentado en los últimos años han provocado que el comercio mundial se estanque (Schmucker, 2023). García (2024) nos menciona que “ahora sumado el conflicto entre Israel y Hamás, en la franja de Gaza, que muestra la inestabilidad de esa región” (p. 3). Ha demostrado que en menos de dos años dos crisis gravísimas presentadas inesperadamente han sacudido el mundo y en especial a la economía mundial.

Sin embargo, la Unión Europea está tratando de responder a estas crisis mediante la renovación de sus acuerdos comerciales y tener como punto principal la renovación de la Organización Mundial del Comercio (OMC) debido a que ningún actor mundial está dispuesto a hacerlo. La OMC se encuentra pasando momentos difíciles como organización puesto que los compromisos generales con el multilateralismo ya no son suficientes y las normas vigentes ya no satisfacen las exigencias del comercio moderno. En ese sentido, la Unión Europea debe esforzarse por implicar a las dos grandes potencias económicas como son Estados Unidos y China en el proceso de la reforma de la OMC (Schmucker, 2023). No obstante, “en el actual entorno geoeconómico los acuerdos comerciales se entienden como una forma de forjar alianzas con socios afines que van más allá de las cuestiones económicas” (Schmucker, 2023, párr.20).

Se espera que el comercio internacional mejore y se creen nuevas alianzas que ayuden con la relación entre países de diferentes continentes y del mismo para de esta forma se impulse la economía mundial. Así mismo incluyendo nuevas perspectivas económicas como el auge del comercio electrónico, el ascenso de las economías emergentes, el aumento de las cadenas de suministro regional, la creciente importancia de la sostenibilidad, etc. (El Comercio, 2023; Moreau y Machado, 2023; Nugent et al.,2019; Tarazona, 2022).

## **Comercio Internacional**

Desde tiempos remotos se pudo observar la necesidad o naturaleza del ser humano por llevar a cabo el intercambio de objetos, en aquel entonces conocido como “trueque”. Tan pronto como pasa el tiempo y los avances en la sociedad, se presentaron los intercambios de bienes o servicios donde su alcance fue cada vez mayor. Conforme el mundo avanzó y de esta manera los efectos de la Revolución Industrial se hicieron notar, se pudo presenciar la generación de nuevos sistemas de transporte- barcos a vapor, ferrocarriles, etc.- los cuales facilitaron y ampliaron las rutas de comercio entre diferentes países (Tugores, 2019).

El comercio internacional se lo entiende como un intercambio de bienes económicos el cual se crea entre personas físicas o empresas de dos o más países, generando de esta forma la salida de mercancías de un país (exportaciones) y la entrada de estas (importaciones) procedentes de otras naciones (Giménez et al., 2020).

Todos los países en general sin importar que tan ricos en aspectos comerciales sean, cuentan con activos, los cuales se utilizan para producir bienes o servicios ya sea para su mercado interno o para competir con mercados externos. Uno de los objetivos más grandes de cada país es aprovechar sus activos para de esta manera encontrar un bien o servicio en el que sean demasiado buenos para producir, surgiendo así, el intercambio de estos productos por los productos que requieren y que otros países producen mejor (Giménez et al., 2020).

### **Ente regulador a nivel mundial**

#### ***Organización Mundial del Comercio [OMC]***

La organización Mundial del Comercio también conocida por sus siglas “OMC”, es una organización internacional que se ocupa de aquellas normas que rigen el comercio entre los países. Su sede se encuentra en Ginebra, Suiza; fue establecida el 1 de enero de 1995, cuenta con 164 países miembros, los cuales representan el 98% del comercio mundial. La OMC ha realizado varios acuerdos que han sido firmados y negociados por la mayoría de los países que participan en el comercio mundial. Interviene en la solución de diferencias comerciales entre sus países miembros y atiende a las necesidades de los países en desarrollo (Organización Mundial del Comercio, s.f).

## **Balanza Comercial**

Se considera a la Balanza Comercial como el registro tanto de las importaciones como de las exportaciones que lleva a cabo un país durante un tiempo específico, en el cual se puede determinar si dicho nación se encuentra en una situación de déficit, que se da cuando las importaciones superan a las exportaciones, por otro lado, el superávit, que ocurre cuando las exportaciones son mucho mayores que las importaciones, lo cual representa un punto positivo para el país (Aguilar et al., 2020).

Por ello es considerada como un indicador primordial dentro de la economía de un país puesto que a través de ella se puede tomar decisiones con respecto al comercio internacional y la economía interna de la nación, utilizando herramientas comerciales con las que se pueda obtener un beneficio (Aguilar et al., 2020).

La balanza comercial representa un papel importante en cada uno de los países ya que esta puede ser positiva o negativa, podemos resumir entonces a la balanza comercial como la resta entre las exportaciones e importaciones, donde se genera un déficit o superávit, donde el déficit es un valor negativo para el país puesto que se gastaría más de lo que se vende, así mismo el superávit refleja positivismo para el mismo ya que se estaría aprovechando la producción nacional al tener mayor valor en las exportaciones.

### **Importancia de la Balanza Comercial**

De acuerdo con los resultados que expresa la Balanza Comercial se puede desarrollar políticas económicas y comerciales, que mantengan un equilibrio tanto en las importaciones como exportaciones, he ahí la importancia de la Balanza comercial en cada uno de los países. Desarrollando de esta manera una ayuda al existir un intercambio de divisas para el Producto Interno Bruto (PIB) (Manjarrés, 2021).

### **Componentes de la Balanza Comercial**

La balanza Comercial esta integradas por dos componentes importantes:

- Importaciones, y
- Exportaciones (Manjarrés, 2021).

## **Exportaciones e importaciones**

### **Exportaciones**

La exportación es una actividad comercial que implica la venta o el envío de productos más allá de las fronteras del país. En términos más sencillos, exportar significa trasladar bienes y servicios de un país a otro con propósitos comerciales (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2024).

Conforme a lo que menciona Duran et al. (2016) las exportaciones se refieren a:

Un conjunto de bienes y servicios que se venden de los residentes de una economía a residentes de otra economía. En otras palabras, corresponden a la proporción de la producción nacional que no se consume dentro de la economía ni se almacena, sino que se vende al exterior. (p.88)

La exportación de productos o servicios, surgen cuando a un país le resulta rentable vender en el extranjero algún bien o servicio, representando así uno de los mayores ingresos que tiene su país.

### ***Importancia de las exportaciones***

Cuando las exportaciones crecen, impulsan la innovación tecnológica, satisfacen la demanda internacional y aumentan la entrada de divisas. Esto no solo mejora el uso de la capacidad productiva, sino que también fomenta el crecimiento económico. Los gobiernos suelen apoyar el crecimiento basado en exportaciones como una estrategia clave para estimular la economía (Kalaitzi & Chamberlain, 2020).

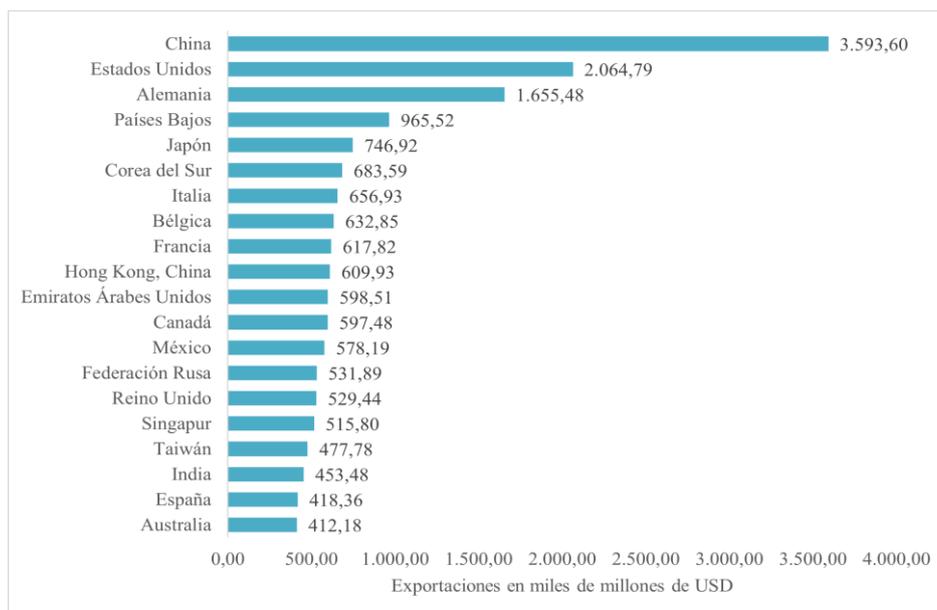
El incremento de las exportaciones atrae inversiones hacia los sectores en los que el país posee una ventaja comparativa, lo que resulta en la adopción de tecnologías avanzadas, un aumento de la producción nacional y un crecimiento económico robusto. Además, el aumento de las exportaciones genera una mayor entrada de divisas, permitiendo al país importar más servicios y bienes de capital (Kalaitzi & Chamberlain, 2020).

### ***Principales países exportadores***

La organización mundial del comercio para el año 2022 nos mostró el informe anual de los 20 países que tuvieron más número de exportaciones en dicho año. En la siguiente figura se muestran los valores de cada país en miles de millones de dólares:

## Figura 1

Los 20 países exportadores a nivel mundial en 2022, según valor de las exportaciones de mercancías (en miles de millones de dólares)



*Nota:* La figura muestra los 20 principales países exportadores a nivel mundial en 2022, ordenados según el valor de sus exportaciones de mercancías, expresado en miles de millones de dólares estadounidenses. Fuente: Statista (2022).

De acuerdo con la gráfica se puede mencionar que China encabeza la lista con un valor de exportaciones que alcanza los 3.293,6 mil millones de dólares, lo que la posiciona como el mayor exportador mundial. Estados Unidos ocupa el segundo lugar con exportaciones valuadas en 2.064,79 mil millones de dólares, dejando en claro que ambos países cuentan con un mercado amplio y económicamente competitivo.

## Importaciones

Se entiende como importación a la “acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que haya sido declarado” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2024).

Las importaciones ayudan a aumentar la productividad en el comercio internacional a través de bienes de capital e insumos intermedios de mayor calidad a precios competitivos. Así mismo, las importaciones de bienes de consumo contribuyen a mejorar el bienestar de las familias permitiéndoles disfrutar de una canasta de bienes y servicios más amplia y a precios más accesibles (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2013).

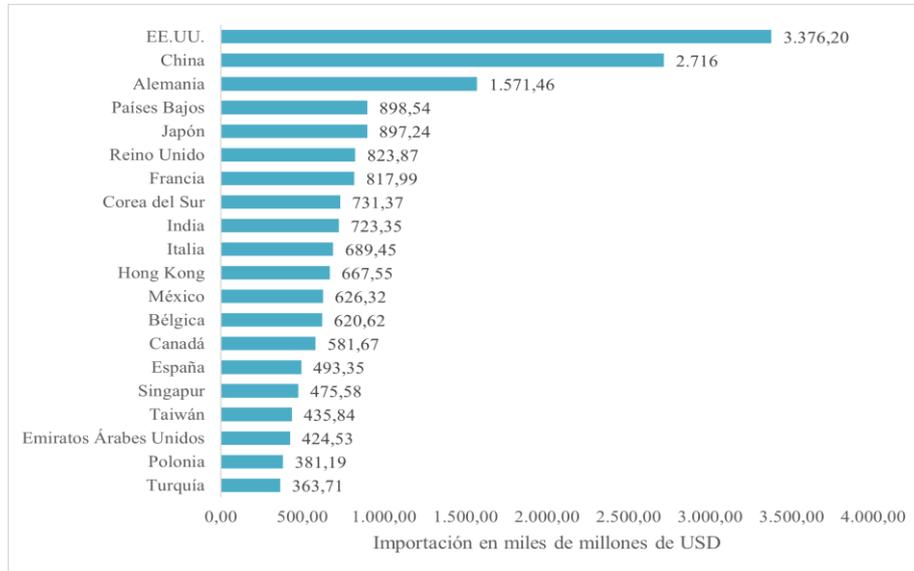
Podemos decir entonces que las importaciones son consideradas como la actividad de ingresar bienes o servicios del exterior hacia el país, así mismo, debemos tener en claro que dichos bienes o servicios tendrán un valor agregado por la importación de este, claro que suelen variar los precios dependiendo del país de donde provengan.

### **Principales Países Importadores**

En el informe anual que realiza la Organización mundial del comercio año 2022 se pudo visualizar cuales fueron los 20 países que más importaron en dicho periodo. Tal como se presenta en la siguiente figura:

#### **Figura 2**

*Los 20 países importadores a nivel mundial en 2022, según valor de las importaciones de mercancías (en miles de millones de dólares)*



*Nota:* La figura muestra a los 20 países que llevaron a cabo a gran medida el proceso de importación en el año 2022, mostrados los valores en la gráfica en miles de millones de dólares. Fuente: Statista (2022).

Podemos decir entonces que Estados Unidos se ubica como líder dentro de esta lista siendo uno de los países con mayor número de importaciones. El gigante norteamericano ha realizado múltiples acuerdos comerciales, así como también varios tratados bilaterales de inversión, lo cual lo ayuda a situarse como uno de los mejores aliados en el comercio internacional, compitiendo así con China.

### **Medidas de Protección**

El libre comercio actúa como una herramienta ágil, prospera, dinámica y global, para la producción de bienes y servicios, desde y hacia diferentes partes del mundo. A diferencia de décadas pasadas donde resultaba imposible realizar este tipo de actividades, actualmente esta actividad se desarrolla con normalidad y con varias facilidades, ayudando de esta forma a la relación entre países (Coppelli, 2019).

Gerardo Coppelli Ortiz (2019) indica que:

Las reconocidas ventajas que plantea el libre comercio, los países mantienen, en mayor o menor medida, la imposición de restricciones al comercio que limitan inhibe o directamente excluyen, las relaciones comerciales internacionales...los países imponen restricciones al comercio de mercancías y servicios, argumentando que un mercado libre obliga a que se produzcan ajustes. (p. 335)

Dentro del comercio internacional las medidas de protección juegan un papel importante puesto que cada uno de los países las utilizan, con el fin de proteger su producción local y así mantener un equilibrio entre la mercadería que se importa y su producción nacional. Cabe destacar que unos países cuentan más medidas de protección que otras, pero no podemos afirmar que estas sean malas o desfavorables, pues cada país busca proteger lo suyo. Varios de ellos mantienen acuerdos internacionales que hacen que su comercio fluya y se beneficie.

### **Barreras arancelarias**

De acuerdo con lo que menciona Sarquis (2002) las barreras arancelarias son aquellos:

Impuestos (aranceles) que deben pagar los importadores y exportadores en las aduanas de entrada y salida de las mercancías...En este sentido, el arancel o tarifa arancelaria puede considerarse como el instrumento que proporciona transparencia y certidumbre al exportador y al importador. (p.1)

Los aranceles no son más que una barrera para precautelar la salida y entrada de mercancía a un país, generando ingresos para el mismo, cuidando de esta forma la producción nacional y así volverla más competitiva con cierto rango de ventaja. Jiménez (2023) por otro lado nos indica que:

Las barreras arancelarias, han sido un tema bastante controversial en el mundo, ya que, estas son limitaciones al libre ejercicio del comercio, pero los estados las consideran como una medida de protección para el mercado nacional. Frente a estos hechos los empresarios tienen que tomar medidas para recuperar el capital pagado por concepto de arancel, puesto que se constituirían en pérdidas que ni el productor, ni el comerciante están dispuestos a asumir, dicho costo es asignado al consumidor final, debido a que este es el interesado en adquirir el producto. (p.6)

Las barreras arancelarias son aquellas que recaudan un impuesto, limitando en cierta medida el libre comercio, todos los costos que generan estos aranceles son asumidos por el consumidor, puesto que es el interesado en adquirirlo, es por ello, que los productos provenientes de otros países suelen tener un valor superior en el mercado.

### ***Formas de expresión de las tarifas arancelarias***

Conforme a lo que establece el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI] (2010) en su Art.76 denominado Forma de expresión “Las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como: términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía (Ad-Valorem), en términos monetarios por unidad de medida (específicos), o como una combinación de ambos (Mixtos)” (p.29). Estas formas de expresión se dan a nivel mundial, con la simple diferencia de que en otros países lo catalogan de otras formas.

Siendo así, Carmona (2021) cataloga a estas formas de expresión como “Gravámenes arancelarios”, el mismo menciona como se calculan cada uno de ellos

**Ad-Valorem.** Se calcula aplicando un porcentaje sobre el valor establecido en la factura comercial proporcionada por el proveedor extranjero (valor de transacción), sumando además los costos de seguro y transporte internacional, lo cual constituye el Incoterm CIF (costo, seguro y flete internacional).

**Específico.** Es un valor fijo que se cancela según la unidad de medida (peso, capacidad, longitud, etc.).

**Mixto.** Se calcula mediante la suma de ambos aranceles, es decir, combina el arancel ad-valoren y el específico. Este tipo de arancel es poco frecuente verlo en aplicación.

A nivel mundial es muy común ver este tipo de expresiones para poder calcular los aranceles siendo los más utilizados el Ad-Valorem y el específico. Este tipo de aranceles contribuyen a que el país que permita la entrada de mercadería genere ingresos mediante el trabajo de las aduanas.

### ***Modalidades de arancel***

El Art. 77 del COPCI dispone que:

Los aranceles podrán adaptarse bajo distintas modalidades técnicas, tales como:

- a. Aranceles fijos, cuando se establezca una tarifa única para una subpartida de la nomenclatura aduanera y de comercio exterior; o
- b. Contingentes arancelarios, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad valor de mercancías importadas o exportadas, y una tarifa diferente a las importaciones o exportaciones que excedan dicho monto. (p.29)

Las modalidades de arancel no son más que aquellas técnicas que se aplican para ciertas circunstancias, en el caso del arancel fijo, es aquel que se determina con una tarifa fija, facilitando a los importadores saber con exactitud cuál será el costo asociado a su importación. Por otro lado, los contingentes arancelarios, son aquellos que se imponen a un producto en lo que respecta a su volumen de importación teniendo un valor para una cantidad específica y otro valor cuando se excede dicho volumen de importación.

### **Barreras No arancelarias**

Regalado y Torres (2020) definen a las barreras no arancelarias también conocidas como “Barreras para arancelarias” como aquellas, “medidas y/o restricciones que aplican los países al ingresar un producto extranjero al territorio nacional” (p.10). Estas barreras son un arancel diferente, ya que estas no buscan recaudar un impuesto, si no que se cumplan con ciertas restricciones las cuales buscan que no se atente contra la salud de la población, las prácticas desleales, etc.

Echavarría et al. (2019) afirma que, “Las barreras no arancelarias al comercio internacional se han convertido en una nueva restricción al comercio utilizada por los países para regular el comercio de ciertos tipos de bienes o, como medida alternativa de protección” (p.4). Estas medidas de protección son buscan proteger aún más la producción nacional, aumentando las restricciones para la importación de productos, exigiendo requisitos, que a pesar de que existan acuerdos comerciales de por medio, deben cumplirse.

Entre los BNA que podemos encontrar están:

**Certificaciones de normas de sostenibilidad.** Juegan un papel importante como estrategias de gobernanza, pues buscan mejorar los resultados en lo que respecta al bienestar humano de las cadenas de valor agroalimentarias (Oberlack et al., 2023).

**Certificados de origen.** Considerado como un instrumento el cual corrobora el lugar de procedencia de la mercancía que se va a exportar (Su-Jung y Dong-Hwa, 2022, como se citó en Julio-Rospigliosi y Bernedo, 2024).

**Medidas sanitarias y Fitosanitarias.** Son normas y criterios que buscan salvaguardar la salud en lo que respecta al comercio internacional, asegurándose de que cumplan con los requisitos solicitados en materia de calidad y seguridad con los productos a exportar o importar, previniendo la diseminación de plagas, enfermedades y otros agentes contaminantes (Vasyl, 2022).

### **Políticas de comercio exterior**

M. Quiñonez y L. Quiñonez (2020), consideran a la:

Política de comercio exterior un instrumento de negociación internacional que facilita las transacciones comerciales entre países; permite a las economías proteger su industria interna al desincentivar la importación de productos extranjeros, a la vez que incrementa la demanda del producto nacional. (p.2)

Las políticas comerciales con la intervención del Estado buscan proteger la producción nacional, limitando las importaciones que dañen la economía local. Así mismo estas políticas buscan facilitar el acceso de los productos nacionales a los mercados internacionales.

Las políticas comerciales son aquellas que ayudan a que el país pueda tener relaciones comerciales con otros países, ya que en estas se establecen las diferentes estrategias para impulsar a los pequeños y grandes productores ubiquen sus productos en el mercado internacional, empujando así a que los países que intervienen y tengan mayor demanda realicen acuerdos comerciales que beneficien a ambos.

### **La industria Cafetalera**

Se dice que el café es el mejor medio para las relaciones sociales y la relajación, pues su popularidad le ha dado ese privilegio de ser uno de los productos básicos más importantes del mundo. Para poder servir una taza de café se deben realizar varias interacciones de prácticas de cosecha y postcosecha, clasificación, almacenamiento y transporte, etapas de procesamiento y prácticas de consumo (Enríquez et al., 2020).

El café es una de las bebidas más antiguas en el mundo y una de las más populares. Para ello, nos transportamos a su inicio en el Cuerno de África, en Etiopía, donde el café tuvo

su origen, presuntamente en la provincia de Kaffa. Descubierta por un pastor llamado Kaldi, quien noto que sus cabras se llenaban de energía después de comer los frutos rojos de un arbusto. Intrigado, Kaldi decidió probar los frutos el mismo y descubrió su efecto estimulante (Roig, 2023).

Desde ese momento, la historia del café se transformó en un viaje a través del tiempo y diversas culturas. Originario de Etiopia, el café llegó a la Península Arábiga en el siglo XIII, donde fue apreciado por sus propiedades estimulantes. Para el siglo XV, las primeras casas de café, conocidas como “qahveh kanes”, abrieron sus puertas en la ciudad de La Meca (Roig, 2023).

Siglos más tarde, el café llegó a Europa, convirtiéndose en una bebida popular que también generó controversias. A pesar de las críticas, su consumo se expandió mundialmente, especialmente en América Latina y Asia, impulsado por la colonización y el comercio (Roig, 2023).

Podemos decir entonces que el café desde hace muchísimos años ha tenido relevancia a nivel del mundo y ha contribuido en gran parte al comercio internacional. Siendo para varios países uno de los productos que más exportan.

El café se ha convertido en una bebida popular a nivel global, gracias a su versatilidad, para poderlo disfrutar frío o caliente, tomarlo en helado o en granizado, incluso como ingrediente principal en tartas o postres. Su característica de dar energía hace que las personas hayan generado una fuerte afición por su consumo, especialmente en las mañanas, cuando muchas personas buscan un impulso extra de energía.

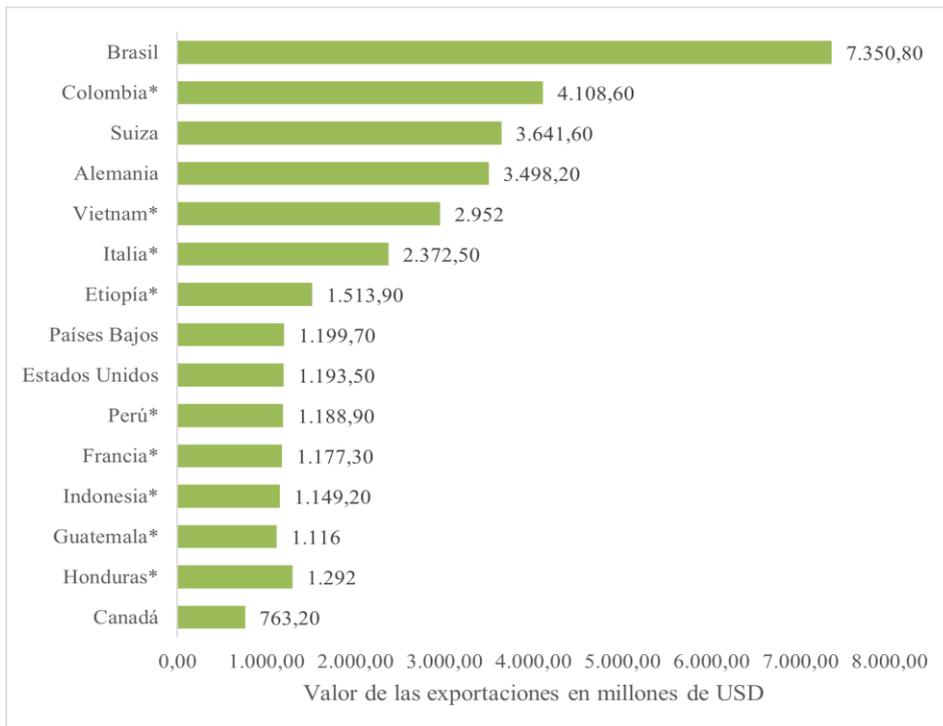
Hace algunos años el café forma parte de los productos habituales dentro del también conocido como *fairtrade*, lo cual es básicamente el sello del comercio justo, donde se marca una diferencia en la vida de las personas que cultivan y crean los productos que con más frecuencia se consume. El comercio de café experimentó un crecimiento significativo, lo que demostró que el café producido mediante prácticas agrícolas sostenibles, condiciones laborales justas u una buena gestión, alcanza un volumen de producción cercano a 1.6 millones de toneladas. Gran parte de este café corresponde a la variedad Arábica, reconocida como el mejor café en grano del mundo por su equilibrio y aroma excepcionales (Orús, 2024).

El café arábico se posiciona como uno de los cultivos más trascendentales a escala global, pues ha ganado terreno en gran parte de los países en vías de desarrollo. Su presencia ejerce una influencia socioeconómica de considerable magnitud, impactando positivamente a cada uno de ellos (Villalta & Gatica, 2019).

Aproximadamente 60 países ubicados en las regiones tropicales y subtropicales cultivan café de manera extensiva. En muchos de estos países, el café representa el principal producto agrícola destinado a la exportación (Enríquez et al., 2020). Podemos decir entonces que la producción de café genera un significativo número de fuentes de trabajo, ayudando a la estabilidad de los países que lo exportan y así mismo el poder de mercado que maneja a nivel del mundo es sumamente relevante.

### Figura 3

*Principales países exportadores de café a nivel mundial en función del valor de las exportaciones en 2023 (en millones de dólares)*



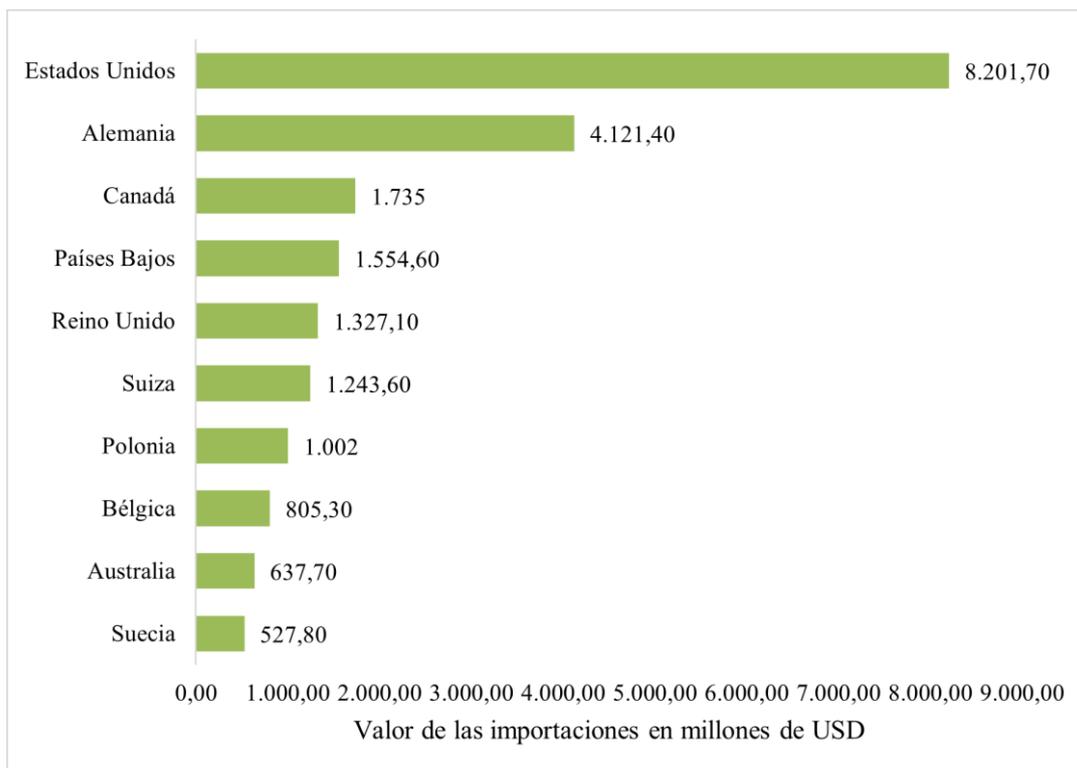
*Nota:* Los datos presentados corresponden al valor de las exportaciones de café de los principales países exportadores a nivel mundial en el año 2023, expresado en millones de dólares estadounidenses. Fuente: Statista (2024).

En el año 2023 Brasil fue uno de los países que mayor número de exportaciones tuvo con un valor de 7.351 millones de dólares, posicionándose en el puesto número uno a nivel del mundo. Seguido de él se encuentra Colombia quien es bastante reconocido por su exquisito café y variedad en él, con un valor de 4.108,60 millones de dólares, convirtiendo al Estado sudamericano un año más en el principal exportador de Café del mundo.

El principal mercado que factura con este producto es Estado Unidos pues es el principal importador de café en el mundo, debido a la alta demanda con la que cuenta este producto, Estados Unidos se ve obligado a complacer a sus consumidores, liderando así cada año la lista de los mayores importadores, tal como se muestra en la siguiente figura:

#### Figura 4

Principales países importadores de café en función del valor de las importaciones a nivel mundial en 2023 (en millones de dólares)



Nota: Los datos presentados expuesto en la figura 4 corresponden al valor de las importaciones de café de los principales países importadores a nivel mundial en el año 2023, expresado en millones de dólares estadounidenses. Fuente: Statista (2024).

Como se había mencionado anteriormente el país con mayor en importaciones de Café es Estados Unidos y seguido de él se encuentran Alemania quien representa un 20.54% del total de las importaciones de café. Canadá, Países Bajos y Reino Unido completan el top 5 de los principales importadores de café. Estos datos no solo nos proporcionan información acerca del volumen de importaciones de café, sino también de los países que más consumen esta bebida.

#### Ecuador, País Agroexportador

La actividad agroexportadora toma un rol crucial dentro de la economía del Ecuador. En la última década, el comercio no petrolero ha contribuido un promedio de 50.78%, mientras que el comercio total del país representa el 28.68% (Vera-Gilces et al., 2020).

La integración de Ecuador al mercado global ocurrió de manera relativamente tardía, en gran parte debido a la naturaleza de los productos que sostenían su crecimiento económico, es por ello, que Ecuador comienza su introducción en el mercado internacional a inicios del siglo XIX, destacándose por la exportación de productos naturales y la importación de bienes de consumo (Solis, 2011). No obstante, durante ese periodo, se evidenciaba una marcada

disparidad en su desarrollo económico, la economía costera estaba ligada al comercio internacional mientras que la serrana permanecía enfocada en el autoconsumo y actuaba como proveedora de materias primas (Ayala, 1978).

El comercio de Ecuador se estableció con países de Europa Occidental, Francia, Inglaterra y Alemania. Siendo el Cacao el primer producto de exportación, desempeñando así un papel clave en impulsar el desarrollo del país en el mercado internacional. Terán (2020) señala que “Los ingresos provenientes del comercio cacaotero fueron la base fundamental para la transformación de Ecuador, de una economía cerrada de autoconsumo con rezagos feudales, hacendaria, a una con tendencia precapitalista agroexportadora y comercial” (p.21). Este modelo de desarrollo que se centraba en la agroexportación trajo consigo varios beneficios como desafíos. Permitiendo el crecimiento económico y modernización de algunos sectores. Sin embargo, se generó una dependencia mayor de los mercados internacionales y una concentración de la tierra en pocas manos.

Posteriormente, Ecuador continuó enfocándose en la producción agrícola, diversificando sus exportaciones, acompañando al cacao con el banano y el café. Seguido de ello el mayor aliado de Ecuador sería Estados Unidos, rezagando a los países de Europa Occidental, convirtiéndose así en el comprador más importante (Velasco, 1973).

### **Cacao**

El cultivo de cacao propicio un auge exportador en el Ecuador en el año 1879. De acuerdo con lo que menciona Ortiz (1981) el cacao representó más del 55% del total de exportaciones en 1879 y entre el 60 y 80% del total de ingresos percibidos en los años subsiguientes. A finales del siglo XIX, Ecuador logra consolidarse como el mayor exportador de cacao a nivel mundial.

Como todo mercado, el cacao tuvo buenos años como malos, incluso hasta llegar a una dura crisis, dejando así que el país quede sin capitales para estimular el desarrollo de otras industrias.

En el 2003, la producción de cacao en el Ecuador alcanza las 87.599 TM, en el país se convierte en el séptimo productor a nivel mundial, segundo a nivel regional y primer productor de cacao fino y de aroma en el mundo. (Solis, 2011, p.22)

Posicionándose como el país más competitivo de América Latina en la exportación de cacao en grano en aquel entonces, seguido por Venezuela, Panamá y México. Actualmente, el cacao se ha posicionado en el tercer lugar en producción y exportación, rompiendo de esta forma un récord, a comparación del año pasado 2023 (El Comercio, 2024).

## **Banano**

El siguiente boom exportador que tuvo Ecuador lo lidero el banano, que ayudo a recuperar la economía ecuatoriana tras la crisis del cacao. Aunque esta actividad posibilito el acceso de nuevos grupos sociales, no genero una equitativa distribución de las ganancias, ya que los productores y otros actores involucrados en el negocio recibían menos de la mitad de los beneficios (Solis, 2011).

Ecuador comenzó una producción masiva de banano entre 1944 y 1948. Al mismo tiempo en que la producción de los países centroamericanos se veía duramente afectada por huracanes y además por la conocida enfermedad del mal de Panamá. Ecuador aprovecho esta situación y para el año 1954, este ocupo el primer puesto en exportación de banano en el mundo (Montalvo, 2008).

## **Café**

El café junto al banano, se convirtieron en productos estratégicos para la economía ecuatoriana tras la caída del cacao. El café se consideró como uno de los productos con mejor distribución y adaptabilidad en los procesos tecnológicos, sistemas de cultivo y mano de obra, entre otros. El Ecuador gracias a sus condiciones geográficas es considerado como uno de los mejores países con respecto a la producción de café. Es por ello, que se obtuvo buenos resultados y sus exportaciones iban dirigidas a Europa e incluso varias ciudades estadounidenses como nueva York y Filadelfia (Cruz et al., 2024).

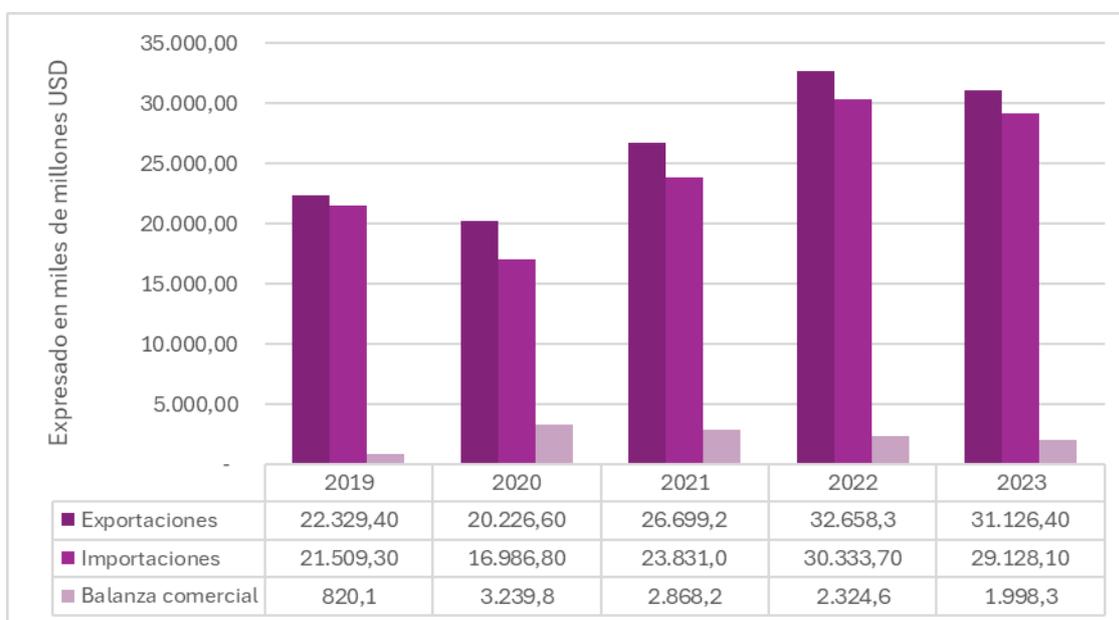
Actualmente, Ecuador ha diversificado su mercado en su totalidad pues ya no depende del petróleo, los mayores ingresos del país pertenecen a las exportaciones de productos no petroleros alcanzando este año (2024) un valor de USD 6.404,1 millones, lo cual representa una expansión trimestral del 15.2%. Dentro de estos valores, los productos estrella son el banano y plátano, el camarón, cacao y elaborados, café y elaborados, Flores y atún y pescado (BCE, 2024). Ecuador posee una notable diversidad de climas y tipos de suelo, lo cual facilita el cultivo de una variedad de productos agrícolas, que van desde frutas tropicales hasta flores exóticas. Esta riqueza es y ha sido fundamental para el posicionamiento en los mercados globales.

A pesar de que el sector agroexportador cuente con un gran potencial, enfrenta diversos retos, como la competencia global, los cambios climáticos, las enfermedades en los cultivos y la necesidad de incrementar su productividad. No obstante, existen varias oportunidades de crecimiento en mercados emergentes y en la elaboración de productos con mayor valor agregado.

## Balanza Comercial en Ecuador

**Figura 5**

*Valor de la Balanza Comercial durante los Últimos Cinco años en Ecuador*



*Nota.* La figura muestra los valores obtenidos en la balanza comercial de los últimos cinco años, junto con el valor de las exportaciones e importaciones, expresado en miles de millones de dólares. Fuente: Banco Central del Ecuador [BCE] (2023).

La Balanza Comercial ecuatoriana en los últimos cinco años, ha tenido una gran evolución, en 2019 se presentó un superávit con un valor de 820.1 miles de millones USD, que en comparación a los demás años es un valor bajo. En el año 2020 a pesar de que las exportaciones tuvieron una ligera disminución y las importaciones de la misma forma, se dio como resultado un superávit de 3.239,8 mil millones USD. En 2021 y 2022 tanto las exportaciones como importaciones aumentaron lo cual ayudo a que en ambos años se diera un superávit. En 2023 de la misma forma, a pesar de la disminución se consiguió un superávit de 1.998,3 mil millones USD. Ecuador, a pesar de las fluctuaciones que ha presentado su mercado internacional ha logrado mantener un superávit comercial durante estos años.

A pesar de que Ecuador mantenga un superávit cada año, se cree que no es un tan positivo, pues Ecuador exporta materia prima, mientras que importa la misma materia prima ya transformada, con su respectivo valor agregado. Podemos decir entonces que en cualquier momento habrá un déficit por el mal comercio que se implementa al desaprovechar el poder venderlos a un valor superior ya transformado los productos.

## **Políticas Comerciales Ecuatorianas**

En el Ecuador, el comercio Internacional es regulado a través de las políticas comerciales públicas, las cuales son establecidas por el presidente de la Republica de turno, mediante la Institución Gubernamental llamado Comité de Comercio Exterior [COMEX]. Los presidentes desarrollan sus posibles políticas comerciales en los Planes Nacionales de Desarrollo con el fin de que el pueblo tenga conocimiento sobre ellas al momento de llevarse a cabo las elecciones electorales. Estas políticas deben enmarcarse en políticas de Estado de desarrollo nacional, las cuales propicien un incremento firme de las inversiones, la potenciación de la productividad, la creación de fuentes de trabajo, el fomento de las exportaciones, etc. (Basurto, 2022).

### **Comité de Comercio Exterior**

El COMEX es el organismo encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en lo que respecta a materia de política Comercial. Este cuerpo colegiado, de carácter intersectorial y público, tiene como responsabilidad regular todos aquellos asuntos y procesos relacionados directamente con el comercio exterior (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, inversiones y Pesca, s.f).

Quienes integran este comité de acuerdo con lo estipulado en el Decreto Ejecutivo N°25 son:

- Ministerio de Producción, Comercio exterior, Inversiones y Pesca;
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;
- Ministerio de Economía y Finanzas;
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo;
- Ministerio de relaciones Exteriores y Movilidad Humana

Además, integraran el COMEX, con voz, pero sin derecho a voto, las siguientes entidades:

- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador [SENAE], y
- Otras instituciones designadas por el presidente de la República a través de un Decreto Ejecutivo (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, inversiones y Pesca, s.f).

### **Normativa**

- Constitución de la Republica del Ecuador;
- Acuerdos y Tratados Comerciales Internacionales;
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones;

- Ley Orgánica de Aduanas;
- Reglamentos y Normas Técnicas;
- Decretos Ejecutivos; y
- Resoluciones del Comité de Comercio Exterior [COMEX];

### **Regímenes de exportación en Ecuador**

De acuerdo con lo establecido en el COPCI, capítulo VII Regímenes Aduaneros, Sección II Regímenes de exportación, en el Ecuador contamos con 3 tipos de Regímenes, siendo estos los siguientes:

**Exportación definitiva** “Permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicado dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código...” (COPCI, 2010, Art.154, p.44).

Exportación temporal para reimportación en el mismo estado: El COPCI (2010) en su Art. 155 define a este régimen como aquel que:

Permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por el uso que de ellas se haga. (p.44)

**Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.** En el Art.156 del COPCI (2010) se afirma que:

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio para su transformación, elaboración o reparación y luego reimportarlas como productos compensadores con la exención de los tributos correspondientes conforme a las condiciones previstas en el reglamento al presente Código. (p.44)

Estos regímenes permiten que las empresas ecuatorianas exporten sus productos de manera legal y segura, abriendo puertas a un mundo de oportunidades en el extranjero. Mediante el cumplimiento de las normas y procedimientos establecidos en el COPCI y así mismo siguiendo los lineamientos de las obligaciones aduaneras, contribuyendo de esta forma al crecimiento y desarrollo económico del país en el escenario internacional.

## **Industria Cafetalera Ecuatoriana**

El café en el Ecuador no tiene un origen exacto pues sigue siendo un misterio, la mayoría de los expertos e investigadores coinciden en que su introducción se remonta al año 1800. Manabí, una región bendecida por su fertilidad y diversidad, albergo los primeros cultivos a gran escala de este grano específicamente comenzó a cultivarse en el año 1860 en la zona de Jipijapa (Ruiz, 2023).

En los inicios de los 90 el café tuvo una gran relevancia pues este contribuyo con la economía del país, aportando grandes riquezas, en 1903 el café sufrió un descenso en su adquisición y consumo, por lo que perdió importancia. Sin embargo, en 1905 se iniciaron esfuerzos para reactivar la producción mediante la exportación desde el puerto de Manta hacia mercados internacionales. En 1990, una crisis global en la industria cafetalera afecto gravemente la producción, y en los años siguientes hasta la actualidad, la producción de café en Ecuador no ha vuelto a alcanzar los mismos niveles como en aquel entonces (Ramos, 2023).

Sin embargo, el café en el Ecuador es considerado como uno de los granos que mayor relevancia tiene, llegando a ser considerado como una joya escondida llena de potencial. La producción de café en Ecuador está en auge. Numeroso caficultores ahora exportan su café como producto final, listo para preparar, en lugar de venderlo únicamente como materia prima en grano.

Ruiz (2023) en el Diario La Hora menciona que: “Gracias a su posición geográfica, Ecuador forma parte del ranking mundial de productores con mayor potencial de crecimiento en cafés especiales” (párr.21). El Ecuador cuenta con 24 provincias de las cuales 23 producen café. En definitiva, podemos sostener que Ecuador cuenta con una de las tierras más ricas en nutrientes, gracias a su diversidad podemos llevar a cabo cultivos extensos y tener una variedad de productos, sobre todo en lo que respecta al café y sus especies.

Conforme ha avanzado la tecnología se han ido implementando nuevas prácticas de cosecha y procesamiento que han hecho que el café de Ecuador aumente en su calidad y por consiguiente en su valor a exportar.

### **Descripción del producto**

#### ***La planta de café***

El cafeto es un arbusto tropical del género *Coffea*, perteneciente a la familia de los rubiáceos. Una característica única de esta planta es que se puede florecer y dar fruto al mismo tiempo. Su forma cónica, con hojas verdes y flores blancas que desprenden un aroma similar

al Jazmín. El tronco es recto y liso, alcanzando hasta 12 metros de altura, aunque se poda a 2 o 3 metros para facilitar la recolección manual (Galarza y Peñaherrera, 2011).

Un cafeto requiere alrededor de 3 años para la primera floración y 5 para la primera cosecha. Se producen 2 floraciones al año, pero según la humedad ambiental puede llegar hasta 8 veces. El fruto madura en 28 semanas después de la floración, con forma elíptica y con 1.5 cm de largo. (Galarza y Peñaherrera, 2011, p.37)

### ***Tipos de Café en Ecuador***

Según el Comité Europeo para la Formación y la Agricultura (s.f) en el Ecuador se producen en su mayoría dos tipos de Café el “Robusta” y el “Arábigo”, donde el primero se cultiva en la región amazónica y región costa especialmente, mientras que el café arábigo a alturas mayores, entre 1.000 y 1800 metros sobre el nivel del mar, como lo son en la región Sierra y en algunas zonas específicas en la provincia de Manabí.

**Café Robusta.** También conocido como café canephora el cual es su nombre científico, es generalmente más resistente, productivo y sus cerezas maduran de manera más uniforme que el café arábigo, tiene un contenido más alto de cafeína y tiende a darse en temperaturas elevadas y en climas tropicales con altitudes bajas (Mani,2020).

**Café Arábigo.** Considerado como uno de los mejores granos de café, ya que, aunque tiene menos cuerpo que el robusta, es más equilibrado, aromático y cuenta con un toque de acidez muy agradable; de esta clase de café se pueden encontrar dos tipos: el café arábigo lavado y el café arábigo natural, dándole la acreditación a Ecuador de ser uno de los pocos países en exportan estas dos clases de café arábigo (Nestlé, s.f).

### **Industria Cafetalera Ecuatoriana y el comercio exterior**

Entre los productos tradicionales no petroleros de mayor exportación en Ecuador, el café ocupa el quinto lugar, superado por el camarón, banano, cacao y atún, el café incremento su valor de exportación en el año 2022 superando a los valores dado en el 2021 (Banco Central del Ecuador [BCE], 2022).

El café ecuatoriano ha logrado conquistar países europeos y norteamericanos, fortaleciendo su posición competitiva. Sin embargo, se enfrenta a la volatilidad de los precios determinados por la oferta de los mayores productores de café. Afortunadamente Ecuador junto a Colombia tienen una ventaja comparativa gracias su clima y suelo favorables (Chango,2021).

A pesar de los desafíos que ha enfrentado el sector cafetero, este juega un papel crucial en la dinamización de la economía ecuatoriana. La producción y exportación de café generan una importante cantidad de empleos, tanto en las zonas rurales como en las urbanas, contribuyendo al bienestar de las comunidades locales. Además, el sector aporta

significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) del país, generando ingresos y divisas que son esenciales para el desarrollo nacional (Jiménez et al.,2023).

Para poder obtener buenos resultados con la exportación de productos y en especial con el café, Ecuador ha tenido que desarrollar múltiples acuerdos y proyectos. En los que podemos destacar los siguientes:

### ***Proyectos***

**Proyecto de Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana.** implementado en el año 2010 por el MAGAP, el cual tuvo como objetivo promover la productividad, rentabilidad, investigación, mejoramiento de calidad e institucionalidad de la cadena de valor (Ministerio de Agricultura y ganadería, s.f).

**Proyecto “Mas café y menos CO2 en Ecuador y Perú”.** El cual se ejecuta con financiamiento del gobierno flamenco y el Programa de Acción Climática G-STIC, se desarrolla en colaboración con el Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador, la ESPOL, la Plataforma Multiactor de Café de Cajamarca de Perú, y otras organizaciones. Su objetivo es reducir las emisiones de CO2 en el sector cafetalero. Para ello, se crearán herramientas y se capacitara a los productores para cuantificar las emisiones de carbono durante todo el ciclo de producción, De esta forma se podrá aplicar medidas que minimicen la huella de carbono (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2022).

**Proyecto cacao y café para fortalecimiento de cadena de valor.** INIAP y NESTLE son los impulsores de este proyecto y buscan con ello desarrollar actividades colaborativas de investigación en los rubros de café y cacao, con el propósito de contribuir al fortalecimiento de la cadena de valor (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, s.f).

### ***Acuerdos comerciales vigentes***

**Acuerdo de Integración subregional Andino (Acuerdo de Cartagena).** Está integrado por los Gobiernos de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela quienes con este acuerdo buscan impulsar el progreso conjunto y equitativo de las naciones que conforman este acuerdo a través de la colaboración económica y social, facilitando la participación en la integración regional hacia un mercado común latinoamericano (Acuerdo de integración subregional andino, 1969, Art.1).

**Acuerdo de Complementación Económica N°46 Celebrado entre la República de Cuba y la Republica del Ecuador.** Se suscribió en 1998 y entro en vigor en el año 2000 entre Cuba y Ecuador, con el fin de que ambas naciones expandan, diversifiquen, faciliten y promuevan el comercio bilateral.

**Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación N°29 celebrado entre la República del Ecuador y los Estados Unidos Mexicanos.** El acuerdo entre México y Ecuador se dio en el año 1987 en el cual ambas partes se otorgaron diversas preferencias arancelarias para un limitado número de productos; dicho acuerdo ha recibido varias modificaciones y la última entro en vigor en el año 2022, donde se da un fortalecimiento de las cadenas de valor, mayor competitividad, etc. Sin embargo, en el presente año 2024 se dio un altercado político con ambos países por lo cual se suspendieron dichos acuerdos.

**Acuerdo de Complementación económica suscrito entre los gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa del Brasil, de la República del Paraguay y de la República Oriental del Uruguay, Estados Parte del Mercosur y los Gobiernos de la República de Colombia, de la República del Ecuador y de la República Bolivariana de Venezuela Países Miembros de la Comunidad Andina.** El siguiente acuerdo también conocido como Acuerdo CAN-Mercosur está integrado por los países de la Comunidad Andina (Colombia, Ecuador y Venezuela) y los países del Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) dicho tratado se firmó en 2002 y entro en vigor en el año 2004, con el propósito de establecer una zona libre de comercio, promover el intercambio comercial y la inversión y sobre fortalecer la integración regional.

**Acuerdo de complementación económica N°75 entre la República de Chile y la República del Ecuador.** Dicho acuerdo es la renovación del ACE 65 vigente desde 2010, dicho acuerdo modernizado se dio en el año 2020, entre Ecuador y Chile, teniendo como mayor beneficio la eliminación de aranceles para la mayoría de los productos originarios de ambos países, facilitando así el comercio y promoviendo el intercambio de servicios.

**Acuerdo de alcance parcial de complementación económica entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de la Republica de Guatemala.** Acuerdo que se firmó en el 2011 y entro en vigor en el año 2013, entre Ecuador y Guatemala, con el objeto de que se otorguen preferencias arancelarias, se facilite el comercio de las mercancías en particular, estimular inversiones, entre otros beneficios.

**Acuerdo Comercial Ecuador-Unión Europea.** Entro en vigor en el año 2017, entre Ecuador y los países pertenecientes la Unión Europea, tiene como objetivo que se fortalezcan las relaciones económicas y comerciales, mediante la eliminación de aranceles, protegiendo la propiedad intelectual y fomentar el desarrollo sostenible.

**Acuerdo de alcance parcial entre el Gobierno de la República de Nicaragua y el Gobierno de la República de Ecuador.** Fue firmado en el año 2016 y entro en vigor al siguiente año de este, teniendo como objeto el otorgamiento de preferencias arancelarias y la

eliminación de restricciones no arancelarias, las cuales les permitieran fortalecer sus relaciones comerciales.

**Acuerdo de alcance parcial de complementación económica Ecuador con El Salvador** Se celebró en el año 2017, con la intención de que ambos países diversifiquen sus exportaciones y creen nuevas oportunidades de negocio para las empresas.

**Acuerdo comercial entre Ecuador y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).** Se suscribió en el año 2018 y entró en vigor dos años después (2020), quienes integran la EFTA son los países de: Islandia, Noruega y Suiza, quienes junto con Ecuador buscaron un bien común en el ámbito comercial donde se establecieron acuerdos como la eliminación de aranceles, inversiones favorables, mercados más amplios y diversos, etc.

**Acuerdo comercial entre El Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, por una parte, y la República de Colombia, la República del Ecuador y la República del Perú, por otra.** Entró en vigor en el año 2021, el acuerdo está conformado por Reino Unido y los países Andinos, con el propósito de mantener relaciones comerciales que favorezcan a todos quienes lo integran (Ministerio de Producción, Comercio exterior, Inversiones y Pesca, s.f).

### *Nuevos tratados*

**Tratado de libre comercio Ecuador-China.** Es el primer tratado por parte de Ecuador con un país asiático, firmado de manera virtual el 10 de mayo en Quito y el 11 de mayo del 2023 en Beijing, el cual busca reforzar el intercambio comercial entre ambos países, incrementando en gran medida la exportación e importación de bienes. Haciendo que Ecuador tenga un alto poder adquisitivo en el mercado e iguales las condiciones de competencia con los países vecinos. Se prevé que se eliminen gradualmente los aranceles sobre el 99.6% de las exportaciones ecuatorianas en un plazo de diez años, lo cual facilita la entrada de productos agrícolas al mercado chino (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, s.f.).

### **Exportaciones de Café Ecuatoriano**

El café en el Ecuador ha sido uno de los cultivos más antiguos de la región, por lo que en los últimos años se le ha dado la importancia que se merece. Gracias al potencial productivo de las tierras de Ecuador y las nuevas tendencias de consumo de café, se ha facilitado la diversificación de mercados y productos para su comercio, teniendo como objetivo ofrecerlo tanto en los mercados nacionales como internacionales (Chango y García, 2021).

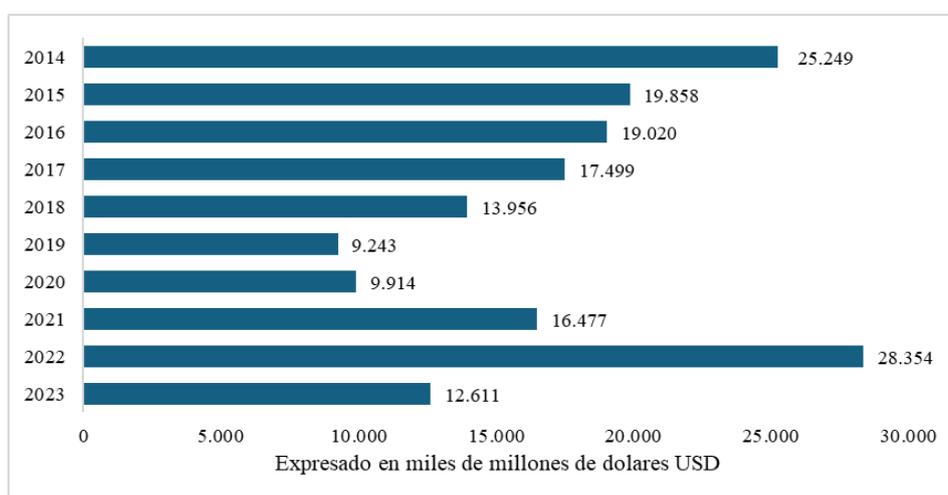
La industria del café es sumamente competitiva a nivel internacional, puesto que la bolsa de valores es muy volátil, y el producto es altamente dependiente de factores naturales, que son difíciles de controlar. La competitividad del Ecuador en los mercados internacionales se ve afectada por la oferta de países productores como lo son: Costa Rica, Colombia, Brasil, Vietnam, entre otros (Pozo, 2014, como se citó en Chango y García, 2021).

El sector Cafetalero durante varios años ha trabajado vigorosamente para posicionar el producto ecuatoriano en el exterior y este sea reconocido (El Comercio, 2023). Es por ello por lo que actualmente es uno de los productos que más exporta nuestro país. Sin embargo, desde que surgió una crisis económica mundial y afecto a la exportación del café ecuatoriano, no se ha podido recuperar o llegar al número de exportaciones de café que en ese entonces se logró.

En los últimos diez años Ecuador ha registrado variaciones significativas en lo que respecta a la exportación de café. En el 2014 se alcanzó un valor de 25.249 mil millones de USD lo cual fue un valor alto y muy bueno para ese entonces. Sin embargo, en los años siguientes hasta el 2018 se registraron disminuciones. La caída más notable sucedió en el 2019 con un valor de 9.243 mil millones de USD, aunque se dio una ligera recuperación en el año 2020 y en el año siguiente 2021 se dio un aumento considerable de 16.477 de miles de millones de USD. En el año 2022 se dio uno de los picos más altos de la década llegando a exportar 28.354 millones de dólares. No obstante, al siguiente año se registró una caída significativa bajando a 12.611 mil millones de USD, mostrando de esta forma que las fluctuaciones presentadas durante estos últimos 10 años reflejan la vulnerabilidad del sector cafetalero debido a factores externos e internos, tal como se muestra en la figura 6.

### Figura 6

*Exportaciones Globales de Café Ecuatoriano Periodo 2014-2023*



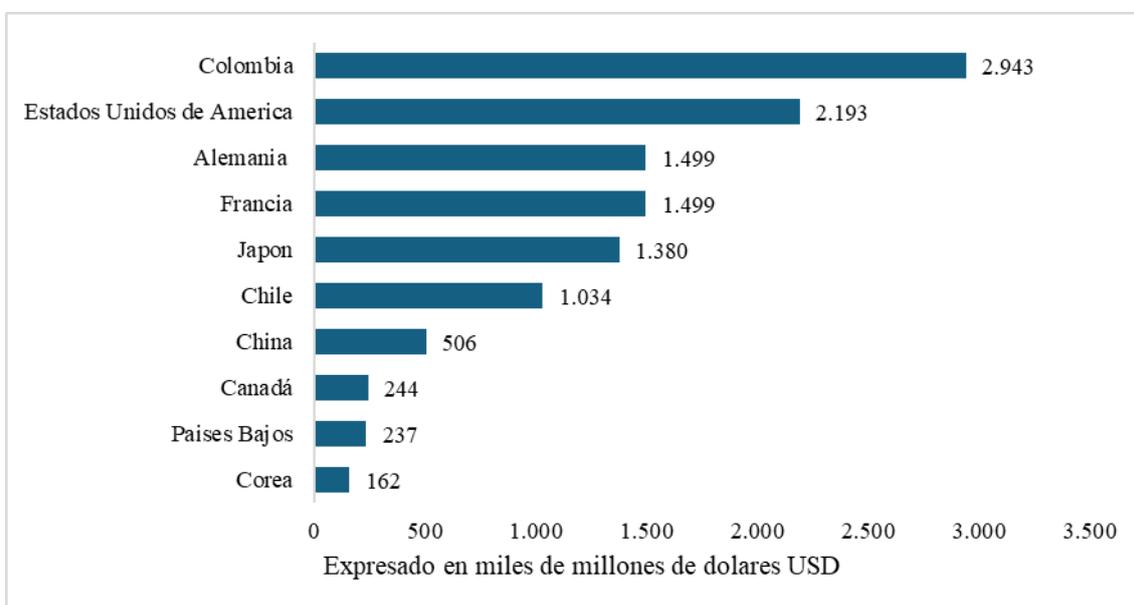
*Nota:* En la siguiente figura se muestran las exportaciones de café ecuatoriano durante los diez últimos años, expresado en miles de millones de dólares. Fuente: TRADE MAP

Las exportaciones de café ecuatoriano tienen muchas oportunidades para mejorar la competitividad en el mercado internacional, aprovechando que Ecuador es uno de los pocos países que exporta todas las clases de café y que la calidad del café ecuatoriano ha mejorado en su totalidad, teniendo en cuenta la sostenibilidad y la diversificación de mercados.

Los principales destinos del café ecuatoriano en el 2023 fueron Colombia con un valor de 2.943 mil millones USD y Estados Unidos con 2.193 mil millones USD, seguido de ellos se encuentra Alemania y Francia que presentan 1.499 mil millones USD cada uno y finalmente dentro los cinco primeros destinos tenemos a Japón con 1.380 mil millones USD (TRADE MAP, 2023). Es notorio como ha avanzado la diversificación de mercados que ha tenido Ecuador en los que se puede observar una fuerte presencia en América del Norte y Europa, y un crecimiento significativo en Asia tal como se muestra en la figura 7.

### Figura 7

*Principales destinos de exportación del café ecuatoriano, expresado en miles de millones de dólares*



*Nota:* La figura muestra los 10 principales destinos de la exportación de café ecuatoriano, siendo expresado su valor en miles de millones de dólares. Fuente: TRADE MAP (2023).

### Participación del café en el PIB ecuatoriano

El Ministerio de Agricultura y Ganadería menciona que en el año 2021 el PIB Nacional alcanzó los 69.089 millones de dólares, de los cuales el sector agropecuario aportó 5.491 millones, representando de esta forma el 8% del total. El PIB del sector agropecuario resalta su relevancia dentro del PIB Nacional, puesto que los productos agrícolas tienen un mayor impacto en el país, ya que estos no solo impulsan la generación de empleos, sino que también contribuyen de manera positiva a la economía a través de la entrada de divisas provenientes de

las exportaciones. El café representaría un 0.7% dentro del producto interno bruto, lo cual es una porción relativamente pequeña. Sin embargo, su impacto económico es significativo, siendo el café arábico el principal contribuyente a estos ingresos (Buri et al.,2023).

### **Ventajas Comparativas y competitivas del Café Ecuatoriano**

El café ecuatoriano dentro del mercado internacional cuenta con varias ventajas que lo hacen convertirse en un potencial país exportador de café.

#### ***Comparativas***

- Variedades de café: Una de las mayores ventajas de la producción cafetera ecuatoriana es su variedad. El país cultiva y comercializa exitosamente tres tipos de café: el café arábigo corriente, arábigo lavado y el robusta, los cuales son muy demandados en el mercado internacional (González, 2009).
- Climas diversos: Ecuador goza de microclimas, tierras abundantes y fértiles, lo que brinda características únicas a la hora de servir el café, siendo este un país biodiverso con muchos ecosistemas y climas diferentes adecuados para el cultivo de café (Ochoa, 2019).
- Mano de obra calificada: Los productores de café en Ecuador cuentan con una gran experiencia y un profundo conocimiento de su origen en el cultivo y procesamiento del café.

#### ***Competitivas***

- Café de especialidad: Ecuador elabora una variedad de cafés de excelente calidad, destacados por su sabor complejo y su delicado aroma.
- Reputación Internacional: Goza de una excelente reputación en el mercado global, vinculada a productos de excelente calidad y origen sostenible
- Relaciones comerciales: Ecuador en los últimos años ha reforzado sus vínculos empresariales con relevantes mercados internacionales, tales como Estados Unidos, Europa y Asia.

### **Loja, Ciudad Cafetalera**

Al Sur del Ecuador se encuentra ubicada la ciudad de Loja, famosa por contar con uno de los cafés más exquisitos del país. Su fuerte tradición en el cultivo de café ha hecho que esta población, se convierta en uno de los destinos clave para los entusiastas del café, puesto que ha ganado un reconocimiento mundial por su calidad excepcional.

Loja es el lugar ideal para el cultivo de café debido a los diferentes pisos altitudinales, la variabilidad climática a lo largo de todo el territorio y la diversidad de suelos. Gracias a estas condiciones, junto con una combinación de métodos tradicionales y técnicas modernas de producción, se ha logrado mantener los niveles de calidad altos. Es por ello por lo que esta provincia ha ganado 10 de las 15 ediciones del concurso de la “Taza dorada” el cual ha contribuido a la promoción y reconocimiento del café lojano a nivel internacional (Vásquez, 2023).

Con el paso de los años los caficultores lojanos se han empeñado en mejorar y resaltar la producción y procesamiento del café de especialidad, siendo así como nacieron varias marcas de café que se encuentran expuestas en diferentes vitrinas del país y del mundo (Rengel, 2023). Loja cuenta con 16 cantones de los cuales 15 de ellos se dedican a la producción de café, en el que encontramos a: Loja, Quilanga, Gonzanamá, Calvas, Chaguarpamba, Puyango, Olmedo, Paltas, Macará, Espíndola, Catamayo, Saraguro, Pindal, Célica y Sozoranga. Gracias a cada uno de estos cantones, Loja es conocido como el epicentro de la caficultura en Ecuador. Su reputación como productora de café de especialidad sigue creciendo, atrayendo consigo a nuevos consumidores y expertos en todo el mundo.

### **Quilanga**

Dentro de la ciudad de Loja se encuentra Quilanga, con una extensión de 238 Km<sup>2</sup>. Este cantón limita al norte con Gonzanamá, al sur con Espíndola, al este con Loja y al Oeste con Calvas. Su clima es óptimo para el crecimiento agrícola y el impulso turístico pues este varía entre los 12 y 20 grados centígrados volviéndolo óptimo para este tipo de actividades (La Hora, 2022).

El suelo de Quilanga es fértil y rico en propiedades, lo que hace posible el cultivo de café, frejol, maíz, naranja, arveja, yuca, guineo, entre otros cultivos tanto de ciclo corto como de largo. Cuando se menciona el café de Quilanga, se hace referencia a calidad, buen aroma y sabor. Gracias al esfuerzo incansable de los caficultores locales, el grano que se cultiva en estas tierras ha ganado reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional. La autenticidad, conocimientos y variadas técnicas de cultivo, permiten que sus propiedades orgánicas satisfagan las más altas expectativas y cumplan con los estándares más exigentes (La Hora, 2022).

El 60% de los habitantes de este cantón se dedican al cultivo de café, que se comercializa tanto dentro de Ecuador como en los mercados de Europa y Estados Unidos, siendo estos sus principales destinos de exportación. La calidad, aroma y buen sabor caracterizan a café La Libertad, Café Santin, Café Gourmet Juan Antonio y Café Kawsana, los cuales resaltan dentro de los negocios pertenecientes a este bello cantón (La Hora, 2022).

***Kawsana Coffee Cía. Ltda.***

Kawsana Coffee, ubicada en Quilanga, que constituye el foco de este estudio, nació por la unión de artesanos dedicados a las prácticas cafetaleras. La compañía es gestionada y controlada en su totalidad por sus miembros, quienes aseguran la calidad con la que se siembra, cosecha y procesa el café. Edgar Jaramillo, presidente de la compañía y Ángel Aguilar gerente general de la misma, destacan que uno de los principales propósitos es operar de manera sostenible y responsable, tanto con la comunidad como con el medio ambiente. Así mismo buscan establecer una conexión directa entre el agricultor y sus consumidores (La Hora, 2018).

Kawsana Coffee ofrece una variedad de productos de café, que incluyen: especial, casero, premium, italiano, bourbon y expreso. Su café, reconocido por su excelente calidad, se presenta en diversas opciones y actualmente su mayor mercado de exportación es Estados Unidos al cual lleva ya transformada la materia prima en Fundas de café de alta calidad, tostado, en formato de grano entero y molido, con diferentes mezclas únicas y especiales. Ofreciendo así una variedad de perfiles de tueste, desde medio a oscuro, para satisfacer diferentes preferencias de sabor (Kawsana Coffee, s.f).

## 5. Metodología

### Área de estudio

El presente trabajo de investigación se desarrolló en Kawsana Coffee Cía. Ltda., ubicada en el corazón de la producción cafetalera del país en la provincia de Loja, cantón Quilanga, parroquia San Antonio de las Aradas, al Sur de la región del Ecuador; la compañía cuenta con nueve socios, los cuales cinco son productores y cuatro son de parte administrativa, esta compañía esta liderada por el Sr. Ángel Aguilar quien es el gerente general y creador de la misma, entre las principales características de la empresa se pueden destacar, que pertenece al Régimen General como sociedad, siendo sus funciones primordiales el cultivo, cosecha y procesamiento de café para la venta a nivel nacional e internacional, ya sea en grano o como producto terminado

### Figura 8

*Ubicación macro del área de estudio*



*Nota.* Extraído de Google Maps.

A continuación, se describen los elementos que se emplearon en este estudio, en el que se recolecto datos precisos, que permitieron alcanzar resultados confiables y objetivos.

El enfoque en una investigación es considerado como el punto de vista que nos permite realizar el análisis, la investigación y la teoría, acercándonos aún más al objeto o fenómeno de

estudio (Finol & Vera, 2020). Para llevar a cabo el presente trabajo de investigación se utilizó un enfoque de investigación mixto, es decir se manejó datos cualitativos y cuantitativos, que nos ayudaron a obtener una comprensión integral sobre el impacto que generan las barreras arancelarias y no arancelarias en la exportación de café ecuatoriano; el enfoque cuantitativo proporciono datos y estadísticas, mientras que el enfoque cualitativo facilito la recepción de información sobre las estrategias y experiencias que utiliza Kawsana Coffee Cía. Ltda. ante estas barreras.

Por otro lado, el tipo de investigación fue exploratoria-descriptiva, exploratoria porque se identificó y comprendió las barreras arancelarias y no arancelarias que afectan a la exportación de café ecuatoriano, con lo cual se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre este. Además de ello, se realizó una encuesta y un conversatorio con los actores principales de la exportación de café en la compañía de estudio. Por otra parte, descriptiva porque se describió cada uno de los acuerdos vigentes con los que cuenta Ecuador con el resto del mundo y como estos benefician al sector cafetalero, seguido de ellos también se describieron variables macroeconómicas que se consideraron oportunas para el estudio.

Se manejo un diseño de investigación no experimental, esto debido a que los datos y la información plasmada ya existe, siendo tomados de fuentes oficiales como el Banco Central, la OMC, Statista, entre otros; por lo que no se cambió en lo absoluto la variable de estudio y se limitó a dar una opinión profesional sobre ello. El diseño de investigación no experimental se caracteriza por no contar con una variable independiente, pues esta se limita a observar el entorno donde ocurre el fenómeno, con el fin de analizar la información encontrada (Agudelo et al., 2008).

## **Procedimiento**

Los métodos y técnicas de investigación son los procedimientos que se utilizan para la obtención de datos, los cuales son necesarios para la aproximación al objeto de estudio. El empleo de estos modelos contribuye a garantizar que el trabajo de investigación tenga validez científica y de esta forma se adquieran los conocimientos correctos (Gómez-Escalonilla, 2021).

Los métodos que se adoptaron en este estudio son:

### ***Método científico***

Es el procedimiento con el que se puede alcanzar un conocimiento objetivo de la realidad, por medio de aproximaciones sucesivas. Este método emplea herramientas que permiten ahondar y perfeccionar los conocimientos adquiridos a lo largo del tiempo como consecuencia de la evolución de esta disciplina (Barreras et al. 1991). Este método se utilizó

en la recolección de información para el marco teórico, donde se plasmó conceptos, importancia, tipos, componentes y otros aspectos fundamentales relacionados directamente con las barreras arancelarias y no arancelarias y todo lo que ello engloba, con el fin de que se sustente con bases científicas cada uno de los temas abordados.

### ***Método deductivo***

Es aquel que consiste en la elaboración y generación de teorías explicativas generales que servirán como un punto de partida para mediante la lógica, explicar y anticipar eventos particulares (Matas, 2023). El método deductivo contribuyó a la investigación mediante el análisis de datos y la interpretación de resultados, así mismo verifico como se aplican los principios generales sobre las barreras arancelarias y no arancelarias en la empresa Kawsana Coffee Cía. Ltda.

### ***Método inductivo***

Se centra en la identificación de fenómenos, iniciando con la observación de un suceso específico con el cual se avanza hacia una formulación de teorías o patrones, que se pueden generalizar a partir de dichas observaciones (Arbulu, 2023). El presente método permitió descubrir patrones y tendencias a partir de datos específicos y detallados, lo cual contribuyó a llegar a conclusiones generales que son aplicadas a la compañía de estudio.

### ***Método analítico***

Permitió el análisis de cada una de las barreras arancelarias y no arancelarias que intervienen en la exportación de café ecuatoriano y el impacto de estas, con respecto a los acuerdos comerciales que mantiene Ecuador y así mismo dentro de la empresa de estudio. De igual forma, permitió el análisis de estadísticas y documentos que se consideraron en el tema investigado. Finalmente ayudo a proponer soluciones al problema en cuestión por el que se llevó a cabo el trabajo de integración curricular.

### ***Método sintético***

Este método se empleó para sintetizar e interpretar los resultados obtenidos durante la investigación, lo cual contribuyó a la elaboración de las conclusiones y recomendaciones, basadas en el análisis de las barreras arancelarias y no arancelarias que impactan a la exportación de café ecuatoriano, a fin de que se consideren nuevos mercados de exportación y la rentabilidad de Kawsana Coffee Cía. Ltda. aumente.

Entre las técnicas de investigación existentes en el mundo de la indagación se utilizó las siguientes:

### ***Observación***

Esta técnica se empleó para comprender de mejor manera el entorno y las condiciones en las que opera la compañía y cómo funcionan las exportaciones de café en el mundo. Así mismo, contribuyo a la recopilación de información que proporciono el propietario de la empresa, lo que permitió que se realice el debido análisis y la determinación de los mercados potenciales.

### ***Recopilación bibliográfica***

Se aplico para la recolección de información, con lo cual se clarifico y definió conceptos clave del tema investigado, permitiendo que se conozca el estado actual de la información, identificando estudios previos y hallazgos más recientes.

El instrumento clave que contribuyo a llevar a cabo el estudio en cuestión fue:

### ***Encuesta***

Permitió tener una conversación de manera clara y concisa, con el presidente de la compañía. Este instrumento proporciono detalles y un contexto claro sobre la situación de la compañía frente al tema investigado, así mismo, se conoció de forma directa el conocimiento que tienen acerca de los acuerdos y políticas que maneja Ecuador con respecto a comercio exterior.

### **Procesamiento y análisis de datos**

#### ***Estadística***

Arredondo et al. (2020), señalo la definición de Salazar y Del Castillo (2018) como aquella “ciencia que se encarga de la recolección, ordenamiento, representación, análisis e interpretación de datos generados en una investigación sobre hechos, individuos o grupos de estos, para deducir de ello conclusiones precisas o estimaciones futuras” (p.4). Permitió recolectar, analizar, interpretar y presentar datos de forma estructurada y objetiva. De igual forma, intervino en la selección de países para la posible diversificación de mercados en Kawsana Coffee.

#### ***Sistema software Excel***

Este software permitió la elaboración de graficas estadísticas con información del comercio internacional, referente a las exportaciones, importaciones, balanza comercial, producción de café, entre otros.

## 6. RESULTADOS

### Políticas de comercio Exterior

**Tabla 1**

*Análisis de las Políticas de Comercio Exterior en Ecuador*

Política/ Plan	Objetivos	Acciones implementadas	Impacto en el café ecuatoriano
<b>Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” (2017-2021)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afianzar la introducción del Ecuador en los mercados internacionales.</li> <li>• Fomentar la ampliación de las exportaciones no petroleras</li> <li>• Impulsar el desarrollo sostenible y la integración productiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulso a las exportaciones no tradicionales, entre ellas el café</li> <li>• Creación de líneas de crédito y programas de respaldo y ayuda a los pequeños productores de café</li> <li>• Incentivos para elevar la calidad del café y acceso a mercados de mayor valor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las exportaciones de café de especialidad, en mercados de alto valor como son Europa y Estados Unidos</li> <li>• Ampliación en el financiamiento a los pequeños caficultores</li> <li>• Apoyo en la obtención de certificaciones internacionales como Fairtrade.</li> </ul>
<b>Fortalecer vínculos comerciales con socios y países de mercados potenciales que permitan un libre comercio y la consolidación de las exportaciones no petroleras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover un sistema económico con normas transparentes que estimulen el comercio internacional, el turismo, atracción de inversiones y la modernización del sistema financiero del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negociación y firma de acuerdos comerciales (China, Reino Unido, Unión Europea, EFTA, etc.).</li> <li>• Diversificación de mercados (Asia y Europa)</li> <li>• Programas para incentivar la producción y exportación de productos no petroleros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a nuevos mercados con aranceles reducidos o nulos.</li> <li>• Mayor competitividad por acuerdos preferenciales frente a otros países productores de café</li> <li>• Certificaciones de alta calidad y sostenibilidad</li> <li>• Ingreso a mercados de nicho con mayor valor agregado</li> </ul>
<b>Incentivos (Créditos, programas de asistencia y certificación, Ferias internacionales,</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar la producción y calidad del café mediante apoyo financiero</li> <li>• Mejorar la sostenibilidad y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de líneas de crédito para los pequeños caficultores (BanEcuador)</li> <li>• Ejecución de programas de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor acceso a financiamiento para los pequeños caficultores</li> <li>• Acceso a nichos de mercados de mayor valor, con mejores</li> </ul>

<b>innovación tecnológica).</b>	calidad del café para ingresar a mercados con alto poder adquisitivo <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el café ecuatoriano a través de ferias comerciales</li> <li>• Modernizar la producción del café para una mayor competitividad</li> </ul>	certificaciones como Orgánico y Fairtrade y asistencia de buenas prácticas agrícolas. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en ferias internacionales como Expo Café, La Taza Dorada, etc.</li> <li>• Apoyo a la innovación agrícola mediante programas</li> </ul>	precios y una demanda alta <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de la visibilidad del café ecuatoriano en mercados internacionales</li> <li>• Mejora de la productividad y la calidad del café</li> <li>• Eficiencia de los procesos de producción</li> </ul>
---------------------------------	---	---	---

*Nota.* Información tomada del Ministerio de Producción, Comercio exterior, Inversiones y Pesca (2024); Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” (2017-2019). Elaboración propia.

Las políticas de comercio exterior en Ecuador se determinan de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo [PND] de cada Gobierno en turno, cada una de estas políticas han contribuido en su gran mayoría al fortalecimiento del sector cafetalero. En el PND del actual Gobierno del Sr. Daniel Noboa no se encuentran políticas relacionadas con el comercio exterior puesto que este, ha decidido continuar con aquellas que se establecieron en el anterior gobierno del Sr. Guillermo Lasso.

Los incentivos como lo son la exoneración de aranceles mediante acuerdos comerciales facilitan el acceso del café ecuatoriano a mercados internacionales con mayor poder adquisitivo como lo son Europa, Estados Unidos y Asia, reduciendo de esta forma los costos de exportación, mejorando la competitividad del producto y las oportunidades para un mayor volumen de ventas.

La implementación de líneas de crédito para los pequeños y medianos caficultores ha sido una pieza fundamental para la producción del café. Pues estos han permitido que los pequeños productores inviertan en tecnología que les permita mejorar sus cultivos y la calidad de estos. Incrementando la producción de café y la exportación de este.

La capacitación constante y la certificación internacional permiten a los productores de café acceder a nichos de mercados mucho más rentables, donde los consumidores valoran la sostenibilidad y la producción ética. Además de ello la participación de Ecuador en ferias internacionales ayudan a que este, tenga una visibilidad mayor y forme nuevas alianzas comerciales, donde existan compradores interesados en productos de alta calidad.

**Tabla 2**

*Análisis de los acuerdos vigentes entre Ecuador y el resto del mundo.*

**Acuerdos Vigentes de Ecuador**

<b>Acuerdo/ Política</b>	<b>Año del compromiso</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Sector cafetero</b>
<b>Acuerdo de Integración subregional Andino (Acuerdo de Cartagena) (Colombia, Ecuador y Venezuela).</b>	Entro en vigor el 16 de octubre de 1969	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el desarrollo equilibrado y armónico.</li> <li>• Acelerar el crecimiento y la generación de empleo</li> <li>• Facilitar la participación en el proceso de integración regional</li> <li>• Disminuir la vulnerabilidad externa</li> <li>• Fortalecer la solidaridad subregional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura a mercados andinos</li> <li>• Eliminación de barreras comerciales</li> <li>• Normas fitosanitarias y de calidad compartidas</li> </ul>
<b>Acuerdo de complementación Económica N°46 Celebrado entre la República de Cuba y la Republica del Ecuador</b>	Entro en vigor el 07 de marzo de 2001	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitar, expandir, diversificar y promover el comercio entre las partes interesadas</li> <li>• Procurar que las corrientes bilaterales de comercio exterior fluyan sobre bases armónicas y equilibradas</li> <li>• Fortalecer el intercambio comercial otorgando preferencias arancelarias y no arancelarias</li> <li>• Estimular el desarrollo de inversiones conjuntas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preferencias arancelarias (Exención de aranceles con 100% de preferencia)</li> <li>• Competitividad del producto</li> <li>• Acceso privilegiado al mercado cubano</li> </ul>
<b>Acuerdo CAN (Colombia, Ecuador y Venezuela) - Mercosur (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay).</b>	Se firmó en 2002 y entro en vigor en el año 2004	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer un marco jurídico e institucional que facilite la cooperación e integración económica</li> <li>• Crear un área de libre comercio</li> <li>• Fomentar un desarrollo regional armónico</li> <li>• Promover inversiones entre los agentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desgravación arancelaria del 100% en todos los países miembros del MERCOSUR (arancel 0%)</li> <li>• Expansión de mercados</li> <li>• Simplificación de requisitos</li> <li>• Mayor valor agregado fomentando la</li> </ul>

		económicos de las partes	exportación de café procesado
<b>Acuerdo de complementación económica N°75 entre la República de Chile y la República del Ecuador</b>	Entro en vigor desde el 209 de enero de 2010, se modernizo en el año 2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eliminación de Barreras Comerciales</li> <li>• Fomento del Comercio Bilateral</li> <li>• Fortalecimiento de la Integración Regional</li> <li>• Cooperación Económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reglas de origen claras</li> <li>• Acceso a la participación en compras publicas</li> <li>• Promoción de las MIPYMES</li> <li>• Arancel del 0%</li> </ul>
<b>Acuerdo de alcance parcial de complementación económica entre el Gobierno de Ecuador y Guatemala</b>	Se firmó en el 2011 y entro en vigor el 10 de febrero de 2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otorgamiento de preferencias arancelarias y eliminación de obstáculos arancelarios</li> <li>• Facilitar el comercio de las mercancías</li> <li>• Cooperación entre las partes para la profundización de las relaciones entre los sectores productivos</li> <li>• Establecer un sistema ágil, justo, transparente, efectivo y previsible para la solución de controversias</li> <li>• Estimular el desarrollo de inversiones</li> <li>• Impulsar la integración latinoamericana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% de eliminación arancelaria</li> <li>• Facilitación de procedimientos aduaneros</li> <li>• Diversificación de mercado</li> </ul>
<b>Acuerdo Comercial entre el Gobierno de Ecuador y la Unión Europea</b>	Entro en vigor el 01 de enero 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer el intercambio comercial</li> <li>• Eliminación de aranceles para los productos industriales y de pesca ecuatorianos</li> <li>• Eliminación de obstáculos técnicos o procedimientos innecesarios</li> <li>• Fomentar la inversión extranjera creando un entorno estable y predecible</li> <li>• Garantizar la protección de los derechos de propiedad intelectual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eliminación de aranceles</li> <li>• Acceso preferencial al mercado europeo</li> <li>• Incremento en las exportaciones de café</li> <li>• Diversificación de mercado</li> <li>• Ingreso a mercados con alto valor agregado</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar el desarrollo sostenible</li> </ul>	
<b>Acuerdo de alcance parcial entre el Gobierno de Nicaragua y el Gobierno de Ecuador</b>	Entre en vigor el 19 de noviembre de 2017		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otorgamiento de preferencias arancelarias y eliminación de restricciones arancelarias</li> <li>• Dinamizar y fortalecer el comercio bilateral</li> <li>• Establecer un mecanismo de administración del acuerdo</li> <li>• Profundizar las relaciones comerciales y explorar nuevas áreas de cooperación</li> </ul>	No aplica
<b>Acuerdo de alcance parcial de complementación económica de Ecuador con El Salvador</b>	Entre en vigor el 16 de noviembre de 2017		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otorgamiento de preferencias arancelarias y eliminación de obstáculos arancelarios</li> <li>• Facilitación del comercio de las mercancías</li> <li>• Fomento de cooperación entre las partes para la profundización de las relaciones entre los sectores productivos</li> <li>• Establecimiento de un sistema ágil, justo, transparente, efectivo y previsible para la solución de controversias comerciales</li> <li>• Impulsar la integración latinoamericana a través</li> </ul>	No aplica
<b>Acuerdo comercial entre Ecuador y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)</b>	Se suscribió en el año 2018 y entro en vigor en el año 2020		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer un área de libre comercio</li> <li>• Ampliar las exportaciones ecuatorianas</li> <li>• Mejorar la competitividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encuentra libre de aranceles (0% de arancel)</li> <li>• Reducción de costos de importación</li> <li>• Acceso a nuevos mercados</li> </ul>

<b>(Suiza, Noruega e Islandia).</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el desarrollo sostenible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificaciones de calidad y sostenibilidad</li> </ul>
<b>Acuerdo Comercial entre El Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, por una parte, y la Republica de Colombia, Ecuador y Perú</b>	Entro en vigor en el año 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preservar derechos y obligaciones entre las partes</li> <li>• Mantener y Fortalecer el acceso preferencial</li> <li>• Promover la Diversificación de Exportaciones</li> <li>• Incrementar el Intercambio de servicios</li> <li>• Fortalecer la Competitividad y la innovación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso libre de aranceles (0 % de arancel)</li> <li>• Reconocimiento de denominaciones de origen</li> <li>• Acceso a un mercado con alto poder adquisitivo</li> </ul>
<b>Acuerdo Comercial Ecuador- Costa Rica</b>	Se suscribió el 01 de marzo de 2023 y entro en vigor el 1 de octubre de 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimular la expansión y diversificación del comercio entre las partes</li> <li>• Facilitar la circulación transfronteriza de mercancías</li> <li>• Aumentar las oportunidades de inversión</li> <li>• Facilitar el comercio de mercancías</li> <li>• Promover condiciones de libre competencia</li> <li>• Proteger en forma adecuada y eficaz los derechos de propiedad intelectual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El café se encuentra exentó de aranceles (0% de arancel)</li> <li>• Procedimientos aduaneros ágiles y transparentes (Reducción de costos)</li> <li>• Promoción de inversiones</li> </ul>
<b>Acuerdo Comercial Ecuador - China</b>	Entro en vigor el 1 de mayo de 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la expansión y diversificación del comercio entre las partes</li> <li>• Eliminar barreras al comercio</li> <li>• Promover condiciones de competencia leal</li> <li>• Establecer reglas comprensibles para asegurar un ambiente regulado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desgravamen arancelario (Año 10 0% de arancel)</li> <li>• Ingresar al mercado asiático</li> <li>• Facilidades para la importación de productos a china</li> </ul>

- 
- Crear nuevas oportunidades de empleo
  - Mayor cooperación bilateral
- 

*Nota.* Información tomada de la página del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2024). Elaboración propia.

De acuerdo con la matriz donde se detallan cada uno de los acuerdos vigentes con los que cuenta Ecuador podemos analizar que en su mayoría a excepción de los acuerdos con Nicaragua y El Salvador benefician al café ecuatoriano con una exención de aranceles llegando así a tener un 0% del mismo, lo cual ayuda a que varios emprendedores se animen a incursionar en nuevos mercados tanto vecinos como internacionales.

Varios de los acuerdos tienen como beneficio el desgravamen arancelario donde cada año se va reduciendo el porcentaje hasta llegar a 0% y exista una libre circulación del producto. Estos acuerdos brindan una amplia gama de posibilidades de expansión y competitividad para el café ecuatoriano. La cooperación regional mediante acuerdos como el Acuerdo de Cartagena y otras naciones vecinas facilitan el intercambio comercial entre los países sudamericanos y centroamericanos, eliminando barreras y permitiendo que el comercio sea más ágil y variado.

Así mismo, acuerdos de complementación económica con países como Chile y Guatemala brindan el acceso a mercados estratégicos y ayudan a que el café ecuatoriano pueda visualizarse por ser un producto sostenible y este aumente su demanda. El ingreso del café sin alguna restricción arancelaria y con un tratamiento especial, aumenta la competitividad de este frente a otros productos de la región.

Los acuerdos más significativos y con mayores mercados de consumo de café, como lo son el de la Unión Europea y el Reino Unido, posicionan al café de una manera extraordinaria y son clave para la competitividad frente a los demás países exportadores de este producto, puesto que la Unión Europea y el Reino Unido valoran mucho los productos sostenibles y al certificarse como tal, el café ecuatoriano pasaría a tener un mayor valor agregado. Estos acuerdos impulsan la exportación de productos con denominación de origen y junto con la eliminación de los aranceles para el café, permiten que Ecuador se centre exclusivamente en ofrecer un café con altos estándares de calidad y especialidad. Esto contribuye a que los volúmenes de exportación de un café ya procesado y con un valor agregado aumenten, mejorando la imagen del café ecuatoriano y posicionándolo como un producto premium en el mercado europeo.

Acuerdos firmados recientemente como lo es con China, nos dan una perspectiva amplia de la diversificación de mercados, pues el ingreso al mercado asiático es una oportunidad significativa para el café ecuatoriano, pues en China cada vez más se consume este producto, a pesar de tener una desgravación progresiva, con el tiempo este permitirá una competitividad creciente ya que se eliminará por completo el arancel base del café.

Los acuerdos comerciales vigentes permiten el acceso a nuevos mercados, contribuyendo al crecimiento y al fortalecimiento del sector cafetalero, expandiéndolo no solo en términos de volumen sino también en términos de valor agregado, especialmente en productos diferenciados y sostenibles.

### **Diagnostico**

Una vez aplicado el instrumento de recolección de información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente de la misma. La encuesta fue aplicada al presidente de Kawsana Coffee Cía. Ltda., con la finalidad de obtener información sobre el conocimiento que tienen acerca de los acuerdos y políticas de comercio exterior con los que cuenta Ecuador y sobre la incidencia de estos en las ventas de la compañía, así mismo la manera en la que perciben las debilidades y fortalezas de la empresa frente a otras. En la encuesta se presentó el propósito del trabajo investigativo al presidente de la compañía, quien expresó su interés acerca de este, otorgando así la autorización respectiva para llevar a cabo el estudio facilitando el acceso a la información requerida para avanzar con la investigación.

Kawsana Coffee, es una pequeña empresa con más de 6 años de experiencia, actualmente su escala de producción es mediana, hace varios años decidió experimentar en el mercado estadounidense con el cual tuvo mucha suerte, su nicho de mercado en Estados Unidos ha ido creciendo, siendo uno de los cafés más populares en el Estado de Nuevo México donde cuentan con una cafetería rodante. En cuanto a los acuerdos comerciales y políticas se mencionó que se encuentran familiarizados con ellos, por lo que observan que no se genera un impacto positivo en la competitividad de la compañía, ya que no perciben una reducción significativa de barreras arancelarias ni una mejora en cuanto al acceso de nuevos mercados, calificando de esta forma a las políticas de comercio exterior como ineficientes. Por lo cual sugieren que, se deberían proporcionar más facilidades en el proceso de exportación. Sin embargo, se notó cierto tipo de desconocimiento y la poca capacitación con respecto a los temas de estudio. La empresa destaca como una de sus principales fortalezas el control que mantienen en toda la cadena de valor, pues en esta enseñan la forma y el manejo del producto desde la finca hasta la hora de servirse a la mesa. No obstante, identifica como una debilidad la falta de

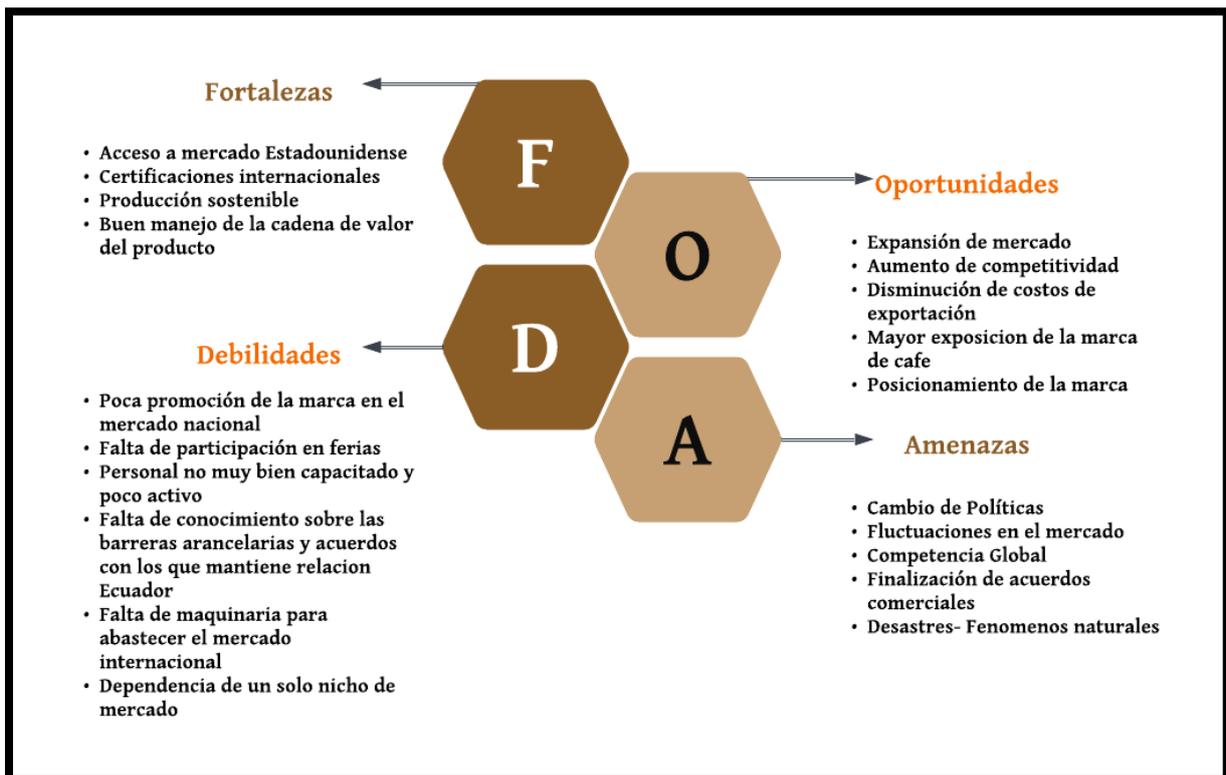
maquinaria que les ayude a optimizar el proceso de los productos, lo cual limita su capacidad de expansión a pesar de mencionar que sus exportaciones tienen un crecimiento moderado.

### Matriz FODA

Luego del correspondiente análisis de la encuesta aplicada a la empresa, se plasmó en una matriz FODA las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que presenta la empresa frente a los acuerdos y políticas que mantiene Ecuador y en general de la situación de esta.

**Figura 9**

*Matriz FODA aplicada a Kawsana Coffee Cía. Ltda*



Nota. Elaboración propia

## Impacto de las barreras en la rentabilidad de Kawsana Coffee Cía. Ltda.

### Balanza comercial

La balanza comercial ecuatoriana en los últimos cinco años ha registrado un superávit, con lo cual genera un indicador positivo al país. En lo que respecta al café y específicamente al tostado y procesado tenemos reflejados los siguientes datos:

**Tabla 3**

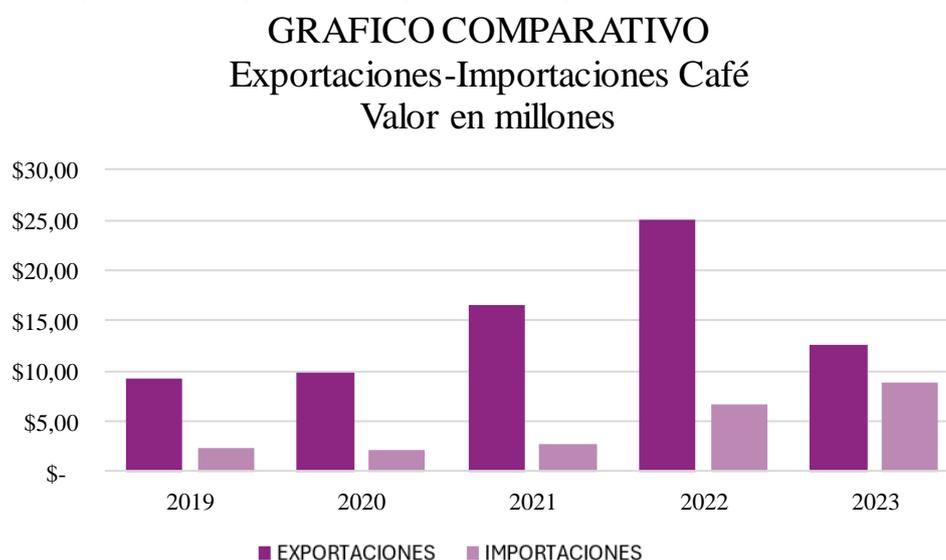
*Balanza comercial del Café (2019-2023) en Ecuador, expresado en millones de dólares*

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
<b>EXPORTACIONES FOB</b>	\$ 9,24	\$ 9,91	\$ 16,48	\$ 25,01	\$ 12,61
<b>IMPORTACIONES FOB</b>	\$ 2,28	\$ 2,12	\$ 2,81	\$ 6,68	\$ 8,87
<b>BALANZA COMERCIAL</b>	\$ 6,96	\$ 7,79	\$ 13,67	\$ 18,33	\$ 3,74

*Nota.* Elaboración propia a partir de los datos tomados por el Banco Central del Ecuador.

**Figura 10**

*Cuadro comparativo entre las exportaciones e Importaciones de café en Ecuador, expresado en millones de dólares.*



*Nota.* La figura muestra los valores obtenidos en las exportaciones e Importaciones (2019-2023) con respecto al café. Elaboración propia. Fuente: Banco Central del Ecuador.

## Figura 11

Balanza Comercial que presenta el café durante los últimos cinco años en Ecuador



*Nota.* La figura muestra el resultado de la diferencia entre las exportaciones e importaciones de café llamada balanza comercial (2019-2023).

Los datos plasmados en las siguientes graficas corresponden a la partida arancelaria 0901 la cual abarca el café tostado y procesado; en las gráficas se puede visualizar que en los últimos cinco años (2019-2023) el café ha tenido un superávit, a pesar de que en el año 2020 y 2021 la pandemia por el COVID-19 afectara en su totalidad a la economía del mundo, el café ecuatoriano tuvo una muy buena aceptación. Las exportaciones han tenido valores positivos y lo más importantes han sido mayores que las importaciones, en el año 2019 y 2020 se incrementaron las exportaciones y el valor de las importaciones menor en comparación al año anterior de este (figura 10), dando como resultado un superávit de \$7.79 millones de dólares como se muestra en la figura 11 , para los años siguientes el indicador siguió siendo positivo, subiendo en el año 2021 a \$13.67 millones, el pico más alto se lo obtuvo en el año 2022 en el que se dio un superávit de \$18.33 millones de dólares siendo uno de los años más rentables para el café. Sin embargo, para el año 2023 hubo una disminución significativa en la que las exportaciones solo alcanzaron los \$12.61 millones de dólares en comparación al año anterior (figura 10), siendo este un valor demasiado bajo, como resultado se obtuvo un superávit de apenas \$3.74 millones de dólares. Esto como consecuencia de los cambios climáticos, la falta de financiamiento que les permita a los productores abastecer el mercado nacional e internacional, inestabilidad macroeconómica y la fluctuación de precios en el mercado europeo (González, 2024).

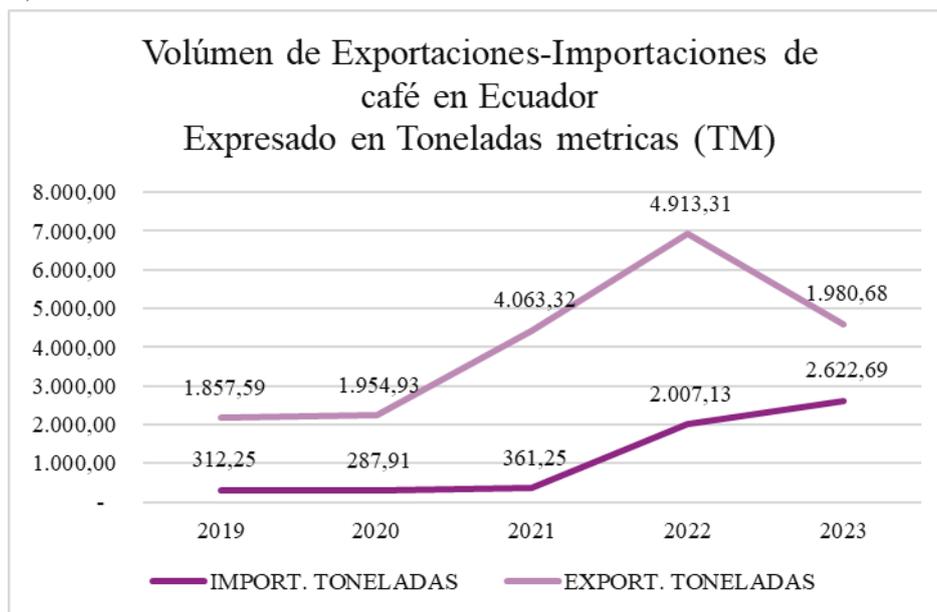
Esto nos demuestra que el negocio del café a pesar de existir crisis y años no tan positivos siempre tendrá su margen de rentabilidad, puesto que es un producto que ya es considerado necesario y básico dentro de la canasta familiar. Internacionalmente el café ecuatoriano está ganando un amplio mercado por tener un sabor único y ser amigable con el medio ambiente. Si bien es cierto las barreras arancelarias son consideradas un obstáculo, pero gracias a los acuerdos que ha establecido Ecuador con otros países, ha ayudado a que el café ecuatoriano se aventure a mercados europeos y asiáticos, disminuyendo parcial o totalmente sus aranceles, beneficiando así a la exportación de este.

### Volumen de exportaciones

El volumen de exportaciones del café en los últimos años ha variado, pues la demanda de este cada vez se ve más positiva para el Ecuador. Sin embargo, los productores no se encuentran en las capacidades para abastecer el mercado internacional, pues la falta de financiamiento y maquinaria especializada dificulta la producción a gran escala. En los últimos cinco años se ha obtenido un volumen considerablemente positivo en cuanto a exportaciones siendo nuestros mayores compradores Estados Unidos y Colombia.

### Figura 12

Cuadro comparativo del volumen de Exportaciones e Importaciones de café en Ecuador (2019-2023).



Nota. Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador

Si bien es cierto el café ecuatoriano ha bajado su importancia en el mercado mundial en las últimas décadas. No se pueden comparar a las exportaciones que se dieron en 1970 donde este producto era uno de los principales cultivos de exportación del país. Actualmente, como

se puede observar en la figura 12 el volumen de exportaciones ha ido en crecimiento, a excepción del año pasado que hubo un declive en las exportaciones. Pero estas siguen siendo positivas para el Ecuador manteniendo una línea de tendencia ascendente.

### Consumo

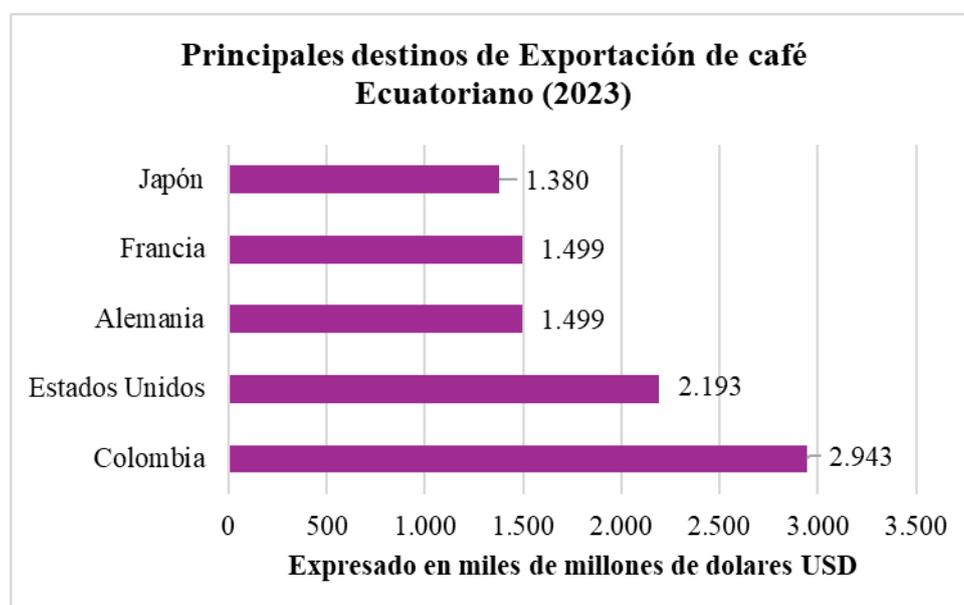
El consumo de café a nivel del mundo es extraordinario, se ha convertido en una de las bebidas más consumidas y populares, pues ahora ya no solo se ingiere de manera caliente si no también fría, volviéndolo más famoso para los amantes de esta bebida. De acuerdo con lo que menciona González (2024) en el periódico Primicias el consumo de café es de 300.000 sacos de café al año, representando de esta forma una ingesta per cápita de 1 kilogramo.

En los últimos años este consumo ha ido creciendo pues la cultura del café y su variedad de consumo ha incrementado entre un 5% y 10%. En el año 2022 y 2023 el consumo de café fue aproximadamente de 173 millones de sacos de café, de lo que se espera que en los estudios posteriores en el 2024 haya ascendido esta cifra.

Las exportaciones de café ecuatoriano tienen como principales destinos Colombia, Estados Unidos, Alemania, Francia y Japón, tal como se muestra en la figura 13, situándose estos también dentro de los países que más consumen café a nivel mundial, siendo EE. UU el mayor importador de café en el mundo. Recalcando que de estos destinos la mayoría mantiene un acuerdo con Ecuador, Estados Unidos no tiene un acuerdo como tal. Sin embargo, ya cuentan con varias ayudas entre gobiernos.

### Figura 13

*Principales destinos de exportación de café ecuatoriano año 2023.*

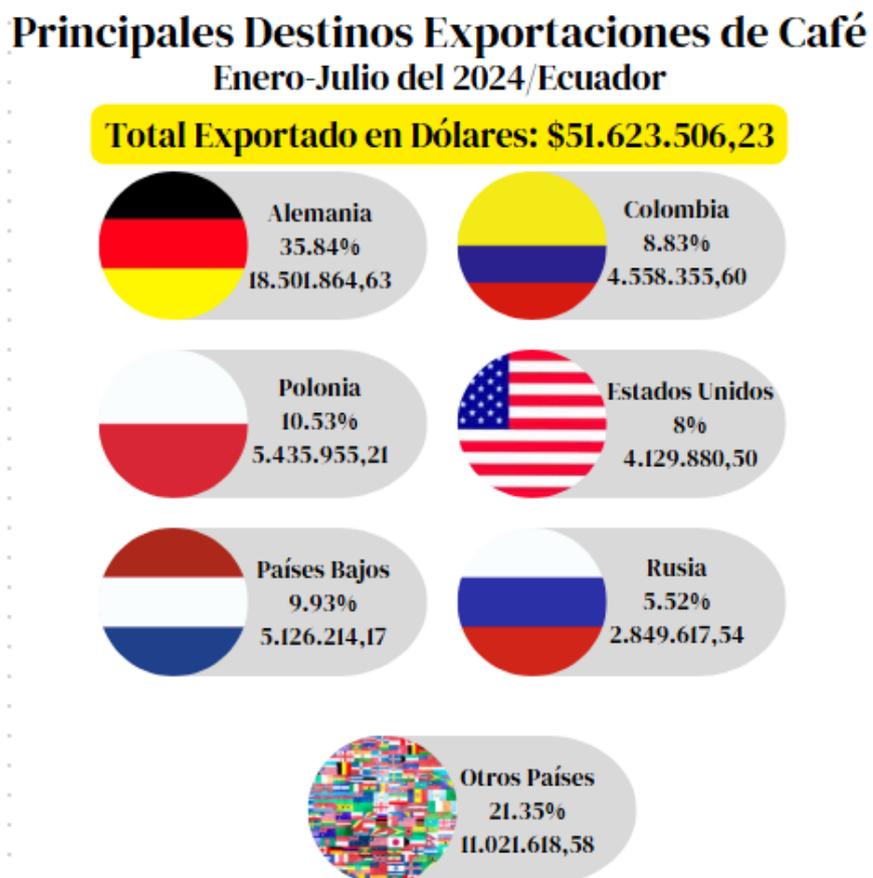


Nota. La figura muestra los 5 principales destinos de la exportación de café ecuatoriano, siendo expresado su valor en miles de millones de dólares. Fuente: TRADE MAP (2023).

Los países que han sido los principales consumidores del café ecuatoriano en el primer periodo del año 2024 son:

**Figura 14**

*Principales Destinos de las exportaciones de café ecuatoriano año 2024*



*Nota.* Principales destinos de café ecuatoriano en el primer periodo del año 2024. Elaboración propia. Fuente: ANECAFE.

Poco a poco Ecuador ha ido abarcando mercados europeos entre los que podemos destacar a Alemania, Polonia y Países Bajos, quienes han ido aumentando su consumo de café en los últimos años.

### **Tipo de cambio**

En el año 2000 la Republica del Ecuador adoptó como moneda de curso legal el dólar estadounidense, reemplazando al Sucre que circulo durante 116 años. El dólar es la moneda más utilizada en las transacciones internacional siendo así una de las más importantes del mundo, por debajo de la libre esterlina (BCE,2023).

El dólar se encuentra entre las monedas más fuertes del mundo, en primer lugar se encuentra el dinar kuwaití que es la moneda oficial del Estado de Kuwait, una pequeña nación situada entre Arabia saudita e Irak; en segundo lugar se encuentra, el dinar bareiní, moneda de curso legal de bahreiní situado entre Arabia Saudita y la península de Qatar; en tercer lugar se

encuentra, el rial omaní moneda oficial del Sultanato de Omán, en cuarto el dinar Jordano, el cual es el circulante en Jordania, en quinto la libra esterlina, perteneciente al Reino Unido y sexto el dólar estadounidense (Thompson, 2024).

El comercio internacional opera con varios tipos de divisas, pero entre las principales y más negociadas en el mundo tenemos: El dólar estadounidense (USD), el euro (EUR), el yen japonés (JPY), la libra esterlina (GBP) y el dólar australiano. Convirtiéndolas así en monedas valiosas para el comercio.

De acuerdo con lo que menciona el Banco Central del Ecuador “El diferencial entre el precio de compra y venta del dólar es un ahorro para toda la sociedad porque la intermediación, sobre todo la especulativa que aprovecha los cambios en la valoración de la moneda desaparece”.

El tipo de cambio para las exportaciones de café afectan significativamente por las siguientes razones:

- La competitividad en los precios, si existe una devaluación de la moneda del país importador frente al dólar, el café ecuatoriano se volvería más caro en el mercado internacional, reduciendo su competitividad; por otro lado, si la moneda del país importador se fortalece frente al dólar, el producto ecuatoriano se volvería más atractivo.
- Al estar dolarizada la economía ecuatoriana los costos de producción no se ven influenciados por las variaciones del tipo de cambio. Sin embargo, los países competidores con monedas más débiles pueden tener una ventaja en costos.
- Se podrían imponer tarifas o costos adicionales para compensar el cambio de moneda.

Una vez analizado las variables macroeconómicas y de acuerdo con el análisis que se realizó de los acuerdos que mantiene Ecuador en el primer objetivo, se elaboró un cuadro, donde se plasma lo positivo y negativo que impactan las barreras arancelarias y no arancelarias en la rentabilidad de Kawsana Coffee:

**Tabla 4***Impacto de las barreras arancelarias y no arancelarias a Kawsana Coffee Cía. Ltda.*

<b>ASPECTO</b>	<b>IMPACTO POSITIVO</b>	<b>IMPACTO NEGATIVO</b>
<b>Competitividad</b>	Reducción o eliminación de aranceles mediante acuerdos internacionales, mejorando el posicionamiento del café en mercados estratégicos.	Países con monedas más débiles ofrecen productos similares a menor costo
<b>Costos de exportación</b>	Se reducen los costos arancelarios en mercados con acuerdos comerciales, facilitando la entrada del café ecuatoriano.	Las barreras arancelarias aumentan los costos en países con los que no se mantengan acuerdos, reduciendo así el margen de ganancia.
<b>Incremento de ingresos</b>	Ingresos a mercados como Europa y Asia, donde el café ecuatoriano ha ganado popularidad por su sabor inigualable y ser un producto premium	Baja competitividad de mercado en países donde los aranceles no son favorables.
<b>Fluctuación económica</b>	La dolarización garantiza para Ecuador la estabilidad de los costos de producción al no variar por las fluctuaciones del tipo de cambio	Si el dólar pierde su valor frente a la moneda del país importador, el café ecuatoriano aumenta su precio y reduce su competencia.
<b>Mercados estratégicos</b>	Diversificar el mercado de Kawsana Coffee (Alemania, Inglaterra, Polonia, Países bajos) gracias a acuerdos y reducciones arancelarias	Dificultad para acceder a mercados donde no exista un acuerdo de por medio por la persistencia de aranceles elevados.

*Nota.* Elaboración propia

Por ende, podemos decir, que las barreras arancelarias y no arancelarias a pesar de presentar desafíos generan un impacto positivo para Kawsana Coffee. Las barreras arancelarias y no arancelarias dependen en su gran mayoría de si los países mantienen acuerdos, de esta forma se recortan aquellos costos que se generan a la entrada del producto. Las barreras no

arancelarias serían quienes intervendrían de forma directa dentro de la rentabilidad pues el costo de sacar los certificados pertinentes depende de cada país a donde se quería exportar. La capacidad de Kawsana Coffee para aprovechar los beneficios de los acuerdos comerciales y gestionar los costos asociados a ellos será clave para que esta maximice su rentabilidad en mercados globales.

### **Estrategias de diversificación de mercados para exportar. Caso de estudio Kawsana Coffee Cía. Ltda.**

Ansoff (1957) y Rumelt (1974) consideran a la diversificación de mercados como un tipo de estrategia que utilizan las economías desarrolladas para potenciar las actividades empresariales. La diversificación de mercados debe considerarse desde una perspectiva interna y otra externa, con el fin de que se visualice el mejor mercado según las capacidades de la compañía.

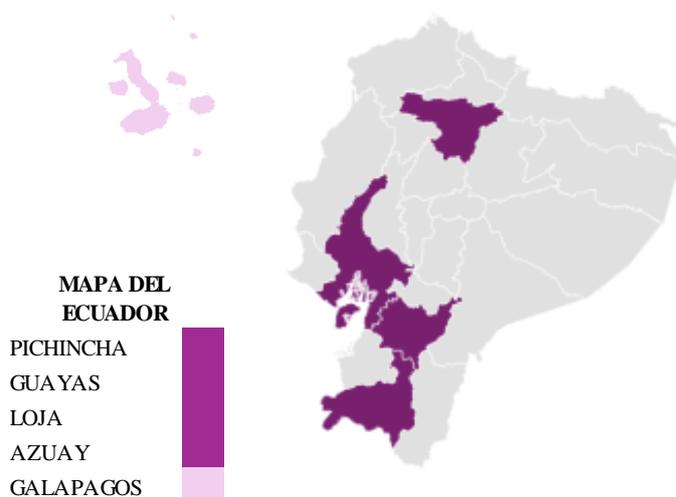
#### **Posicionamiento en Mercado Nacional**

Para poder aventurarse en el mercado internacional es importante que el mercado nacional ya haya sido abarcado en su mayoría, por lo que es necesario que Kawsana Coffee Cía. Ltda., tenga una buena exposición en el país, logrando de esta forma un amplio posicionamiento en el mercado nacional, es por ello por lo que, como primera estrategia de diversificación de mercado se hace hincapié en reestructurar su mercado nacional y ampliarlo con las mejores opciones.

Kawsana Coffee tiene como objetivo ser reconocida a nivel nacional e internacional, con el propósito de que la gente conozca el exquisito sabor del café lojano. Sin embargo, debido a un conversatorio con el gerente de la compañía y visualizando sus Estados Financieros, la compañía no se encuentra en la capacidad de invertir en mercados europeos, con lo que se considera empezar potenciando su mercado nacional, por lo que, en la figura 15 se marcan las provincias que se consideran un gran mercado para la empresa, teniendo en cuenta que en estas ciudades hay más habitantes y por lo general son ciudades con mayor porcentaje de turismo y sin duda alguna son consumidoras de café.

## Figura 15

*Provincias potenciales para ampliar el mercado de Kawsana Coffee Cía. Ltda.*



*Nota.* En la siguiente figura se muestran las provincias que se consideraron un mercado potencial para expandir el negocio y maximizar las ventas de la compañía. Elaboración propia

Se consideró las provincias de Pichincha, Guayas, Loja, Azuay y Galápagos. Teniendo en cuenta las ciudades más representativas de éstas como lo son Quito, Guayaquil, Cuenca y la Isla Santa Cruz. Cada una de ellas tiene cualidades y factores que se espera maximicen las ventas, haciendo que la compañía genere más ingresos y pueda considerar ampliar su mercado internacional.

- **Quito:** Siendo la capital del Ecuador y una ciudad extremadamente grande, cuenta con una muy buena infraestructura lo cual permite un mayor desarrollo de los emprendimientos potenciándolos para diversificar su mercado de manera internacional, así mismo cuenta con una mayor visualización por parte del gobierno en lo que respecta a apoyo económico, social y cultural, siendo así una de las ciudades con mayor arribo de turistas en el que resaltamos que el año pasado 2023 superó las 700.000 visitas de turistas no residentes (Coba, 2021; Alcaldía Metropolitana de Quito, 2024).
- **Guayaquil:** Es la segunda ciudad más grande del Ecuador cuenta con el puerto más grande del país, convirtiéndose en una de las ciudades más comerciales y con mayor potencial para los inversores. A pesar de tener un clima caluroso el consumo de café es alto pues, el café helado es el más popular dentro de esta zona (El Comercio, 2022).

- **Cuenca:** Gracias a su clima templado, Cuenca es una ciudad donde el café es una bebida tradicional y se lo puede tomar a cualquier hora del día, poco a poco ha ido abarcando más espacio en el área comercial. Se considera a esta ciudad un lugar óptimo para impulsar la marca de Kawsana Coffee, pues es una ciudad turística, con un clima óptimo para consumirlo, infraestructura llamativa para la ubicación de una cafetería y la cultura del consumo de café es alto.
- **Isla Santa Cruz:** Es considerada un mercado óptimo para Kawsana Coffee debido a que recibe una gran cantidad de turistas internacionales, los cuales buscan experiencias premium, incluidas bebidas de calidad como el café de especialidad. El mercado de las Islas Galápagos está orientado hacia la sostenibilidad por lo que la empresa de estudio podría alinearse perfectamente con dichos valores para su venta.
- **Loja:** Provincia en la cual ya maneja mercado. Sin embargo, no se ha explotado las oportunidades que se presenta en ella. Por lo que se espera que se consideren las ferias que realizan para impulsar al café lojano, el famoso concurso de la Taza Dorada el cual le da un alto valor extra al café ecuatoriano. Se podría dar mayor exposición de la marca tanto en cafeterías como en tiendas y Supermercados de alto valor y comercio.

### *Cooperación con otros sectores*

**Cafeterías y Restaurantes.** Involucrar a cafeterías y restaurantes populares del sector incrementaría las ventas de la empresa, ya que ayudarían con la promoción de Kawsana Coffee. Estas asociaciones permitirían que la compañía tenga mayor exposición al público en general y a los consumidores que frecuentes estos establecimientos, convirtiéndolos así en clientes potenciales de la marca.

Trabajar directamente con cafeterías y restaurantes, ofrece a Kawsana Coffee la oportunidad de recibir retroalimentación valiosa tanto de los consumidores finales como de los profesionales del sector. Al ser incluida dentro del menú o ser ofrecida como un café de alta calidad, fortalecería por completo la imagen de la marca y su presencia en el mercado, ya que le permitirá ajustar y mejorar los productos de acuerdo con las preferencias de los clientes.

Este tipo de colaboraciones no solo aumentarían las ventas, sino que también generarían alrededor de la marca una experiencia positiva y memorable, promoviendo así la lealtad de los clientes.

## Potencial Mercado Internacional

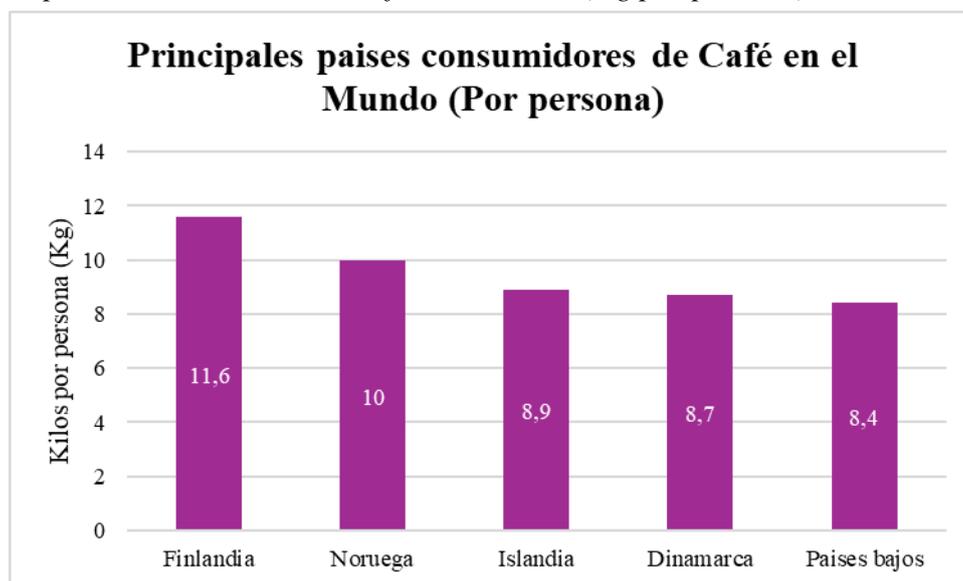
Para potenciar el mercado de Kawsana Coffee es importante considerar países que gocen de convenios y acuerdos comerciales con el Ecuador para que de esta manera se faciliten ciertos tramites y se disminuyan tarifas arancelarias que encarezcan la exportación. Por lo cual se ha escogido tres países con mercados potenciales para la expansión de la marca de café de estudio.

### *Finlandia*

País con el cual Ecuador mantiene alianzas gracias al acuerdo firmado con la Unión Europea. Se ha considerado a este país como un posible mercado potencial, debido a que es acreedor del primer lugar entre los mayores consumidores de café en el mundo (Figura 16), demostrando de esta forma que la cultura del consumo del café en este país es sumamente alta. Lo que beneficiaría a Kawsana Coffee al momento de introducir su producto a este mercado.

**Figura 16**

*Principales países consumidores de café en el mundo (Kg por persona)*



*Nota.* Se muestran los Kg que se consumen por persona en cada país mencionado en la gráfica, los valores pueden variar en la actualidad pues los datos son tomados del año 2021

A continuación, se reflejan varias características por las cuales sería un buen mercado para la compañía.

### Figura 17

Características Positivas del mercado finlandés.



*Nota.* Elaboración propia.

Se considera a Finlandia un mercado estratégico para diversificar las exportaciones de Kawsana Coffee, ya que las barreras arancelarias se encuentran reducidas en su totalidad. Por ende, solo intervendrían las no arancelarias, las cuales le agregan un valor positivo al producto.

El mercado finlandés valora cafés de origen únicos y exóticos, su disposición a pagar por cafés de alta calidad, orgánicos y sostenibles con el medio ambiente refuerzan el atractivo de este mercado, con el cual se alinean perfectamente con las propuestas de valor de Kawsana Coffee. De la misma forma la entrada al mercado finlandés serviría como canal estratégico hacia los países nórdicos amplificando el crecimiento potencial de la empresa.

### *Alemania*

Alemania que es uno de los principales compradores de café ecuatoriano, se encuentra ubicado en Europa Occidental, tiene más de 2 milenios de historia. Su población según datos del banco mundial (2023) es de 84.48 millones. Alemania es considerado un excelente mercado para el café esto gracias a que cuenta con una ubicación estratégica en Europa, teniendo así el

compromiso de sostenibilidad como un requisito importante dentro de sus certificaciones por lo que obtener una certificación orgánica, se vuelve una propuesta interesante para los exportadores de café.

## Figura 18

*Características Positivas del mercado potencial alemán*



Nota: Elaboración propia.

Alemania se presenta como una de las mejores opciones para Kawsana Coffee, gracias a su rol como uno de los principales consumidores y distribuidores de café en Europa, por lo que ayudaría a que Kawsana no solo entre al mercado alemán, sino que se expanda hacia otros países europeos.

De acuerdo con lo que se menciona la oficina comercial del Ecuador en Hamburgo en su Boletín de Inteligencia de Negocios “el 26% de los consumidores en Alemania prefieren el café orgánico en lugar del convencional y el 78% están dispuestos a gastar más en café orgánico que en el café convencional” (pag.2). Por lo que podemos asegurar que el poder adquisitivo y el valor que le dan a los productos orgánicos es alto. Esto se alinea directamente con lo que Kawsana Coffee pretende lograr ya que su cadena de valor esta netamente ligada a proteger el medio ambiente y ser una marca sostenible donde el consumidor se conecte directamente con el productor y todo su proceso.

## Canadá

Canadá tiene uno de los mayores consumos per cápita de café por persona en el continente americano, esto lo vuelve un mercado atractivo. Además de ello, los consumidores tienen un gran conocimiento acerca del café de calidad. Normalmente, el café soluble suele tener mayor volumen de venta en los países. Sin embargo, en Canadá sucede todo lo contrario el café tostado es el producto estrella en las ventas de café.

### Figura 19

Características Positivas del mercado canadiense.



Nota. Elaboración propia.

Actualmente Canadá y Ecuador no tienen un acuerdo firmado. No obstante, mantienen buenas relaciones comerciales, por las cuales han decidido comenzar con las conversaciones para establecer un acuerdo entre ellos. Por lo que se considera un posible mercado potencial para Kawsana Coffee ya que la marca ampliaría su cobertura geográfica de manera importante.

Canadá maneja una demanda alta de consumo de café, por lo que los consumidores canadienses tienen una inclinación mayor por los productos sostenibles y de comercio justo. Aprovechar estas tendencias permitirá que la compañía acceda a un segmento que está dispuesto a pagar más por calidad y responsabilidad social.

La diversificación de mercados ayuda a que Kawsana Coffee no dependa solamente de un solo mercado y las fluctuaciones que esté presente, si no que se distribuyan los riesgos

comerciales y la marca tenga una mayor exposición a nivel internacional, mejorando de esta forma los márgenes de ganancia de la empresa y fortaleciendo su presencia mundial.

Diversificar no solo ayudaría a expandir la presencia internacional de Kawsana Coffee, sino que también reforzaría la resiliencia ante los cambios que se presentan en otros mercados y mejoraría las ventas de la empresa con los productos de mayor valor agregado.

### Competitividad con grandes marcas

**Tabla 5**

*Cuadro comparativo de la marca Kawsana Coffee frente a otras marcas populares.*

Aspectos	Café Starbucks	Café Juan Valdez	Café Kawsana Coffee
Logo			
Precio en USA	8,00-20,00	12,00- 18,00	12,00-15,00
Calidad	Alta calidad o Gourmet	Premium	Especialidad
Tipos de café con los que trabaja	Arábica	Arábica	Arábica
Mercado	Global	Global	Ecuador Estados Unidos
Artículos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas calientes (Café Latte, Capuccino, Espresso, etc)</li> <li>• Bebidas Frías (Frapuccino, Iced Coffe, etc)</li> <li>• Comidas (Sandwiches, galletas, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas calientes (Café negro, Capuccino, Latte, etc.)</li> <li>• Bebidas frías (Granizados, Nevados, etc.)</li> <li>• Comidas (Sanduches, Pastelería, etc.) Café empacado (Café premium 100%, de origen,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cafe empacado de origen Único (Breakfast Light, Full city Medium, italiano, Dark, Expreso Dark).</li> <li>• Bebidas Calientes (Capuccino, Mocaccino, etc.)</li> </ul>

---

<ul style="list-style-type: none"> <li>•Café empacado (Espresso Roast, Pike place)</li> <li>Accesorios (Tazas, termos, etc.)</li> </ul>	ediciones especiales, liofilizado, etc.)	Bebidas frías (Café helado, granizados de café, etc).
---	--	---

---

Nota. La información fue tomada de cada uno de las páginas oficiales de las marcas mencionadas. Elaboración propia

De acuerdo con el cuadro comparativo (tabla 5), se puede visualizar que Kawsana Coffee contiene un gran potencial, pues en varios aspectos manejan las mismas características que las grandes marcas como Starbucks y Café Juan Valdez. Sin duda alguna es una comparación vaga pues la escala de producción de las dos marcas populares es grande y su mercado es bastante extenso. Sin embargo, podría tomarse como referencia para que la compañía mejore aún más sus capacidades e incluso mejorar mucho más la calidad sin tener que aumentar costos, variar sus artículos a la venta ayudarían a darle algo especial a la marca y diferenciarla del resto.

## **Utilización de medios digitales**

### ***Marketing digital***

En los últimos años las redes sociales han tomado un papel importante dentro de las empresas y su exposición, ya que se han convertido en los medios más fáciles y rápidos de conectar con la audiencia global y así transfórmalos en posibles clientes.

Kawsana Coffee Cía. Ltda. mediante las redes sociales puede promocionar sus productos a un público mucho más amplio, superando las limitaciones geográficas y accediendo a mercados internacionales con mayor facilidad.

**Figura 20**

*Beneficios de utilizar el marketing digital en Kawsana Coffee.*

# Marketing Digital



*Nota.* Elaboración propia.

Las redes sociales ofrecen grandes posibilidades para crear contenido personalizado y atractivo, permitiendo que la marca construya una relación directa con los consumidores. El marketing digital permitiría a la empresa facilitar la recopilación de datos valiosos sobre las preferencias de los consumidores, permitiendo así ajustar las estrategias de marketing y maximizar el impacto de estas.

La publicidad en redes sociales permitiría a Kawsana Coffee dirigir sus campañas a audiencias específicas, como aquellas amantes del café, del café orgánico, premium o también a aquellas conscientes de la sostenibilidad. Aprovechar todas estas herramientas, beneficiaría a la marca ya que aumentaría su visibilidad, su posición en el mercado y diversificaría su base de clientes a nivel nacional e internacional y lo mejor de todo que no cuenta con barreras que lo frenen.

## ***Venta en Línea***

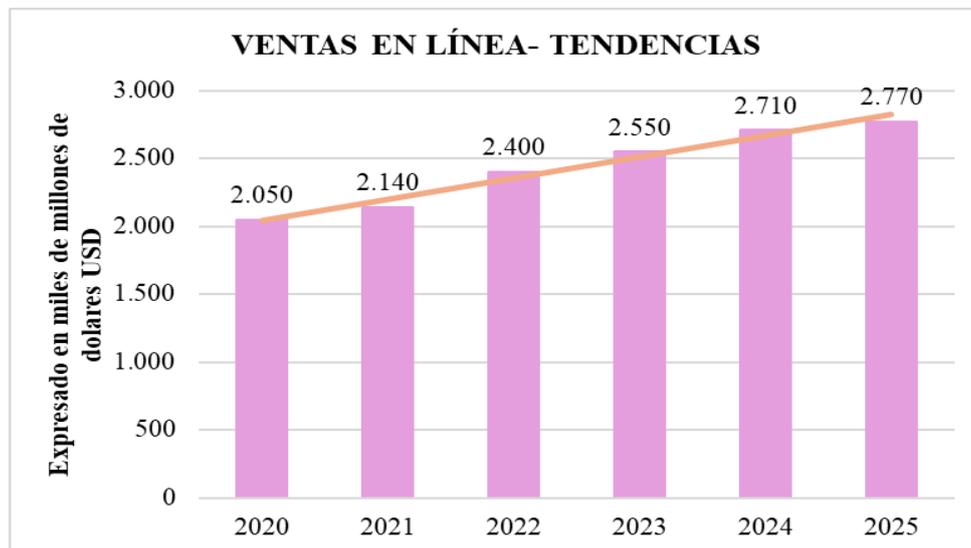
Durante la pandemia por el COVID-19 las ventas en línea han aumentado su popularidad, llegando a ser uno de los medios más utilizados para adquirir productos. Este tipo de ventas permite que los productos lleguen a ser conocidos en diferentes partes del mundo y sean adquiridos con mayor facilidad.

Incrementar este recurso en Kawsana Coffee permitiría que sus ventas se maximicen y que la marca llegue a diferentes partes del mundo, teniendo así, un público más amplio y la que la competitividad de este aumento.

De acuerdo con varias fuentes de recepción de datos la línea de tendencia de las compras en línea es ascendente, mostrando que cada vez es más popular este método de compra, por lo que se prevé que las ventas en línea aumenten mucho más para el 2025 llegando a lograr 2.770 millones de dólares en este año (figura 21), lo cual lo vuelve un aspecto positivo para ser implementado dentro de la empresa.

### **Figura 21**

*Tendencia de las ventas en línea en los últimos años 2020-2025*



*Nota.* Elaboración propia. Fuente: Spocket (2024).

Este recurso debe ser utilizado progresivamente para que de esta forma se comience a medir el impacto y la demanda que se genere y así expandir más los destinos de envíos, empezando desde lo nacional, países vecinos y paulatinamente envíos a nivel internacional (América del Norte, Centro América, Europa, etc.). Ya que evidentemente esta opción de venta será la que domine la interacción con los consumidores en un futuro. De una u otra forma la empresa tendrá que adaptarse a estas nuevas tendencias para poder prosperar y alcanzar sus objetivos.

Loja, Quilanga



**Propuesta de  
mejora.  
Kawsana Coffee  
Cía. Ltda.**

Amor en la primera Taza

## Propuesta de mejora a la empresa Kawsana Coffee Cía. Ltda.

### Propuesta

Plan de mejora a la empresa de producción y exportación de café “Kawsana Coffee Cía. Ltda.” para la maximización de sus ventas y posicionamiento en el mercado tanto nacional como internacional.

### Datos informativos

#### Tabla 6

*Datos informativos de la propuesta de mejora para Kawsana Coffee Cía. Ltda.*

<b>Entidad</b>	Kawsana Coffee Cía. Ltda.
<b>Ubicación</b>	Quilanga
<b>Gerente General de la empresa</b>	Ángel Aguilar
<b>Presidente de la Empresa</b>	Edgar Jaramillo

*Nota.* Elaboración propia

### Problema

Uno de los principales problemas que presenta Kawsana Coffee Cía. Ltda., es la poca presencia de la marca dentro del mercado nacional, generado por la falta de participación en ferias, poca colaboración con cafeterías y tiendas, los medios digitales no son explotados al 100%, quienes integran la compañía muestran una falta de proactividad y limitada participación en las actividades y proyectos de la empresa para que esta sea reconocida, etc. Además de ello dependen exclusivamente de un solo nicho de mercado, el cual es Estados Unidos, esto debido a que su gerente general radica allá. Sin embargo, el poco conocimiento acerca de los acuerdos comerciales que maneja Ecuador con otros países, hace que estos creen que las barreras arancelarias son altas para el café y que estos no favorecen en nada a la compañía. Frente a ello, es necesario proponer algunas alternativas de solución, mismas que involucran la capacitación necesaria, sobre nuevos mercados internacionales para la compañía, lo cual diversificaría su mercado, así mismo sobre lo necesario que es manejar hoy en día las redes sociales para que la marca sea más conocida y por último como maximizar las ventas.

## Objetivos

- Reducir el desconocimiento sobre los acuerdos comerciales y las barreras arancelarias y no arancelarias, mediante la capacitación del personal principal de la compañía.
- Establecer nuevas opciones de mercado para ampliar su distribución nacional e internacional
- Promover el uso de medios digitales para publicitar la marca y garantizar el incremento de las ventas.

## Justificación

De acuerdo con la investigación realizada en el presente trabajo se ha identificado la importancia de que se conozcan los acuerdos comerciales y el beneficio que traen consigo al reducir las barreras arancelarias sobre todo para el café, así mismo permitió identificar las falencias y problemas presentes en la compañía. La capacitación de estos temas se estima que sea beneficio para considerar nuevos mercados de exportación y de esta forma poder diversificarlos. El uso de nuevas tecnologías permite que la compañía expanda sus límites y que esta sea más conocida a nivel nacional e internacional, exponiendo de manera practica la producción y la imagen de Kawsana Coffee, recalcando que la capacitación del personal y la incentivación para que estos participen de manera activa en estas actividades es crucial, de esta forma las ventas de la compañía se verán maximizadas, teniendo así mayores ingresos.

## Estrategias de mejora (Objetivo uno)

La dependencia de un solo nicho de mercado se ve reflejada por el simple hecho de no contar con conocimiento sobre los beneficios que traen consigo los acuerdos comerciales, es por ello, que se propone llevar a cabo una capacitación que permita exponer todos los acuerdos comerciales con los que cuenta Ecuador y explicar los beneficios que traen consigo para el café, de esta forma se lograra que tengan una visión mas amplia de a que mercados seria beneficioso exportar. La estructura básica de la capacitación es la siguiente:

### Tabla 7

#### Capacitación

---

**Denominación**

Acuerdos comerciales vigentes beneficios para la exportación de café

---

**A quien va dirigida la capacitación:**

Gerente general, presidente de la compañía y demás socios

---

**Responsable de la capacitación:**

Profesional en negocios Internacionales

---

---

**Tipo de capacitación:**

Formato Charla-Conversatorio

---

**Objetivos:**

- Explicar los acuerdos comerciales que mantiene Ecuador con otros países
  - Exponer al gerente general más opciones de mercado
  - Dar a conocer los distintos beneficios de cada acuerdo al sector cafetalero.
  - Mencionar lo negativo de depender exclusivamente de un nicho de mercado.
- 

**Materiales para utilizar:**

Computadora, diapositivas, material impreso, esferos.

---

**Tiempo de la capacitación:**

2 horas

---

Nota. Elaboración propia

Se espera que con esta capacitación tanto el gerente general como el presidente de la compañía puedan tener en consideración mercados alternos para la exportación de café, haciendo hincapié en que esta capacitación también tiene un formato de conversatorio donde podrán aclarar todas sus dudas con respectos a este tema.

**Estrategia: Investigación de Mercado Potenciales (Objetivo dos).**

La diversificación de mercados es una gran opción para que Kawsana Coffee pueda abarcar nuevos horizontes comerciales y de esta forma se incrementen sus ventas, posicionando a la marca de manera estratégica. El análisis de mercados nacionales como internacionales son fundamentales para que la compañía cree canales de distribución que abastezcan a sus futuros consumidores. Esta estrategia se pretende llevar a cabo con el análisis de tendencias globales, estadísticas, identificando países con altas demandas de café, etc.

Esta investigación va dirigida hacia el gerente general el Sr. Ángel Aguilar para que considere el posicionamiento en el mercado nacional y la futura inversión hacia mercados internacionales.

**Tabla 8**

Elaboración de análisis

**Segmentación de mercados**

---

**Nacionales**

---

- División del país por provincias con mayor interés
- Priorizar zonas con mayor presencia de turistas y con mayor cultura de consumo de café



**Herramientas y Fuentes de información:** INEC: Datos demográficos y económicos

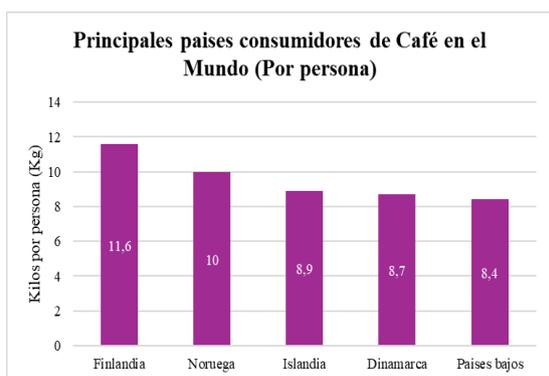
**Internacionales**

La expansión a mercados internacionales le daría una visión mucho más amplia a la marca, y sería un paso grande después de posicionarla en el mercado nacional. Los mercados potenciales deben considerarse por varios factores, de acuerdo con:

- El consumo de café per cápita de café
- Mayores importadores de café ecuatoriano
- Mejores relaciones comerciales

Es por ello que se considera como óptimos a los siguientes:

- **Finlandia:** Es uno de los países con mayor consumo de café por persona, se mantiene acuerdo junto con la Unión Europea teniendo un arancel del 0%
- **Alemania:** Uno de los mayores importadores de café ecuatoriano en la mitad del año 2024, se cuenta con acuerdo firmado entre la UE y Ecuador, el arancel para el café es de 0%.
- **Canadá:** A pesar de que no se cuenta con acuerdo firmado, se mantienen buenas relaciones comerciales y el consumo de esta bebida es alta siendo en América uno de los países que más consumen café



---

## Mercados Potenciales

---

### FINLANDIA



### ALEMANIA



### CANADA



---

#### Herramientas y Fuentes de información:

**Trade Map:** Volumen de importación / exportación de café.

**Statista:** Estadísticas de tendencias globales

**Banco Central del Ecuador:** Datos

Etc.

---

*Nota.* Elaboración propia.

Se SUGIERE al gerente general tome como referente para poder lograr esta diversificación, el trabajo de integración curricular realizado en el cual se estudiaron los posibles mercados plasmando las razones de porque serian una opción favorecedora tanto en el ámbito nacional como internacional, esta información se encuentra desarrollada en el tercer objetivo de este documento, donde se espera contribuir con las decisiones tomadas a futuro por la compañía.

## Estrategia de diversificación de Canales de distribución (Objetivo dos)

**Tabla 9**

*Implementación de canales de distribución*

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Responsable</b>	<b>Recursos Necesarios</b>
Identificar canales de distribución	Investigar los posibles canales de distribución como: Supermercados, plataformas digitales de venta en línea, etc.	Gerente general y presidente de la Compañía.	Estudios de mercado, preferencias de mercado, etc.
Colaboraciones estratégicas nacionales	Establecer alianzas con grandes cadenas de supermercados, cafeterías, tiendas, etc.	Gerente general y presidente de la compañía.	Propuestas, conversatorios, equipo comercial capacitado.
Implementación de venta en línea	Incrementar la venta en línea del café mediante plataformas como: Mercado libre, Amazon y demás redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok, etc.	Gerente general y equipo de marketing (Contratar de ser necesario)	Gestión de redes sociales y plataformas digitales de venta.

*Autoría. Propia*

Con ello se SUGIERE a la compañía tomar canales de distribución que sean conocidos y le traigan consigo beneficio a la empresa teniendo en cuenta aspectos importantes como sus clientes potenciales, su demanda en el mercado, etc. Se plasman en la siguiente tabla opciones que puede tomar la empresa para los canales de distribución, los cuales fueron seleccionados por su popularidad y por su demanda dentro del mercado nacional, ya que la confianza que los clientes tienen en estas cadenas de supermercados es alta, conservando un nivel elevado de lealtad por parte de sus consumidores. De la misma forma, plataformas digitales como lo son Amazon y mercado libre se han caracterizado por ser mercados que abarcan clientes de diferentes partes del mundo teniendo una demanda alta, la venta de los productos por estas plataformas ayuda a que la empresa abarque nuevos mercados y de esta forma aumente la visibilidad de la marca y sus productos, atrayendo a nuevos compradores.

**Tabla 10**

*Sugerencia de canales de distribución*

---

**Supermercados**

---



---

La colaboración con estas cadenas grandes de supermercados, beneficiaría en su totalidad a la compañía, puesto que estas ya tienen una clientela establecida, lo que incrementaría la visibilidad de la marca y la venta del café.

---

**Plataformas de ventas en línea**

---



---

Llevar el producto a estas plataformas representaría una estrategia clave para expandir el alcance no solo nacional sino global y la diversificación de los canales de venta de Kawsana Coffee aumentando de esta forma su competitividad.

---

*Autoría. Propia*

**Uso de medios digitales (redes sociales) (objetivo tres).**

El uso de medios digitales es primordial para la visualización de la marca, Kawsana Coffee debe explotar este medio, ya que la mayoría de sus funciones son gratuitas. El invertir en este medio generaría un incremento de las ventas en la compañía y la exposición de esta. El uso de estos medios fortalecería la identidad de la marca y sin duda alguna mejoraría la conexión con sus consumidores, reduciendo de esta forma los costos de publicidad e incrementando una atención a la cliente personalizada.

La adaptación a esta nueva era digital asegurará que se obtenga un mayor valor frente a la competencia. Estas plataformas permitirán que Kawsana Coffee se posicione como un referente en la industria del café de especialidad.

**Tabla 11***Implementación de medios digitales*

<b>Estrategia</b>	<b>Descripción</b>	<b>Responsable</b>	<b>Recursos</b>
Marketing digital	Creación de publicidad en línea por medio de redes sociales.		Diseñadores, anuncios, presupuesto, etc.
	Diseñar contenido audiovisual que capte la atención de los clientes, mostrando las cualidades más representativas del café	Equipo de marketing digital (Contratar si es necesario)	Cámaras, computadoras, equipo de edición, etc.
Redes Sociales	Utilizar las redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok, impulsaría a que la empresa pueda llegar a un público más amplio, mostrando de manera dinámica el servicio de cafetería, la diversidad de presentación de café, el lugar turístico donde se realiza la producción del café, etc.	Gerente general, Equipo de marketing digital.	Cuentas habilitadas de la compañía, teléfonos, videos, fotografías, etc.
Colaboración con Influencers	La colaboración con personajes influyentes del medio puede dar un impacto positivo con las ventas de la compañía, siempre y cuando se tome en cuenta personajes que tengan alto impacto en mover masas un ejemplo de ello en lo que respecta al área gastronómica serian los chefs.	Gerente general, presidente de la compañía y equipo de marketing.	Datos sobre Influencers, muestras de café para envíos y su promoción, etc.

*Autoría. Propia*

El gerente general deberá considerar la contratación de un equipo con experiencia en marketing digital. Y a su vez, deberá tomar cursos sobre este tema para instruirse y manejar esta área de mejor manera, y hacer posible el logro de este objetivo.

La era digital es quien gobierna en estos momentos las ventas mayoritarias, ofreciendo de esta forma un sinnúmero de oportunidades para las empresas que buscan adaptarse y crecer en un mercado competitivo. Integrar opciones para la compañía no solo permite que se diversifiquen los canales de venta, sino que también se pueda brindar una experiencia más cómoda y personalizada a los clientes. Entre las que podemos destacar los medios de pago accesibles y modernos, como tarjetas de crédito y débito, transferencias bancarias, billeteras digitales y pagos en efectivo, opciones que se han vuelto cada vez más populares por ser prácticas y seguras. Estas alternativas de pago no solo aumentan la confianza del cliente, sino que abarca las preferencias del mismo, desde los que optan por lo tradicional hasta los que prefieren soluciones digitales innovadoras.

## 7. Discusión

En el presente trabajo de integración curricular se desarrolló un análisis sobre las barreras arancelarias y no arancelarias y su impacto en la exportación de café ecuatoriano, tomando como caso de estudio a la empresa Kawsana Coffee Cía. Ltda., determinando de esta forma que tanto las políticas comerciales como los acuerdos vigentes que mantiene Ecuador benefician al sector cafetalero y que las barreras arancelarias y no arancelarias no representan una amenaza directa a las exportaciones de café. Contrario a ello estas medidas han tenido un buen manejo. Sin embargo, la actualización de políticas mejoraría aún más la explotación de este sector, demostrando que las barreras no arancelarias, como los requisitos de certificación, tienen un impacto mayor en los costos operativos que los aranceles en sí. Este hallazgo es consistente con el estudio previo realizado por Baena (2018) el cual menciona que “las barreras arancelarias a nivel mundial han disminuido en los últimos años, mientras que las barreras no arancelarias al comercio se han hecho cada vez más frecuentes dentro del comercio internacional” (p.6). Reafirmando la necesidad de priorizar la gestión de estas barreras mediante políticas de apoyo y capacitación constante a los exportadores.

La firma de acuerdos con otros países ha contribuido a la reducción de barreras arancelarias hasta del 0%, disminuyendo así los costos de exportación y aumentando la presencia del café ecuatoriano en mercados altamente competitivos. Gracias a este análisis, también se pudo identificar las debilidades de la compañía, siendo especialmente preocupantes el limitado conocimiento de este tema, la escasa presencia de la marca en el mercado nacional y la alta dependencia de un solo nicho de mercado. Estas debilidades no solo limitan el crecimiento y la competitividad de la compañía, sino que evidencian la urgencia de implementar estrategias para fortalecer su posicionamiento en el mercado nacional y ampliar su alcance mediante la diversificación de mercados internacionales.

Las barreras arancelarias y no arancelarias influyen de manera indirecta en la rentabilidad del café. No obstante, gracias al análisis de variables macroeconómicas como la balanza comercial exclusiva del café, volumen de exportaciones, consumo y tipo de cambio, se logró determinar que, a pesar de la existencia de crisis y disminución en las exportaciones, el café durante los últimos años se ha mantenido con un margen de utilidad bastante bueno, teniendo así un impacto positivo. Por lo que se puede mencionar que las barreras que más inciden dentro de los costos y la rentabilidad serían las barreras no arancelarias, quienes a pesar de representar un obstáculo también le dan ese valor añadido al producto al cumplir con todas

las certificaciones correspondientes. La consideración de los acuerdos comerciales, beneficiarían a la reducción de costos para la exportación de café por parte de Kawsana Coffe.

De acuerdo con lo que menciona Arango, et al. (2018): “La diversificación representa una de las principales decisiones estratégicas implementadas por las empresas para el crecimiento dentro de sectores competitivos...con el afán de obtener mayor cuota de mercado y un mejor nivel de rentabilidad”. La diversificación de mercados para Kawsana Coffee no solo se ha enfocado en el ámbito internacional, sino también en el nacional, con el objetivo de fortalecer el posicionamiento dentro del país. En este sentido, se considera prioritario aumentar la visibilidad de la marca en el mercado local, ya que una de sus principales debilidades es su baja presencia a nivel nacional. Tomando como punto de partida ciudades estratégicas como Quito, Guayaquil, Cuenca, Isla San Cristóbal y Loja, que serían las opciones más favorables para aumentar el mercado de Kawsana Coffee. Estas localidades ofrecen varias oportunidades de expansión para la compañía, brindando una mayor oportunidad de visibilidad y posicionamiento.

En cuanto a los posibles mercados internacionales, se han escogido tres: Finlandia, Alemania y Canadá, de los cuales los dos últimos en el estudio realizado por Herrera y Pruna (2022), se menciona que ambos países son un gran mercado para la exportación de café ecuatoriano, lo cual reafirma la decisión de tomarlos como referentes de mercados con alto valor y beneficios para la compañía. Así mismo, la toma de estrategias vinculadas a la tecnología y la explotación de esta área con alta popularidad en los últimos años hace que la compañía se actualice y vaya en dirección a las necesidades y gustos de los clientes, aumentando de esta manera su competitividad y su alcance, llegando a consumidores de diferentes partes del mundo.

Los hallazgos ofrecen una base sólida para que Kawsana Coffee tome decisiones informadas, por lo que la metodología utilizada, basada en análisis cuantitativos y cualitativos, resultado adecuada para abordar los objetivos planteados. Sin embargo, se presentaron varios obstáculos como la limitación de información, la dependencia de información secundaria, etc. Estos aspectos limitan al estudio, aunque proporcionan una base sólida para futuras investigaciones.

## 8. Conclusiones

Una vez finalizado el Trabajo de Integración Curricular a la empresa Kawsana Coffee Cía. Ltda. con respecto a las barreras arancelarias y no arancelarias, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ Las políticas de comercio exterior establecidas por parte del Gobierno ecuatoriano han beneficiado en gran parte al sector cafetalero. Incrementando, las exportaciones de café de especialidad, brindando capacitaciones, líneas de crédito para los pequeños caficultores, etc. Sin embargo, la reconstrucción y mejora de estas políticas, haría que este sector pueda ser mucho mas explotado, incrementando de esta forma los ingresos por exportaciones de café para el país. Los acuerdos comerciales vigentes que mantiene Ecuador con el resto del mundo han sido de suma importancia para el avance de este sector, pues la reducción total de los aranceles y en ciertos casos la desgravación arancelaria, han ayudado a que el café ecuatoriano pueda ingresar en mercados de alto poder adquisitivo y competitivos, como lo son Europa y en el ultimo año el ingreso al mercado asiático. Con ello Kawsana Coffee tiene la oportunidad de expandirse a mercados internacionales, aprovechando los beneficios arancelarios, los programas de fomento, entre otros. De esta manera, la compañía, aumentaría sus ventas y reduciría varias de las debilidades que presenta.
- ✓ El análisis sobre las barreras arancelarias y no arancelarias expuso la influencia que estas tienen dentro de la rentabilidad de una empresa exportadora. Al considerar variables macroeconómicas como la balanza comercial, el volumen de exportaciones, el consumo y el tipo de cambio, estas evidenciaron que la existencia de aranceles elevados y regulaciones restrictivas pueden limitar la competitividad de una empresa y, en consecuencia, a ello su margen de ganancia disminuye. Por otro lado, si las condiciones comerciales son favorables y existen acuerdos donde haya bajos aranceles, exigencias regulatorias equilibradas y un tipo de cambio competitivo, Kawsana Coffee logrará incrementar su volumen de exportaciones y por ende su rentabilidad, como también su posición en el mercado.
- ✓ El posicionamiento de Kawsana Coffee en el mercado nacional antes de la diversificación de su mercado internacional resulta clave para que la empresa pueda hacer frente a las barreras arancelarias y no arancelarias, ya que, al establecer fuertemente la marca en el país, la empresa podrá proyectar una imagen mas confiable. Esto en combinación con la adopción de estrategias innovadoras como lo son el

marketing digital, las ventas en línea, las billeteras digitales, entre otras; facilitan la interacción y la conquista de los posibles consumidores en las distintas regiones. Kawsana Coffee debe adaptarse a las nuevas exigencias del mundo y buscar la forma de que la empresa, logre su objetivo de ser reconocida no solo en el ámbito nacional, sino en el internacional también, aumentando de esta forma su competitividad.

## 9. Recomendaciones

De acuerdo con las conclusiones del presente trabajo se ha decidió plantear las siguientes recomendaciones:

- ✓ La capacitación adecuada para la adquisición de conocimientos acerca de los acuerdos comerciales que mantiene Ecuador y que beneficiarían a la compañía para la diversificación de sus mercados, esta con dirección al gerente general y al presidente de la compañía, con el fin de que se tomen decisiones informadas en el futuro y de esta manera se incrementen sus ingresos y la marca se exponga en mercados europeos. Para ello, se sugiere contratar a un profesional en la materia para que les brinde una asesoría completa sobre ello y puedan tener mas en claro sobre los beneficios que estos otorgan.
- ✓ Aprovechar los acuerdos comerciales existentes para acceder a mercados con aranceles reducidos y regulaciones equilibradas, lo que reduciría el impacto de las barreras arancelarias y no arancelarias. Además, optimizar costos y procesos logísticos permitirá cumplir con las normativas sin generar sobrecostos ni retrasos. Así mismo, revisar constantemente los tipos de cambio ya que esto ayudará a identificar momentos estratégicos para exportar con mayor rentabilidad.
- ✓ Diversificar sus mercados es crucial para minimizar riesgos y evitar la dependencia de un solo nicho de mercado, empezando con el posicionamiento en el mercado nacional expandiendo la marca en ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, la Isla San Cristóbal y Loja que, aunque en este último ya se encuentra activo, se deberían implementar colaboraciones y mejorar aún más la visualización de la marca. Posteriormente aventurarse en el mercado internacional tomando opciones como Finlandia, Alemania y Canadá las cuales cuentan con características que las distinguen del resto volviéndolos opciones bastante llamativas. Así mismo, se sugiere utilizar los medios digitales como Instagram, TikTok y Facebook, explotando las oportunidades que estas ofrecen, de manera dinámica y creativa, llegando a un publico mucho mas amplio, junto con ello también se propone incrementar las ventas en línea, ofreciendo métodos de pagos diversos para que el consumidor pueda tener esa facilidad de pago y se ajuste a sus necesidades.

## 10. Bibliografía

- Abril, L. (2023). Comercio electrónico en Ecuador crecerá un 25% en 2023. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/comercio-electronico-ecuador-crecera-ecuador-negocios.html>
- Agudelo, G., Aigner, M., & Restrepo, J.R. (2008). Experimental y no-experimental. *La sociología en sus escenarios*, (18). <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/6545>
- Anecafé. (s. f.). <https://anecafe-ecuador.com/#quienes-somos>
- Ansoff, Harry (1957), Strategies for diversification, *Harvard business review*, 35(5), 113-124.
- Arango, E., Briseño, A. y Delgado, J. (2018). Diversificación como estrategia de expansión: efectos en el rendimiento operativo de empresas mexicanas. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol.23, núm.83, pp.579-595, 2018. Universidad de Zulia. <https://www.redalyc.org/journal/290/29058775005/html/>
- Arbulu, C. (2023). *Definición de método de investigación inductivo*. ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/374900049\\_Definicion\\_de\\_metodo\\_de\\_investigacion\\_inductivo](https://www.researchgate.net/publication/374900049_Definicion_de_metodo_de_investigacion_inductivo)
- Arellano, K. (2023, 20 septiembre). *Según las tendencias, Quito superará las 700.000 visitas de turistas en 2023 - Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico*. Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. <https://www.quito-turismo.gob.ec/news/segun-las-tendencias-quito-superara-las-700-000-visitas-de-turistas-en-2023/>
- Arredondo, E., Gómez, R., Lalama, R., & Chóez, L. (2020). Investigación científica y estadística para el análisis de datos. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 22(1), 1-19.
- Ayala, E. (1978). “Lucha política y origen de los partidos políticos en Ecuador”. Ediciones PUCE, Quito. Nueva Historia del Ecuador. Época colonial, Corporación Editora Nacional, Quito, 1989.
- Baena, J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 23., núm. 83, 2018. <https://www.redalyc.org/journal/290/29058775003/29058775003.pdf>
- Banco Central del Ecuador (2023). *Informe de resultados de comercio exterior*. [https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/ComercioExterior/informes/ResultCE\\_012023.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/ComercioExterior/informes/ResultCE_012023.pdf)

- Banco Central del Ecuador. (2021). *Evolución de la Balanza Comercial. Enero-Diciembre 2020*.  
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202102.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Evolución de la Balanza Comercial por Productos*.  
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202205.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Monedas Fraccionarias Nacionales*.  
<https://www.bce.fin.ec/serie-monedas-fraccionarias-nacionales-2023-2025>
- Banco Central del Ecuador. (2024). *Boletín analítico trimestral de comercio exterior*.  
[https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/ComercioExterior/informes/ResultCE\\_022024.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/ComercioExterior/informes/ResultCE_022024.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (2024). *Evolución de la Balanza Comercial por productos Enero 2024*.  
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202403.pdf>
- Barreras, A., Dujarric, R., Loren, J. (1991). *Filosofía y ciencia de la salud*. Pueblo y Educación. La Habana.
- Basurto, A. (2022). “*Políticas de estado para regular y administrar el comercio exterior de Ecuador*” [Trabajo de titulación de ingeniera Ambiental, Universidad Técnica de Babahoyo]. Archivo digital. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11362/E-UTB-FACIAG-ING%20AGROP-000202.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Boletín de Inteligencia de Negocios. Oficina Comercial del Ecuador en Hamburgo. Ministerio de Producción Comercio exterior, Inversiones y Pesca.
- Buri, K. A. J., Quezada, J. M., & Granda, A. D. C. V. (2023). Análisis de las exportaciones del café en el Ecuador, periodo 2017-2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 6166-6184.
- Café Juan Valdez. (s.f.). <https://es.juanvaldez.com/sobre-el-cafe/como-reconocer-un-cafe-premium-guia-para-aficionados/>
- Carbó, C. P. (1992). Macroeconomía y café en Colombia: un sumario de los efectos macroeconómicos de la economía cafetera. *Lecturas de economía*, (37), 9-45.
- Carmona, D. (2021). *Historia de la Nomenclatura arancelaria*. Universidad San Marcos.  
<https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/1678/LEC%20FIN%200012%202021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Chango, M. y García, J. (2021). Análisis de la competitividad de las exportaciones de café de Ecuador versus Colombia y Brasil hacia el mercado de USA. *X-Pendientes Económicas*, 5(12). [https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pendientes\\_Economicos/article/view/63/61](https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pendientes_Economicos/article/view/63/61)
- Coba, G. (2021, 1 julio). Siete factores hacen de Quito una ciudad en la que se puede emprender. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/factores-quito-ciudad-favorable-emprendimiento/>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]. (2010). Asamblea Nacional. Registro Oficial 351.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2013). *Comercio internacional y desarrollo inclusivo Construyendo sinergias*. Naciones Unidas. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/8e326903-88e6-41eb-a001-f38e9e80117a/content>
- Comité Europeo para la Formación y la Agricultura [CEFA]. (s.f). *Café*. <https://cefaecuador.org/productos/cafe/>
- Coppelli, G. (2019). Entre el libre comercio y el proteccionismo. Impacto de los obstáculos sobre la equidad en el comercio en el marco de la Agenda 2030. *Anuario español de derecho internacional*, 35, 333-371.
- Del Corral, M. P., Martínez, L. V., González, O. A. O., Ortiz, J. F. H., & Giraldo, P. R. A. (2002). Cuantificación De Los Impactos Micro–Macroeconómicos Y Sociales De La Crisis Cafetera En Colombia. *Publicaciones del Centro de Estudios Regionales, Cafeteros y Empresariales CRECE*. [https://www.researchgate.net/profile/Liliana-Velasquez/publication/237602771\\_Cuantificacion\\_de\\_los\\_impactos\\_micro-macroeconomicos\\_y\\_sociales\\_de\\_la\\_crisis\\_cafetera\\_en\\_Colombia/links/5643eed508ae54697fb6229a/Cuantificacion-de-los-impactos-micro-macroeconomicos-y-sociales-de-la-crisis-cafetera-en-Colombia.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Liliana-Velasquez/publication/237602771_Cuantificacion_de_los_impactos_micro-macroeconomicos_y_sociales_de_la_crisis_cafetera_en_Colombia/links/5643eed508ae54697fb6229a/Cuantificacion-de-los-impactos-micro-macroeconomicos-y-sociales-de-la-crisis-cafetera-en-Colombia.pdf)
- Durán, J., Alvarez, M., & Cracau, D. (2016). *Manual on foreign trade and trade policy: Basics, classifications and indicators of trade patterns and trade dynamics*. Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC).
- Echavarría, J., Giraldo, I. y Jaramillo, F. (2019). La estimación del equivalente arancelario de las barreras no arancelarias y de la protección total en Colombia. *Borradores de Economía*; No.1083.

<https://repositorio.banrep.gov.co/server/api/core/bitstreams/5d141210-78e5-41ea-a5ba-2e0696e5d6f7/content>

- Enríquez, J. P., Retes-Cálix, R. F., & Vásquez-Reyes, E. F. (2020). Importancia, genética y evolución del café en Honduras y el mundo. *Innovare: Revista de ciencia y tecnología*, 9(3), 149-155.  
<https://camjol.info/index.php/INNOVARE/article/view/10649/12396>
- Escuela de Gobierno y economía. (2021). *¿Cómo funciona la economía global?*. Universidad Panamericana. <https://blog.up.edu.mx/topic/posgrados-de-gobierno-y-economia/como-funciona-la-economia-global>
- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (2022). *Proyecto “Mas café y menos CO2 en Ecuador y Perú” posiciona iniciativas para un café carbono neutro*.  
<https://www.espol.edu.ec/es/noticias/proyecto-mas-cafe-y-menos-co2-en-ecuador-y-peru-posiciona-iniciativas-para-un-cafe-0>
- Figueroa-Hernández, E., Pérez-Soto, F, Godínez-Montoya, L., Pérez-Figueroa, R. Los precios de café en la producción y las exportaciones a nivel mundial. *Revista mexicana de economía y finanzas*, 14 (1), 41-56. <https://doi.org/10.21919/remef.v14i1.358>
- Finol, M., & Vera, J. (2020). Paradigmas, enfoques y métodos de investigación: análisis teórico. *Revista Mundo Recursivo*, 3(1), 1-24.  
<https://www.atlantic.edu.ec/ojs/index.php/mundor/article/view/38>
- García, A. (2024). *Perspectivas de la Economía mundial 2024*. IEB. <https://www.ieb.es/wp-content/uploads/2024/01/Perspectivas-de-la-economia-mundial-2024.pdf>
- Giménez, A., Ferrer, J. y Bonet, A. (2020). *Organización y gestión del comercio internacional* (2nd ed.). Editorial Universidad Politécnica de Valencia.  
[https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/136694/TOC\\_0689\\_04\\_02.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/136694/TOC_0689_04_02.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gómez-Escalonilla, G. (2021). Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España. *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*, 12(1), 115. <https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2021-v12-n1-metodos-tecnicas-de-investigacion>
- González, G. (2009). *EVALUACIÓN DE FACTORES DE LA COMPETITIVIDAD DEL CAFÉ ECUATORIANO EN EL MERCADO MUNDIAL* [Tesis de Ingeniería en Ciencias Administrativas, Universidad Espíritu Santo]. Repositorio Digital.  
<http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/982/1/Factores%20de%20Competitividad%20del%20Cafe%20ecuatoriano%5B1%5D.pdf>

- González, P. (2024, 7 abril). La producción de café está en declive y abastece el 50% del consumo nacional. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/cafe-produccion-starbucks-sweet-coffee/#:~:text=Precios%20al%20alza,de%20exportaciones%20de%20la%20actualidad>.
- Hall-Smith, W. (2020, 7 julio). Las 10 divisas más negociadas del mundo. *IG*. <https://www.ig.com/es/estrategias-de-trading/las-10-divisas-mas-negociadas-del-mundo-200706>
- Herrera, C. y Pruna, D. (2022). *El sector cafetalero ecuatoriano y su orientación hacia la exportación 2015-2021* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio digital. <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a544c3cb-8c49-40af-8a9b-ec4edf5cdc27/content>
- Jiménez, K., Quezada, J. y Vega, A. (2023). Análisis de las exportaciones del café en el Ecuador, periodo 2017-2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 6166-6184. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/4909>
- Jiménez, Y. (2023). *Análisis de las Barreras Arancelarias en el Comercio Internacional y su impacto en Colombia*. [Archivo PDF]. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/27909/An%C3%A1lisis%20de%20las%20Barreras%20Arancelarias%20en%20el%20Comercio%20Internacional%20y%20su%20Impacto%20en%20Colombia%20-%20Yerson%20Steven%20Jimenez%20Alfonso.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Julio-Rospigliosi, V., y Bernedo, D. (2024). *Influencia de las barreras paraarancelarias en las exportaciones de café sin tostar ni descafeinar a Suiza en el marco del Tratado de libre Comercio entre Perú y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) entre los años 2011 y 2023* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/673757?locale-attribute=es>
- Kalaitzi, A., & Chamberlain, T. (2020). Merchandise exports and economic growth: multivariate time series analysis for the United Arab Emirates. *Journal of Applied Economics*, 23(1), 163-182. <https://doi.org/10.1080/15140326.2020.1722384>
- Kawsana Coffee. (s.f). <https://kawsanacoffee.com/>

- Mani, I. (2020). *Explorando la relación entre Canephora y Robusta*. Perfect Daily Grind. <https://perfectdailygrind.com/es/2020/08/20/explorando-la-relacion-entre-canephora-y-robusta/>
- Manjarrés, J. (2021). “*Balanza comercial y crecimiento económico en Ecuador, desde el período de dolarización*” [Proyecto de Investigación, Tesis de economista, Universidad Técnica de Ambato]. Archivo digital. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32344/3/T4943e.pdf>
- Martínez Torres, H. (2024). *Análisis de las fluctuaciones de los precios del café en América Latina a partir de las noticias* (N°68869). Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Matas, A. (2023). El Método Científico: una breve introducción. *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Universidad de Málaga. [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/27649/Zenodo\\_UD\\_Metodo\\_Cientifico.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/27649/Zenodo_UD_Metodo_Cientifico.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mendieta Izquierdo, G., Joya Ramírez, N.E., Cuevas Silva, J. M., & Ramírez Rodríguez, J. C. (2022). Herramientas, estrategias y enfoque cualitativo para develar emociones en varones desempleados. *Saúde coletiva*, 28(1), 59-70. Doi:10.1590/1413-81232023281.09482022
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (s.f). *MAGAP ejecuta “Proyecto de Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana”*. <https://www.agricultura.gob.ec/magap-ejecuta-proyecto-de-reactivacion-de-la-caficultura-ecuatoriana/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (s.f). *COMEX*. <https://www.produccion.gob.ec/comex/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (s.f). *Tratado de Libre Comercio Ecuador – China*. <https://www.produccion.gob.ec/tratado-de-libre-comercio-ecuador-china/#:~:text=El%20Tratado%20de%20Libre%20Comercio,mayo%20de%202023%20en%20Beijing.>
- Montalvo, C. (2008). La estructura vertical del mercado bananero para el Ecuador y el carácter limitado de las reformas de comercio internacional. *Revista Tecnológica-ESPOL*, 21(1).
- Moreau, F y Machado, R. (2023). *América Latina puede utilizar el comercio para impulsar su crecimiento*. Fondo Monetario Internacional. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2023/11/16/how-latin-america-can-use-trade-to-boost-growth>

- Nestlé España. (s.f). *Café Arábica: El mejor café para saborear cada día*.  
<https://www.bonka.es/amor-por-el-cafe/mejor-con-cafe-arabica>
- Nugent, M.A.L.M., Quispe, J.T., Llave, A.M.T., y Morales, J. A. F. (2019). *Gestión de cadena de suministros: una mirada desde la perspectiva teórica*. Universidad del Zulia.  
<https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/html/>
- Oberlack, C., Blare, T., Zambrino, L., Bruelisauer, S., Solae, J., Villar, G., Thomas, E., & Ramirez, M. (2023). Whith and beyond sustainability certification: Exploring inclusive business and solidarity economy strategies in Peru and Switzerland. *World Development*, 165, 106187.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305750X23000050?via%3Dihub>
- Ochoa, S. (2019). Ventaja Competitiva. *La hora*. <https://www.lahora.com.ec/opinion/ventaja-competitiva/>
- Orús, A. (2024). *El mercado del café en el mundo-Datos estadísticos*. Statista.  
<https://es.statista.com/temas/9035/el-cafe-en-el-mundo/#topicOverview>
- Pazan, C., & Naranjo, M. (2022, 24 julio). ‘Guayaquil es un amplio mercado con mucho potencial para los inversores’. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/guayaquil/guayaquil-amplio-mercado-potencial-inversores.html>
- Quilanga, productor de café por excelencia. (2022). *La Hora*.  
<https://www.lahora.com.ec/loja/quilanga-productor-de-cafe-por-excelencia/>
- Quiñonez, M., y Quiñonez, L. (2020). Política de Comercio exterior en Ecuador: Un análisis comparativo. *Centro Sur*, 4(2), 2066-284.  
<https://www.centrosureditorial.com/index.php/revista/article/view/81/214>
- Ramos, R. (2023). “Análisis de la importancia económica de la industria cafetalera en Ecuador” [Trabajo de Titulación de Ingeniería Agropecuaria, Universidad Técnica de Babahoyo]. Archivo Digital. <http://190.15.129.146/bitstream/handle/49000/14930/E-UTB-FACIAG-%20AGROP-000073.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Regalado, N. y Torres, O. (2020). “Estudio de las barreras para arancelarias impuestas por la Unión Europea para el ingreso de mandarinas peruanas a Alemania” [Bachiller en Administración de Negocios Internacionales, Universidad Tecnológica del Perú]. Archivo digital.  
<https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3524/Noemi%20Regalado%20Oscar%20Torres%20Trabajo%20de%20Investigacion%20Bachiller%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rengel, J. L. (2024, 30 enero). Café de Loja: ciencia, arte y tradición. DIARIO CRÓNICA. <https://cronica.com.ec/2023/09/16/cafe-de-loja-ciencia-arte-y-tradicion/>
- Roig, S. (2023). *Una breve Historia del Café* [Video]. National Geographic. [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/breve-historia-cafe\\_20279](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/breve-historia-cafe_20279)
- Ruiz, R. (2023). Como llego el café a Ecuador. *La Hora*. <https://www.lahora.com.ec/esmeraldas/como-llego-el-cafe-a-ecuador/>
- Rumelt, Richard (1974), *Strategy, Structure, and Economic Performance*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Samaniego, M. (2011). *Las barreras arancelarias y no arancelarias y su impacto socioeconómico en el mercado ecuatoriano* [Tesis de Ingeniería, Universidad Espíritu Santo]. Archivo digital. <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/627/1/TESIS%20MARIA%20JOSE%20SAMANIEGO.pdf>
- Sarquis, M. A. (2002). Barreras arancelarias y no arancelarias. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de la Plata. <https://www.iri.edu.ar/images/Documentos/primercongreso/economia/sarquis.pdf>
- Schmucker, C. (2023). *La crisis del comercio internacional*. Política exterior. <https://www.politicaexterior.com/la-crisis-del-comercio-internacional/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2024). *Para Exportar*. <https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-exportar/>
- Solís, D. (2011). *De la Producción de materias primas a la industrialización, un desafío para el Ecuador* [Tesis de Maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador]. Archivo digital.
- Starbucks. (s. f.). <https://www.starbucks.es/>
- Statista. (2022). *Los 20 principales países exportadores a nivel mundial en 2022, según valor de las exportaciones de mercancías*. <https://es.statista.com/estadisticas/635356/principales-paises-exportadores-a-nivel-mundial-en/>
- Statista. (2022). *Ranking mundial de los 20 principales países importadores de mercancías en 2022*. <https://es.statista.com/estadisticas/600238/ranking-de-paises-importadores-en/>
- Tarazona, K.(2022). *El comercio Internacional como motor del desarrollo sostenible*. Centro de Estudios Estratégicos de Relaciones Internacionales. <https://www.ceeriglobal.org/wp-content/uploads/2022/06/EL-COMERCIO->

[INTERNACIONAL-COMO-MOTOR-DEL-DESARROLLO-SOSTENIBLE.docx.pdf](#)

- Terán, C. I. (2020). El modelo económico agroexportador, el origen de la producción agroexportadora colonial a la banca particular republicana. *Boletín Academia Nacional de Historia*, 98(204), 11-38.
- Thompson, C. (2024, 19 noviembre). *These Are the 5 Strongest Currencies in the World in November 2024*. Investopedia. [https://www.investopedia.com.translate.google/articles/forex/030216/6-strongest-currencies-vs-us-dollar-2016.asp?x\\_tr\\_sl=en&x\\_tr\\_tl=es&x\\_tr\\_hl=es&x\\_tr\\_pto=rq#:~:text=The%20Bottom%20Line-,As%20of%20Nov.,Jordanian%20dinar%2C%20and%20British%20pound](https://www.investopedia.com.translate.google/articles/forex/030216/6-strongest-currencies-vs-us-dollar-2016.asp?x_tr_sl=en&x_tr_tl=es&x_tr_hl=es&x_tr_pto=rq#:~:text=The%20Bottom%20Line-,As%20of%20Nov.,Jordanian%20dinar%2C%20and%20British%20pound)
- TRADE MAP. (2023). *Listado de mercados importadores del producto exportado por Ecuador en el año 2023*. Centro de Comercio Internacional. [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Tugores, J. (2019). *Comercio Internacional (4ta ed.)*. Editorial: Oberta UOC Publishing, SL. [https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147108/1/EconomiaInternacional\\_Modulo1\\_ComercioInternacional.pdf](https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147108/1/EconomiaInternacional_Modulo1_ComercioInternacional.pdf)
- Ugarteche, O., Ocampo, A. y León, C. (2020). *La economía mundial, la pandemia y las perspectivas*. Ecuador Debate 110. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/17110/1/REXTN-ED110-08-Ugarteche.pdf>
- Vásconez, L. (2024). Venta de cacao sostuvo a las exportaciones de Ecuador en primeros meses de 2024. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/venta-de-cacao-sostuvo-a-las-exportaciones-de-ecuador-en-primeros-meses-de-2024.html>
- Vásquez, J. (2023). *Loja, café de calidad con denominación de origen*. Cultura Científica UTPL. <https://culturacientifica.utpl.edu.ec/loja-cafe-de-calidad-con-denominacion-de-origen/>
- Vasyl, C. (2022). Rules of Origin in the EU-UK Trade and Cooperation Agreement: Conceptual and Practical Challenges. *Legal Issues of Economic Integration*, 49(83), 293-310. <https://kluwerlawonline.com/journalarticle/Legal+Issues+of+Economic+Integration/49.3/LEIE2022014>
- Velasco, F. (1973). El modelo agroexportador ecuatoriano. *Revista Economía*, (57), 28-47.

- Vera-Gilces, P., Silva, C., Silva, A., & Zambrano, J. (2020). Índice de Confianza Agrícola: Un enfoque al sector Agroexportador en el Ecuador. *X-pedientes económicos*, 4(10), 57-62. [https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes\\_Economicos/article/view/58/55](https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/58/55)
- Villalta, J. & Gatica, A. (2019). A look back in time: genetic improvement of Coffee through the application of biotechnology. *Agronomía Mesoamericana*. 30(2), 577–599. <https://doi.org/10.15517/am.v30i2.34173>
- Vivar, E. (2024). Los acuerdos comerciales mas y menos favorables que tiene el Ecuador. *Forbes Ecuador*. <https://www.forbes.com.ec/macroeconomia/los-acuerdos-comerciales-mas-menos-favorables-tiene-ecuador-n47286>
- World Bank Group. (2024). *Global Economic Prospects [Perspectivas económicas mundiales]*. BANCO MUNDIAL. <https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects#overview>

## 11. Anexos

### Anexo 1: Designación Docente Asesor TIC



UNL

Universidad  
Nacional  
de Loja

Carrera de  
Contabilidad y Auditoría

Memorando Nro.: UNL-FJSA-CCA-2024-1028-M

Loja, 04 de octubre de 2024

**PARA:** Sra. Mary Beatriz Maldonado Roman  
**Docente Titular Auxiliar 2**

**ASUNTO:** DESIGNACION DE DIRECTOR TIC CUEVA SALOME

Una vez que el día de hoy, 03 de octubre de 2024, a las 09 horas 30 minutos, se ha recibido la petición presentada por la señorita **CUEVA MARTINEZ SALOME ESTEFANIA**, estudiante del octavo ciclo; acogiendo lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UN vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto; me permito designarla como **DIRECTORA del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: **“BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS Y SU IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ ECUATORIANO. CASO DE ESTUDIO KAWSANA COFFEE CÍA. LTDA.”**, de autoría de la antes mencionada estudiante.

Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 del RRA-UNL, usted en su calidad de directora del trabajo de integración curricular o de titulación *“será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación”*.

Por la atención dada, le expreso mi sincero agradecimiento

Atentamente,

#### **Documento firmado electrónicamente**

Sra. Dunia Maritza Yaguache Maza  
**DIRECTORA DE CARRERA**

Copia:  
Sr. Marco Vinicio Ramon Rodriguez  
**Analista de Apoyo a la Gestión Académica**

mvrr



DUNIA MARIITZA YAGUACHE MAZA

\*Documento firmado electrónicamente por SÍDOL

Educamos para Transformar  
1/1

## Anexo 2: RUC de la Empresa



**Certificado**  
Registro Único de Contribuyentes

**Razón Social**  
KAWSANACOFFEE CIA LTDA

**Número RUC**  
1191770028001

**Representante legal**

• AGUILAR ANGEL FERNANDO

**Estado**  
ACTIVO

**Régimen**  
GENERAL

**Fecha de registro**  
09/03/2018

**Fecha de actualización**  
28/01/2024

**Inicio de actividades**  
09/03/2018

**Fecha de constitución**  
30/01/2018

**Reinicio de actividades**  
No registra

**Cese de actividades**  
No registra

**Jurisdicción**  
ZONA 7 / LOJA / QUILANGA

**Obligado a llevar contabilidad**  
SI

**Tipo**  
SOCIEDADES

**Agente de retención**  
NO

**Contribuyente especial**  
NO

**Domicilio tributario**

**Ubicación geográfica**

**Provincia:** LOJA **Cantón:** QUILANGA **Parroquia:** SAN ANTONIO DE LAS ARADAS (CAB. EN LAS ARADAS)

**Dirección**

**Barrio:** CENTRAL **Calle:** SAN ANTONIO **Número:** SN **Intersección:** 30 DE OCTUBRE **Número de piso:** 0 **Manzana:** 01 **Referencia:** FRENTE AL PARQUE CENTRAL

**Medios de contacto**

**Email:** edgar@kawsanacoffee.com **Celular:** 0992099343

**Actividades económicas**

- A01270101 - CULTIVO DE CAFÉ.
- A01270201 - CULTIVO DE CACAO.
- C10791103 - ACTIVIDADES DE TOSTADO DE CAFÉ.
- G46100701 - INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO.
- G46201101 - VENTA AL POR MAYOR DE CEREALES (GRANOS).
- G46201102 - VENTA AL POR MAYOR DE SEMILLAS.
- G46201901 - VENTA AL POR MAYOR DE OTRAS MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS.
- G46309201 - VENTA AL POR MAYOR DE AZÚCAR.
- G46309202 - VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE CONFITERÍA.
- G46309203 - VENTA AL POR MAYOR DE CHOCOLATE.

**Razón Social**  
KAWSANACOFFEE CIA LTDA

**Número RUC**  
1191770028001

**Establecimientos**

**Abiertos**  
2

**Cerrados**  
0

**Obligaciones tributarias**

- 2011 DECLARACION DE IVA
- 1021 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- ANEXO RELACIÓN DEPENDENCIA
- ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- ANEXO ACCIONISTAS, PARTÍCIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES – ANUAL
- ANEXO DE DIVIDENDOS, UTILIDADES O BENEFICIOS - ADI

**i** Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).

**Números del RUC anteriores**

No registra



Código de verificación: RCR1713890442123316  
Fecha y hora de emisión: 23 de abril de 2024 11:40  
Dirección IP: 190.110.60.246

Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.

### Anexo 3: Reporte anti plagio del programa Copyleaks



#### Scan details

Scan Time:  
February 3rd, 2025 at 03:17 UTC

Total Pages:  
102

Total Words:  
254 81

# Analysis Report

## Plagiarism Detection and AI Detection Report

Trabajo de Integración Curricular SALOME CUEVA (1).pdf

### Plagiarism Detection



Plagiarism Types	Text Coverage	Words
Identical	1.5%	351
Minor Changes	1.2%	278
Paraphrased	10.2%	2,371
Excluded		
Omitted Words		2,242

### AI Detection



	Text Coverage	Words
AI Text	8.6%	2,086
Low Frequency		122
Medium Frequency		13
High Frequency		16
Human Text	91.4%	21,153
Excluded		
Omitted Words		2,242

## **Anexo 4: Certificación de traducción**

### **CERTIFICACIÓN DE TRADUCCIÓN**

Loja, 06 de febrero de 2025

Lic. Viviana Valdivieso Loyola Mg. Sc.  
**DOCENTE DE INGLÉS**

A petición verbal de la parte interesada:

#### **CERTIFICA:**

Que, desde mi legal saber y entender, como profesional en el área del idioma inglés, he procedido a realizar la traducción del resumen, correspondiente al Trabajo de Integración Curricular titulado **Barreras arancelarias y no arancelarias y su impacto en las exportaciones de café ecuatoriano. Caso de estudio Kawsana Coffee Cía. Ltda.** De la autoría de: **Salome Estefania Cueva Martinez**, portadora de la cédula de identidad número **2350231557**

Para efectos de traducción se han considerado los lineamientos que corresponden a un nivel de inglés técnico, como amerita el caso.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la portadora del presente documento, hacer uso del mismo, en lo que a bien tenga.

Atentamente. -



Lic. Viviana Valdivieso Loyola Mg. Sc.  
1103682991

N° Registro Senescyt 4to nivel **1031-2021-2296049**

N° Registro Senescyt 3er nivel **1008-16-1454771**

## Anexo 5: Pertinencia del Proyecto



UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA  
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Loja, 8 de agosto de 2024

Dra. Dunia Yaguache Maza  
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**  
En su despacho. -

De mi consideración:

De conformidad a la comunicación recibida y de acuerdo al artículo 225 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, relacionada con la presentación del informe de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto de Trabajo de Titulación denominado: **Barreras arancelarias y no arancelarias y su impacto en las exportaciones de café ecuatoriano. Caso de estudio Kawsana Coffee Cía. Ltda**, propuesto por la aspirante **Salomé Estefanía Cueva Martínez**, previo a optar el Grado de Licenciada en Contabilidad y Auditoría, al respecto y luego de las asesorías desarrolladas con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos se concluye:

1. **TITULO:** Queda estructurado conforme consta en el proyecto, en virtud de su pertinencia y vinculación con las líneas de investigación de la carrera.
2. **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:** Describe los inconvenientes relacionados con la barreras arancelarias y no arancelarias en las exportaciones de café ecuatoriano. específicamente de Kawsana Coffee Cía. Ltda.
3. **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:** Los objetivos propuestos se encuentran redactados de manera *correcta*, por lo tanto, cumplen con la finalidad de ser medibles, realizables y verificables al ejecutar el Trabajo de Integración Curricular.
4. **MARCO TEORICO:** Se encuentra estructurado en relación a los objetivos planteados con la finalidad de que sustenten el Trabajo.
5. **METODOLOGIA:** Fundamenta el enfoque, tipo y diseño del trabajo y describe cada metodo, técnica e instrumento que se utilizaran en el desarrollo del trabajo.
6. **CRONOGRAMA:** Se ajusta con objetividad para el periodo de ejecución del trabajo de titulación.
7. **PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO:** Consta a detalle el monto, origen y destino.
8. **BIBLIOGRAFÍA:** Constan las diferentes fuentes bibliográficas en función del tema propuesto.
9. **ANEXOS:** existen los documentos de la entidad que sustenta el trabajo a desarrollar.

Por lo expuesto y en virtud que el proyecto propuesto cumple con las líneas de investigación de la carrera, con las normas legales vigentes para el desarrollo del trabajo de titulación, por el aporte que brindará a la empresa/entidad y, una vez que la aspirante ha desarrollado su proyecto con responsabilidad en cumplimiento a los objetivos propuestos, me pronuncio que **ES PERTINENTE** su ejecución.

Es todo cuanto puedo informar para los fines legales pertinentes.

Atentamente,



Mary Beatriz Maldonado Román, PhD  
**DOCENTE DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA.**  
Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa" Casilla letra "S" Teléfono: 2545191

## Anexo 6: Encuesta no estructurada



Universidad Nacional de Loja  
Facultad Jurídica, Social y Administrativa  
Contabilidad y Auditoría

Entrevista no estructurada a Kawsana Coffe

Estimado Presidente de Kawsana Coffee Cía. Ltda.

Se llevará a cabo un estudio enfocado en analizar el impacto de las barreras arancelarias, quienes buscan recaudar un impuesto y las no arancelarias, que buscan proteger la salud de la población y el medio ambiente, con respecto a la exportación de café ecuatoriano, y cómo estas afectan a la rentabilidad y competitividad de las empresas, en particular a Kawsana Coffee Cia. Ltda. Agradecemos su participación en esta encuesta, que nos permitirá obtener información clave para nuestro análisis.

Su colaboración será de gran valor para comprender los desafíos y oportunidades dentro de la industria del café.

*“La información suministrada será solamente con propósitos académicos y manejada con estricta confidencialidad”*

Lugar: Loja/Quilanga/ San Antonio de las Aradas/ San Antonio SN y 30 de octubre

Fecha: 19/11/2024 Hora: 10 :24:am

Datos del Entrevistado

Cargo que ocupa: PRESIDENTE

### Preguntas

**1. Cargo o puesto en la empresa:**

- a) Gerente General
- b) Director de Exportaciones
- c) Encargado de Logística
- d) Otro (especificar): Presidente

**2. ¿Cuántos años lleva trabajando en Kawsana Coffee?**

- a) Menos de 1 año
- b) 1-3 años
- c) 4-6 años
- d) Más de 6 años X

**3. ¿Cómo se clasifica Kawsana Coffee dentro de las MYPIMES?**

- a) Micro
- b) Pequeña X
- c) Mediana
- d) Grande

**4. ¿Cuál es la escala de producción actual de Kawsana Coffee?**

- a) Pequeña escala
- b) Mediana escala X
- c) Gran escala

**5. ¿Kawsana Coffee cuenta con algún nicho de mercado en específico actualmente? Si la respuesta es SI especifique cual es el mercado al que exporta.**

- a) SI X
- b) NO

Respuesta: Estados Unidos

6. **¿Está familiarizado con los acuerdos comerciales internacionales que afectan a Kawsana Coffee?**
  - a) **Sí X**
  - b) No
7. **¿Cuál considera que es el acuerdo comercial más beneficioso para la empresa en sus exportaciones de café?**
  - a) Acuerdo con la Unión Europea (Acuerdo Multipartes)
  - b) **Acuerdo con Estados Unidos X**
  - c) Acuerdo con China
  - d) Otro (especificar): \_\_\_\_\_
  - e) Ninguno
8. **¿Cree que los acuerdos comerciales actuales han facilitado el acceso de Kawsana Coffee a nuevos mercados?**
  - a) Sí, significativamente
  - b) Sí, moderadamente
  - c) No, ha sido difícil
  - d) **No, no ha tenido impacto X**
9. **¿Los acuerdos comerciales vigentes han contribuido a la reducción de barreras arancelarias para la exportación de café?**
  - a) Sí
  - b) **No X**
  - c) No estoy seguro
10. **¿Considera que la reducción o eliminación de aranceles ha mejorado la competitividad de Kawsana Coffee en el mercado internacional?**
  - a) Sí
  - b) **No X**
  - c) No estoy seguro
11. **¿Las políticas de comercio exterior de Ecuador le parecen favorables para la expansión internacional de Kawsana Coffee?**
  - a) Sí, son favorables
  - b) Son neutrales
  - c) **No, no son favorables X**
  - d) No estoy seguro
12. **¿Existen requisitos o regulaciones nacionales que hayan dificultado las exportaciones de café de la empresa?**
  - a) Sí
  - b) **No X**
  - c) No estoy seguro
13. **¿Considera que las políticas aduaneras del país son eficientes para facilitar el comercio internacional de Kawsana Coffee?**
  - a) Sí, son eficientes
  - b) **No, son ineficientes X**

- c) No estoy seguro
- 14. En términos generales, ¿cree que los acuerdos comerciales y las políticas de comercio exterior han beneficiado a Kawsana Coffee?**
- a) Sí, han sido beneficiosos  
b) Han tenido un impacto neutro X  
c) No, han sido perjudiciales  
d) No estoy seguro
- 15. ¿Ha observado un crecimiento en las exportaciones de la empresa gracias a los acuerdos comerciales internacionales?**
- a) Sí, un crecimiento significativo  
b) Un crecimiento moderado X  
c) No ha habido crecimiento  
d) No estoy seguro
- 16. ¿Cuáles cree usted que son las fortalezas de su empresa frente a otras que realizan la misma actividad?** El comercio directo que hacemos y el manejo de toda la cadena de valor de nuestro producto, que se la maneja bajo nuestra marca, enseñando la forma y el manejo desde la finca hasta el momento de servir a la mesa nuestro producto.
- 17. ¿Cuáles cree que son las debilidades con las que cuenta su empresa frente a otras que realizan la misma actividad?** Falta de maquinaria para mejorar los procesos cafés y poder acelerar el proceso de producción.
- 18. ¿Considera que las barreras arancelarias actuales dificultan las exportaciones de café de Kawsana Coffee?**
- a) SI X  
b) No
- 19. ¿Cree que la eliminación de algunas barreras arancelarias incrementaría la competitividad y rentabilidad de Kawsana Coffee en el mercado internacional?**
- a) SI X  
b) NO
- 20. ¿Ha encontrado Kawsana Coffee dificultades con requisitos técnicos o normativas (barreras no arancelarias) para la exportación de café a mercados específicos?**
- a) SI X  
b) NO
- 21. ¿Considera que los acuerdos comerciales vigentes han reducido las barreras arancelarias para Kawsana Coffee?**
- a) SI  
b) NO X
- 22. ¿Considera que los tratados comerciales actuales con países importadores de café han mejorado las condiciones para las exportaciones de Kawsana Coffee?**
- a) SI  
b) NO X
- 23. ¿Kawsana Coffee ha implementado algún cambio en sus estrategias de exportación para adaptarse a las barreras no arancelarias de los mercados internacionales?**
- a) SI X

b) NO

24. **¿Considera que las barreras no arancelarias, como los requisitos de etiquetado y certificaciones, son un obstáculo importante para el acceso a nuevos mercados internacionales?**

a) SI X

b) NO

25. **¿Cree que la reducción de las barreras no arancelarias en ciertos mercados podría aumentar significativamente las exportaciones de Kawsana Coffee?**

a) SI X

b) NO

26. **¿Ha considerado Kawsana Coffee diversificar sus destinos de exportación debido a las barreras arancelarias o no arancelarias presentes en ciertos mercados?**

a) SI X

b) NO

27. **¿Kawsana Coffee ha recibido algún tipo de incentivo o apoyo por parte del gobierno, como programas de financiamiento o capacitación, para fomentar la exportación de sus productos? Si es así, ¿podría detallarnos cuáles han sido y cómo han impactado en las operaciones de la empresa?**

a) SI

b) NO X

Ningun tipo de apoyo, se necesita politicas que permitan la reduccion de impuestos y el facil acceso a los permisos de exporaciones e importaciones, apoyo financieros para la compra de maquinaria y capital de tarbajo para podr incrementar las exportaciones de los productos ecuatorianos.

---

**Agradecemos sinceramente su colaboración.**

Las respuestas que usted ha proporcionado serán de gran valor para el análisis y comprensión del impacto de las barreras arancelarias y no arancelarias en la exportación de café ecuatoriano. Su valiosa contribución nos permitirá obtener una visión más clara sobre los desafíos y oportunidades que enfrenta la industria.

**Atentamente.**

Salomé Cueva

*Estudiante de Octavo ciclo de la Carrera de Contabilidad y Auditoría.*