

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE MATRIZ QUITO, ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“PLAN DE LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ GRANULADO
PROVENIENTE DE LAS ISLAS GALÁPAGOS HACIA EL MERCADO DE
TURQUÍA”**

LUIS ANDRÉS CELA TORRES

DIRECTORA: Ing. CARMEN DAZA VILLADIEGO, PhD

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

**SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN DE LA CADENA DE
SUMINISTRO INTERNACIONAL Y DE OPERACIONES DE COMERCIO
EXTERIOR**

Quito, diciembre-2022

Directora: *PhD. Carmen Daza Villadiego*

Lector 1: *Mgtr. Paúl Idrobo Dávalos*

Lector 2: *PhD. Valeria Puga Álvarez*

AGRADECIMIENTOS

A Dios, quien es el único que me ha permitido seguir adelante a pesar de las adversidades y que hasta el día de hoy me ha bendecido por poder forjarme como buen humano, y honrado ciudadano.

A mi familia, quienes fueron mi principal motivación desde mi primer día en la etapa universitaria, que hasta el día de hoy me han dado todo su apoyo y fuerzas para culminar mi carrera exitosamente.

A mis compañeros y compañeras de mi carrera, que desde el primer día de conocerlos hemos fortalecido nuestras mentes, ayudado en los momentos mas difíciles y compartido grandes momentos a lo largo de estos últimos años.

A mis estimados y sabios docentes de la carrera de Negocios Internacionales, que fueron mi principal motor de aprendizaje y conocimiento durante estos últimos años.

Y por último a mi, porque a pesar de las batallas de las cuales he vivido, he podido salir adelante con mis propios medios y con una fuerza y motivación que me permitirán vivir nuevos momentos y alcanzar nuevas etapas de la vida.

DEDICATORIA

Dedico este presente proyecto de titulación a mi madre María Eugenia, a mi padre Luis Alfredo, y a mi hermana María Belén quienes fueron testigos del fortalecimiento y desarrollo de mi vida académica y próximamente profesional, y que adicionalmente fueron mi apoyo incondicional desde mi primer día de esta carrera llamada Negocios Internacionales.

Luis Andrés Cela Torres

RESUMEN

En la actualidad, la economía del Ecuador está compuesta por varios sectores productivos, que dentro de ellos se encuentra el sector cafetalero, sector especializado en la producción de café de alta calidad y prestigio en el mercado interno y externo. Consecuentemente, en este trabajo de titulación se determinan los elementos y estrategias de exportación de café tostado molido hacia el mercado de Turquía; para ello, nos basamos en la investigación de la literatura diversa y en la indagación empírica, a través de aplicación de entrevistas a expertos, por lo cual se pudo concluir que en el sector cafetalero, a pesar de las limitaciones ligadas con la distancia, el café presenta una gran acogida en el mercado internacional y, por ende, existe la posibilidad de exportar el café tostado molido hacia el mercado turco, para lo cual se requiere que existan mayores niveles de inversión en cuanto a la producción masiva de café en la región insular ecuatoriana, así como lograr un aval o certificación de calidad técnica que permita evidenciar una buena reputación para poder exportar de manera justa y adecuada.

Palabras Clave: Plan Logístico, Exportación, Cadena de distribución, Ecuador, Turquía, Café.

ABSTRACT

Nowadays, the economy of Ecuador is made up of several productive sectors, which among them is the coffee industry; a sector specialized in the production of high-quality coffee and prestige in the internal and external markets. Consequently, this paper determines the elements and export strategies of ground roasted coffee to the Turkish market; for this, the research was carried out through the investigation of the diverse literature, and on the empirical inquiry, through the application of interviews with experts. Subsequently, the results are analyzed, and it was possible to conclude that in the coffee industry, despite the limitations linked to distance, the Coffee is very well received in the international market and, therefore, there is the possibility of exporting ground roasted coffee to the Turkish market. For which, higher levels of investment are required in terms of massive coffee production in the Ecuador insular region, as well as, achieving an endorsement or technical quality certification that allows evidence of a good reputation to be able to export in a fair and adequate manner.

Keywords: Logistics Plan, Export, Distribution Chain, Ecuador, Turkey, Coffee.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
Planteamiento del problema	2
Objetivos de la investigación:	2
Objetivo General	2
Objetivos Específicos	3
Metodología general del estudio	3
I. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL DE LA PROBLEMÁTICA DE LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ ECUATORIANO	4
1.1. Antecedentes Generales del sector cafetalero	5
1.2. Modos De Incursión En Mercados Internacionales	8
1.2.1. Exportación	9
1.2.2. Licencias	10
1.2.3 Empresa Conjunta o <i>Joint Venture</i>	11
1.2.4. Inversión Extranjera Directa	12
1.3. Contexto de la industria cafetalera en Ecuador y Turquía, visto desde un enfoque socioeconómico.	13
1.3.1 Contexto social y geopolítico de la nación de Turquía.....	13
1.3.2 Factor Económico: Acuerdos comerciales entre Ecuador y Turquía	15
II. GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO DEL SECTOR CAFETALERO EN ECUADOR.....	17
2.1. Marco teórico sobre la cadena de suministro y sus componentes.....	17
2.1.1. Definición de Cadena de Suministro	18
2.1.2. Definición de Logística.....	21
2.1.3. Procesos Logísticos.....	23
2.1.4. Operadores Logísticos	28
III. ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN EN EL MARCO DEL PLAN LOGÍSTICO DE DISTRIBUCIÓN DE CAFÉ GRANULADO AL MERCADO DE TURQUÍA.	34
3.1. Plan Logístico.....	34
3.1.1. Plan Logístico de Distribución	35
3.1.2. Objetivos de un Plan Logístico de Exportación.....	37
3.1.3. Estrategias	38

3.1.4. Políticas.....	40
3.1.5. Procedimientos.....	42
3.2. Elementos del proceso de Exportación de café granulado desde Ecuador	43
3.3. Procesos Logísticos en la Cadena de Distribución de Café en función del Plan Logístico de Exportación.	47
3.3.1. <i>Picking</i>	47
3.3.2. <i>Packaging</i>	48
3.3.3. Almacenamiento	56
3.4. Discusión y análisis de los factores para la exportación de café tostado molido hacia el mercado de Turquía	60
3.4.1. Materiales y Métodos de la Indagación Empírica	61
3.4.2. Análisis de Resultados	66
4. Conclusiones y Recomendaciones.....	73
Referencias Bibliográficas.....	76
ANEXOS	79

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cadena de Suministro enfocado al Sector Cafetalero.	22
Ilustración 2: Cadena de Distribución enfocado en la Cadena de Suministro de mercado.....	36
Ilustración 3 : Flujograma detallado de la situación actual del proceso de distribución y transporte..	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Variables del estudio empírico.....	63
--	----

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el nivel de demanda y consumo de alimentos a nivel internacional ha llevado consigo a que grandes naciones generen un mayor volumen de producción de alimentos que permitan abastecer a demás mercados acordes a las necesidades de la población, que a su vez permitan un aumento de beneficios económicos tanto al sector productor como el sector de consumo, esto a su vez permite que las agroindustrias del Ecuador tomen ventaja en cuanto a las necesidades de la población tanto interna como externa.

En segundo lugar, las exportaciones cumplen un papel esencial en la economía de un país, debido que destaca la capacidad de producir bienes de calidad, o de gran importancia para otros. Esto permite que las creaciones de aquellos planes de exportación generen un alto porcentaje de crecimiento y desarrollo de los sectores productivos que poseen una alta especialización y desempeño de producción de alimentos, como es el sector cafetalero del Ecuador.

Posteriormente, el sector cafetalero de nuestro país al tener una gran acogida en el mercado interno, busca tener una aceptación en el mercado internacional; bajo este supuesto, se plantea elaborar un plan de logística de exportación de café granulado proveniente de las islas galápagos hacia el mercado de recepción en la ciudad de Ankara – Turquía permitirá entrar a un mercado nuevo que facilite el alcance y cumplimiento de los objetivos, que adicionalmente propondrá la efectividad del plan logístico de exportación. En resumen y dando como resultado, la exportación de café granulado genere un incremento en la demanda, agilizando los procesos logísticos de exportación e igualmente fortaleciendo las alianzas comerciales con mercados nuevos.

Finalmente, dentro del presente estudio de los conceptos que se aplicaron en este proyecto, se ha decidido optar por la realización del mismo, enfocado en el plan logístico. Que, de este modo, nos permitirá analizar los procedimientos, los reglamentos, los actores, los elementos y las políticas necesarias que serán aplicadas en relación con el desarrollo de los objetivos ordenados por capítulos.

Planteamiento del problema

El sector cafetalero actualmente en nuestro país goza de una ventaja geográfica, especialmente en la región insular de las Islas Galápagos, ubicada en la provincia de la que hace relevancia su nombre, posee un ejemplar de café originario de esa región que comprende una serie de características especiales y únicas como una acidez moderada, acompañada de un toque amargo que crea una sensación agradable y prolongada en su sabor. En adición, se encuentra su aroma, el cual es permanente y similar a la turba, ceniza o tierra que acompaña el olor tostado. Y que se complementa con notas frutales y para el café de las zonas más bajas con notas vegetales, afín al olor de un bosque húmedo.

No obstante, este género de café originario de Galápagos al igual que demás frutos y productos tradicionales de nuestro país y que poseen una acogida en el mercado interno, no han tenido la ventaja de exportarse a demás mercados clave. Bajo esta incógnita, el presente trabajo de titulación tiene como problema el estudio de la efectividad de las operaciones logísticas que en marco de la gestión de la cadena de suministro internacional y de operaciones de comercio exterior, implementar un plan de exportación de café granulado proveniente de las Islas Galápagos, hacia el mercado de Turquía.

Objetivos de la investigación:

Objetivo General

Como objetivo general en este estudio, se plantea analizar estrategias de exportación de mercaderías de origen ecuatoriano por medio del estudio de la logística de exportación de café granulado ecuatoriano proveniente de las Islas Galápagos hacia el mercado de Turquía.

Objetivos Específicos

1. Desarrollar un marco teórico sobre estrategias de incursión al mercado internacional en el contexto de la producción cafetalera en Ecuador.
2. Identificar y delinear los procesos logísticos de exportación de café en el marco de la cadena de suministro del sector.
3. Analizar las estrategias de exportación dentro del plan logístico de distribución de café granulado al mercado de Turquía.

Metodología general del estudio

El presente trabajo está enfocado como mecanismo de análisis exploratorio y descriptivo a raíz de la indagación de fuentes de información primarias y secundarias tomando como principal sustento de análisis los textos de académicos de información sobre estrategias de exportación, desempeño de producción de café, cadenas de suministro, de la misma manera se conducirán entrevistas a expertos, tanto en el ámbito comercial de las exportaciones de café, cuanto en el ámbito académico y de relaciones y acuerdos comerciales entre países y regiones en el marco de la cadena logística de distribución.

I. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL DE LA PROBLEMÁTICA DE LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ ECUATORIANO

En el presente capítulo, siguiendo con el primer objetivo específico, siguiendo la orden del marco teórico se describen aspectos relacionados con el comercio internacional, así como las modalidades para incursionar en un mercado internacional como pueden ser el proceso de exportación, a partir de la implementación de licencias, a través de una empresa conjunta o *Joint Venture*, y adicionalmente a través de la Inversión Extranjera Directa (IED) que junto con estos se busca fortalecer la relación cooperativa entre Ecuador y Turquía, destacando particularidades y características cruciales de la presencia del sector cafetalero en el Ecuador y la oferta del mismo en el mercado turco. Paralelamente, de manera común, se detallan los convenios comerciales vigentes en el Ecuador y particularmente con la República de Turquía, país de predilección de consumo y adquisición de compra de café. De hecho, como metodología de investigación, se pormenoriza la información obtenida a través de instituciones y organismos digitales como Pro Ecuador, *Trade Map*, e igualmente el Centro de Comercio Internacional, así como autores vitales en esta índole como Bowersox, Closs y Cooper. Esto con la pretensión de reconocer aquellas peculiaridades referentes al intercambio comercial de productos no tradicionales ecuatorianos, la balanza comercial en general y en específico del sector cafetalero y a su vez, conocer los acuerdos existentes del Ecuador para visibilizar los diferentes países calificados como potenciales destinos de exportación donde existan réditos y ganancias de carácter económico y comercial.

1.1. Antecedentes Generales del sector cafetalero

De acuerdo a la Asociación de Cafés Especiales del Ecuador, las primeras plantas de café de acuerdo a información histórica datan antes del siglo IX donde surgieron las primeras plantaciones en las regiones montañosas de Etiopía; posteriormente la cosecha del mismo se expandió a Medio Oriente, exactamente a Yemen. En adelante, los cultivos fueron llevados a la India para su consumo. (Delgado, Larco, García, Alcívar, Chillán, Patiño; 2022).

En Europa el café fue introducido por medio de la incorporación de ejemplares de cafetos provenientes de Asia, el consumo de café en Europa en ese entonces fue de gran demanda que, en las épocas coloniales de estos países, varios cultivos de esta semilla fueron introducidas en América. Según la Organización Internacional del Café, los primeros cultivos en el continente americano fueron a partir del año 1720. En contraste, el cultivo de esta planta en el nuevo continente tuvo grandes resultados debido a que las tierras y los beneficios de las condiciones climáticas permitieron generar una mayor producción de café, como por ejemplo en los Estados Unidos, donde el café llegó a comercializarse a partir de los años de 1910. En la actualidad, el café es una de las bebidas preparadas con mayor consumo en la población mundial, siendo el caso de Finlandia, Dinamarca, Noruega, Brasil e Italia como los países que mantienen un consumo considerable estimado de esta preparación per cápita en el año 2021. A continuación, se describe el proceso de producción del café desde su siembra, hasta su elaboración como producto terminado.

En la parroquia de Tres Palos, localizada en la isla de San Cristóbal, provincia de Galápagos, Ecuador; se ubica una de las varias haciendas productoras de café. Que estrechamente, en esta hacienda se ubica la producción del café *William Coffee*, categorizados como uno de los cafés certificados por alcance internacional. Específicamente, durante el estudio de la producción de café se encontró con el productor de café William Jr., hijo del actual presidente de la compañía. (Westreicher, 2020)

Según *William Coffee*, el proceso de cultivo, cosecha y producción de café inicia desde la colocación de las propias semillas de las distintas variedades de café que, dentro de estas el tiempo de espera para el nacimiento de la planta de café es de cuarenta y cinco días posterior al entierro de las semillas. Posteriormente, una vez culminado el proceso de nacimiento de la planta, es necesario que esta sea transportada a un invernadero cubierto y especializado únicamente para esta plantación, el proceso de salvaguardia del cultivo en este espacio toma alrededor de aproximadamente de 30 a 90 días o hasta que la planta haya superado los 25 a 30 centímetros de altura. Una vez dada la situación, la planta puede ser transportada directamente a campo abierto. Generalmente, cuando el cultivo ya se ha convertido en arbusto, el tiempo de espera para que la planta sea capaz de generar la fruta del café, toma un tiempo aproximado de dos a tres años, hasta que la planta se encuentre en la etapa media de vida. (Andruz, 2021)

Una vez el fruto previamente seleccionado para su siguiente proceso, se procede a realizar el bollado del mismo en el cual este procedimiento consiste en la limpieza del fruto, descartando impurezas, frutos defectuosos, basura vegetal o simplemente, suciedad afín de clasificar el fruto adecuado de forma limpia, ordenada y bajo las condiciones que el productor considere eficaces. Posteriormente, una vez el café haya sido lavado, secado y clasificado de acuerdo a su clase. (Andruz, 2021).

Una vez realizada el proceso de clasificación del fruto ideal, se procede con el despulpado, el cual es aquel proceso que se lo puede realizar de dos maneras; mediante el proceso tradicional o mediante el uso de la maquinaria respectiva. Una vez obtenida la muestra. Se procede con el método de secado, en el cual el café debe cumplir con parámetros que permitan la preservación de la calidad del café sin que pierda sus propiedades. Para el proceso de secado es ideal que se sigan directrices como mantener la luminosidad, mantener un movimiento constante del grano para agilizar su secado, evitar la luz directa del sol, y, asimismo, mantener en un ambiente fresco y seco. El tiempo aproximado para que el café llegue al punto de estar totalmente seco toma alrededor de 20 a 25 días. (Andruz, 2021).

Cuando este proceso haya llegado a su etapa final de secado, se comienza con el proceso de tostado del mismo café que, a través de una trilladora con forma cilíndrica, se deposita el café seco directamente a la máquina que de igual manera se encuentra bajo el fuego que ayuda a tostar el café a través de la fricción del café con el calor. (Andruz, 2021).

Finalmente, cuando el café haya alcanzado su punto de estar tostado, se procede con la molidura del grano en colaboración de molinos industriales especializados para el café o de forma tradicional por medio de molinos más pequeños. Que una vez realizada se procede con la preparación de la bebida mediante la adición del agua caliente. (Andruz, 2021).

En síntesis, es evidente considerar que el café es uno de los productos primarios más valiosos debido a su gran importancia que mantiene en el mundo actual. En base a lo expuesto, es claro evidenciar que el café es un producto básico con un gran alcance mundial, con un nivel de exportaciones al alza y finalmente considerado como bien de comercio en los mercados de las materias primas y futuros de las economías más poderosas y sólidas como Tokio, Nueva York y Londres. (García, Alcívar, Larco, & Delgado, 2022).

Es de esencial conocimiento tener en cuenta que las personas naturales ecuatorianas o extranjeras, personas jurídicas privadas o empresas que realizan la exportación de café en grano, tostado y/o molido, deben solicitar la emisión de las claves de exportadores de café. Junto con la información de la Superintendencia de Economía Popular Y Solidaria, la clasificación dada para los productos derivados completamente a base de café, es clasificado mediante el código CIU 4, el código alfanumérico C107911 y C107912, el cual manifiesta que dentro de estos códigos, se realizan actividades de descafeinado, tostado y manufactura de productos a base de cultivos provenientes de café tales por ejemplo: café molido, café instantáneo (soluble) y extractos o concentrados de café; adicionalmente también describe la fabricación de pastas, extractos y concentrados de sucedáneos del café, mas bien conocidos como sustitutos de este material. (Centro Internacional de Datos, 2022).

Adicionalmente, de acuerdo al sitio de información del comercio exterior, más conocido como *Trade Map*, el código arancelario para todo extracto, esencia, o concentrado que contenga café o sus derivados se clasificará mediante el código de arancel número 210111, el cuál es aquel que ampara los productos mencionados previamente por su descripción. Mediante esta herramienta útil de información, se ha evidenciado que aproximadamente las exportaciones mundiales de café de origen ecuatoriano han significado el 1.2% por ciento de las exportaciones de café a nivel mundial. En el año 2021, las exportaciones de café ecuatoriano han sumado un valor exportado de más de 61

mil dólares americanos, distribuidos de acuerdo a sus principales socios comerciales como por ejemplo, la Federación de Rusia con un valor de 16 665 mil dólares americanos; Alemania con un valor de 11 391 mil dólares americanos; Polonia con un valor exportado de 10 555 mil dólares americanos y finalmente Perú que generó un número superior a los 5 mil dólares en valores exportados de acuerdo al año 2021. (Centro Internacional de Datos, 2022).

Como información complementaria, y del mismo modo, se han recolectado una serie de empresas y compañías especializadas en la exportación de café que han participado como principales protagonistas de la cadena de suministro y logística de tráfico internacional y que han sido ordenadas de manera ascendente a descendente de acuerdo a su volumen de exportación, a continuación, se presenta la siguiente figura de las compañías. (Campos & García, 2015).

1.2.Modos De Incursión En Mercados Internacionales

En primer lugar, es importante tener en claro el concepto “Mercado Internacional”. son el conjunto de transacciones que se realiza entre 2 o más países. Se puede deducir que el negocio internacional abarca exportaciones e importaciones, así como financiamientos e inversiones. No obstante, cada país contiene su regulación jurídica para establecer la forma y los requisitos para llevar acabo el intercambio internacional de *bienes*. (Blum, Flores, Vallejo, & Sánchez, 2016). Una vez tenemos conocido el termino de mercado internacional, este mecanismo tiene el objetivo de incrementar los volúmenes de ventas, la estabilización óptima del mercado de consumo, y adicionalmente, la mejora en la calidad de vida de las personas del entorno.

El mercado internacional es volátil, esto quiere decir que el mercado cambia de manera constante o repetitiva debido a los cambios que se generen en el entorno tanto exterior como interno. Como existe el ejemplo de los acontecimientos suscitados en el año 2020, cuando el mercado internacional sufrió una inestabilidad económica a causa de la pandemia derivada de la enfermedad causada por el virus SARS-CoV-2. Ampliando el tema, según la comisión económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en su informe publicado afirma que, en los primeros cinco meses del año 2020, los mercados

mundiales sufrieron una caída significativa el cual significo una disminución del 17.7% por ciento en el volumen de las exportaciones e importaciones (Rodríguez, 2020).

A raíz de los acontecimientos constantes en el mercado internacional, las estrategias de comercio internacional han sido clasificadas por cuatro variantes. Existen cuatro modelos de entrada al mercado internacional, clasificándolos de acuerdo a su capacidad de preferencia. Entre estos se encuentran, la exportación, las licencias, las empresas conjuntas o *Joint Venture*, y la inversión extranjera directa (IED) (Cotera & Sotomayor, 2019).

1.2.1. Exportación

La exportación es toda transacción de mercancías y servicios que se concreta mediante dos o diversos países, y este abarca el intercambio de mercaderías afín de cubrir las necesidades de un país externo. Es importante aclarar que la exportación no implica únicamente la internacionalización de un producto, bien o servicio; sino que existen ciertos tipos de comercio exterior. Como bien pueden llegar a ser, el comercio de importación, el comercio de exportación y el comercio entrepot. David Ricardo define a la exportación como la estrategia de equilibrar la producción nacional abundante y eficiente, y una importación de aquellos bienes faltantes o carentes en la economía nacional; las exportaciones permiten pagar la variedad y las preferencias. (Ricardo, 1817).

De igual forma, denominar a la exportación como principal recurso o procedimiento comercial que permite acelerar el desempeño económico de un país, incrementar la recepción de divisas provenientes del exterior, y el tráfico de mercancías producidas por un país determinado hacia un país externo. (Huesca C. , 2019). Generalmente, las exportaciones permiten que el flujo comercial de varios países sea dinámico; es decir, que el volumen comercial que un país puede llegar a ofertar fuera de sus límites limítrofes permitan que sus exportaciones locales incrementen aumentar la calidad de vida de sus habitantes, incentivar el consumo y demanda internacional, y mejorar su competitividad de manera exponencial de manera que los sectores productivos mejoren sus necesidades e innovar sus operaciones a nivel tecnológico, estratégico y operacional. (Kouzmine, 2000).

1.2.2. Licencias

Es un acuerdo contractual acordado entre dos empresas o un grupo determinado de compañías que por medio de funciones legales una de ellas concede el derecho de uso legal de un activo intangible ya sea una patente, una marca, o una marca registrada, un secreto empresarial de forma legal y legítima a cambio del pago de una regalía, un pago fijo de dinero, etc. (Huesca C. , 2019)

Las licencias provienen de las patentes, la propiedad intelectual establece que las patentes son el origen del nacimiento de las licencias, y estas actúan como aquel derecho de utilización por parte del propietario, dueño o grupo de propietarios que por su parte ceden el derecho de traspasar una responsabilidad hacia un tercero afín de que este agente tenga la obligación de ejercer una parte de un proceso, actividad o procedimiento que la empresa considere aceptable para realizar a través de la tercerización de su cadena de producción, abastecimiento, o bien pueda ser la cadena de distribución. (Huesca C. , 2019)

Las licencias como sabemos permite a una entidad o agente ceder parte de su programa de producción a un tercero, y dentro de este modo de exportación existen ventajas con respecto a su aplicación como puede ayudar a expandir el alcance del negocio en todo un territorio, incluso traspasar las fronteras hacia un mercado extranjero nuevo, por otro lado aplicar el modo de exportación por medio de la implementación de una licencia permite reducir los costos de administración, operativo y estratégico basados en el control de la cadena de suministro. (Huesca C. , 2019)

La modalidad de incursión hacia un mercado internacional en base a la aplicación de las licencias, implica mucha importancia puesto a que, mediante este modelo, la empresa productora ya sea de café protege su imagen, la imagen del empaque usado, los ingredientes que esta pudiese llegar a utilizar e inclusive el logo y las cualidades físicas del producto afín de evitar usurpaciones de imagen, robo de información y para evitar las violaciones por derechos de autor establecidos en un producto. (Huesca C. , 2019)

1.2.3 Empresa Conjunta o *Joint Venture*

Es toda sociedad estratégica provisional de organización de personas o grupos de compañías que sostienen su singularidad y autonomía pero que actúan anexadas bajo una misma tutela y normas, para llevar adelante una negociación comercial determinada, donde se distribuyen las inversiones, el control, responsabilidades, personal, riesgos, gastos y beneficios. Se traduce como un negocio conjunto, una inversión conjunta o una “colaboración empresarial. Echarri, Pendás y Sanz (2002), afirman que una *Joint Venture* es aquel proyecto creado por dos o mas empresarios que combinan sus habilidades y recursos afín de alcanzar sus objetivos. (Echarri, Pendás, & Sanz, 2002)

La implementación de una empresa conjunta o *Joint Venture* permite por su parte ejecutar o predisponer un acuerdo tácito entre dos partes para disponer afiliarse para desarrollar o realizar un determinado proceso o actividad que por medio de sus habilidades, conocimientos y recursos plantean alcanzar un objetivo. Adicionalmente, este modo de incursión internacional comparte ciertas características las cuales las más importantes son que la empresa conjunta o *Joint Venture* tiene un tiempo determinado de duración debido a que este es predeterminado de acuerdo a las condiciones o acuerdos que las partes hayan acordado. Demás características afirman que esta clase de modelo comercial internacional se plantea para buscar el bien común de las partes y la creación de una gestión conjunta entre estas. (Echarri, Pendás Aguirre, & Sanz-Pastor, 2002)

Dentro de esta rama dedicada a la incursión de las mejoras del manejo de las exportaciones, las *Joint Venture* se crean ya sea por tres factores. De acuerdo a la complejidad en cuanto a la creación de estrategias aplicadas a la exportación, marketing y logística; debido al incremento de los costos que implican realizar planes de comercio exterior; falta de técnicas o conocimientos en cuanto a realizar un acuerdo de exportación, o simplemente para buscar una solución en cuanto a la detección de una necesidad de mercado que plantea implementar un nuevo producto o servicio en un país extranjero. (Echarri, Pendás Aguirre, & Sanz-Pastor, 2002)

1.2.4. Inversión Extranjera Directa

Es aquella inversión que realiza una entidad económica como un país determinado o empresa de un determinado país que ejerce la potestad de transferir capital directamente a otro país extranjero. (Vásquez, 2006). La inversión extranjera se crea a partir de la necesidad de controlar parte de las operaciones de una compañía en el extranjero, mejorar el rendimiento operacional de esta y una compañía en el extranjero en adición, permitir la recepción de un volumen mayor de rentabilidad que ayude de este modo a ayudar que la empresa se mantenga en el tiempo.

La Inversión Extranjera Directa (IED), comparte una serie de ventajas que, dentro de una compañía o entidad sin importar su giro de negocio, su numero de ventas netas anuales, o numero de empleados permite delinear una serie de características generales las cuales comprenden: obtener beneficios económicos, y efectivamente la aplicación de la Inversión Extranjera Directa comprende un impacto positivo dentro del margen empresarial. Dentro de la perspectiva profesional y de los inversionistas del exterior, consideran que la IED permite a una empresa o entidad nacional ubicada en un país de origen acceder a una cantidad más amplia de recursos por un costo menor, ampliar el mercado de productos provenientes del país de origen hacia el país receptor, alcanzar la eficiencia en cuanto a la relación entre precio y calidad de los productos; y por último, permitir el desarrollo tecnológico afín de adquirir mejores capacidades estratégicas. (Etchegaray , Urones, Granados, & Operti , 2020)

Por lo tanto, en una economía local como es el caso de la República del Ecuador, los efectos positivos que la Inversión Extranjera Directa influye en la economía es: incrementar la inversión del capital social de la economía interna, mejorar las condiciones de la institucionalidad como pueden ser el ministerio de comercio exterior y productividad, Ministerio de Asuntos Exteriores y Movilidad Humana, Ministerio de Finanzas, y los demás afines a estos; crear mejoras laborales como la generación de empleos lo que implica la prosperidad de sus habitantes y población en general, y finalmente la creación de un mayor índice de crecimiento económicos. (Etchegaray , Urones, Granados, & Operti , 2020)

Dentro de la información establecida podemos concluir que, en base a los modos de incursión hacia un mercado internacional, el presente trabajo de titulación se enfocará por medio del modo de exportación, por razones previamente establecidas las cuales corresponden a que este método de incursión comercial internacional es usado generalmente para transportar, comercializar y distribuir productos perecibles de forma agilizada, al granel, y por medio de los operadores logísticos que serán discutidos en adelante. Otra razón destacada, es debido a que el mercado internacional esta constituido por medio del tráfico de mercancías que son llevadas a cabo entre dos o más países que permiten la mejora de sus economías por medio de esta modalidad de comercio.

1.3.Contexto de la industria cafetalera en Ecuador y Turquía, visto desde un enfoque socioeconómico.

El intercambio de bienes a escala internacional ha generado gran impacto dentro del desarrollo económico mundial de las diferentes regiones. La definición de comercio internacional ha ido evolucionando a lo largo de los años, mediante el intercambio de especies, tales como oro, plata, piedras preciosas, entre otros, hasta la actualidad que representa el intercambio de bienes, servicios, propiedad intelectual y factores de producción que comercializan los países entre ellos, en este caso, el café (Huesca C. , 2019). Aparte de este concepto, nace el mundo de los negocios internacionales, que se origina por las transacciones comerciales entre dos o más países, donde participa tanto el sector gubernamental como el sector empresarial que por medio de estudio de los factores tanto económico como geopolítico, se plantea estudiar la relación entre Ecuador y Turquía bajo los términos de la industria cafetalera.

1.3.1 Contexto social y geopolítico de la nación de Turquía

Bajo el contexto social y geopolítico, Turquía es considerado como una nación soberana y que, al encontrarse en el medio de dos continentes, esta se denomina como un país con tradiciones y culturas ligadas con el islamismo. Actualmente la república de Turquía se encuentra bajo el mandato del presidente Recep Tayyip Erdogan, quien es actual líder de estado desde el año 2018 gracias a las elecciones presidenciales de aquel año y en el que fue ganador del Partido de la Justicia y del Desarrollo (AKP). En base al estudio de las

políticas exteriores del país, dicha nación se encuentra con una estabilidad política, económica y social aceptable. En otras palabras, desde la toma de posesión del presidente Erdogan, el país se ha comprometido en restablecer, normalizar y expandir las relaciones internacionales con vecinos clave como Armenia, Rusia y Siria; a través de la implementación de una política de mantener y reforzar acuerdos que permitan la adhesión de la nación a la Unión Europea como principal recompensa. (Hausman, Brendan , Tuzcu , & Geoffrey, 2020)

En la actualidad, Turquía mantiene tratados comerciales vigentes con al menos 12 países; a raíz de motivar el comercio exterior y la generación de inversión extranjera directa como principales prioridades. Uno de los principales socios comerciales de Turquía es la Unión Europea. Dentro de los veintisiete países miembros, Turquía mantiene una prioridad ventajosa con Francia, España, Italia y Alemania. En el cual más de 16 000 millones de dólares son exportados a Europa, considerando a estos destinos como los más importantes de las exportaciones de mercancías de origen turco. (Navas, Vacacela , & Altamirano Flores, 2020).

Paralelamente, Ecuador se encuentra como uno de los países que al igual de Turquía se encuentran ambos en vías de desarrollo, reconocen ser miembros activos del la Organización Mundial del Comercio – OMC y adicionalmente mantienen el interés común de ejercer relaciones comerciales. Ecuador y Turquía tienen hasta la fecha un acuerdo comercial preferencial que persigue promover el comercio, la inversión y la cooperación económica entre ambos países. Asimismo, de acuerdo con su vigencia, los dos países facilitarán la cooperación económica en las áreas de inversión directa, infraestructura, energía, minería y transferencia de tecnología. (Navas, Vacacela , & Altamirano Flores, 2020).

Finalmente, en base a la información establecida, se logra concluir que la República del Ecuador y la República de Turquía mantienen en la actualidad el acuerdo de cooperación comercial entre ambos gobiernos desde el 4 de septiembre del año 2018, en el cual se ha encontrado en proceso de aprobación desde el 1 de diciembre de 2010. Descriptivamente, Ecuador y Turquía firmaron en Ankara un convenio de estímulo al comercio, a la inversión y a la cooperación binacional, notificó el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de la República del Ecuador. En el campo comercial, ambos países se han comprometido a realizar en los meses siguientes cometidos corporativos,

así como también establecer programas de desarrollo científico y tecnológico. (Navas, Vacacela , & Altamirano Flores, 2020). En el siguiente tema de discusión se describirá el tema comercial entre Ecuador y Turquía basado en su acuerdo comercial entre estas dos naciones.

1.3.2 Factor Económico: Acuerdos comerciales entre Ecuador y Turquía

Según la información del reciente Producto Interno Bruto del Fondo Monetario Internacional, Turquía se posiciona en el puesto número nueve entre los países más ricos, con un Producto Interno Bruto nominal de 795 950 millones de dólares en 2021. Precisamente, en términos de economía y comercio internacional, en 2021 las importaciones de Turquía registraron un aumento considerable del 20.24% por ciento, en comparación con el año 2020. Lo que equivale a que el país asiático sumo alrededor de 271.424,5 millones de dólares americanos. (Altamirano, 2021).

Actualmente, Ecuador y Turquía mantienen relaciones de acuerdos comerciales vigentes, que a su vez benefician las interacciones comerciales como es el tráfico libre de mercancías que incluyen el intercambio comercial como las exportaciones e importaciones. De acuerdo al Atlas de Complejidad Económica de la Universidad De Harvard, el índice de importaciones de Turquía en América Latina centra a tres grandes socios comerciales en términos de importación de bienes de agricultura, el primero siendo Brasil con un porcentaje de 61.32 % por ciento; después continúa Argentina con un porcentaje de 18.05% por ciento, y finalmente se encuentra Ecuador, con un porcentaje real de 7.82 %, el cual en términos de valor convertido en unidad financiera, Ecuador aproximadamente ha exportado un total de 181 millones de dólares. Por el lado de Ecuador, el país sudamericano ha exportado alrededor de \$ 183 millones de dólares en rubros estimados de alimentos de consumo masivo. (Hausman, Brendan , Tuzcu , & Geoffrey, 2020).

Turquía se encuentra en el puesto 20 dentro del ranking de las economías más extensas en base a su Producto Interno Bruto – PIB. Con referencia al análisis de la economía de Turquía, el Índice de Precios al Consumo marcó en el mes de abril de 2022, una variación mensual del 7.3% por ciento en un nivel general; en cuanto al nivel del Índice de Precios al consumo en la categoría de alimentos y bebidas no alcohólicas, el indicador mostró una variación mensual de 13.4% por ciento entre el mes de marzo y abril del presente año,

permitiendo constatar que el volumen de consumo de este mercado se mantiene de forma estable y óptima en referencia con su nivel de importaciones de productos provenientes del exterior. (Hausman, Brendan , Tuzcu , & Geoffrey, 2020).

Vista de esta manera, podemos definir que la República de Turquía es catalogada como una economía de renta media-alta, que desempeña el puesto 55 de las economías más opulentas per cápita de las 133 estudiadas. Sus 84,3 millones de pobladores cuentan con un PIB per cápita de 8.536 dólares (27.235 dólares PPA; 2020). El progreso y desempeño del PIB per cápita ha sido del 1,8% de media en los últimos cinco años, por encima de las medias regionales. (Sánchez P. , 2022).

II. GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO DEL SECTOR CAFETALERO EN ECUADOR

En el presente segundo capítulo, siguiendo con el segundo objetivo específico, como marco teórico se describen los componentes de la cadena de suministro, ideal para comprender cada aspecto de la exportación de café al mercado externo. De manera general, se describen los actores que se involucran en cada procedimiento logístico y de la misma manera, analizando también la importancia de cada uno de estos componentes. Como método de indagación, se describe la información obtenida a través de entidades y organismos como Pro Ecuador, *Trade Map*, e igualmente el Centro de Comercio Internacional, así como autores indispensables en esta índole como Bowersox, Closs y Cooper. Esto con el propósito de ampliar la información de cada componente indispensable para conocer y analizar a fondo el procedimiento de exportación.

2.1.Marco teórico sobre la cadena de suministro y sus componentes

Como primer paso en cuanto al inicio de la cadena de suministro, es necesario que todo proceso que se incluye en este aspecto, comience desde de la detección de una necesidad, la visualización de una oportunidad o la identificación de un nicho de mercado con una amplia demanda de un bien o servicio. Dentro del estudio de este conjunto de procesos, es ideal tener en consideración que cada paso de esta cadena genera un valor directo al producto y por más débil o básico sea. (Hurtado, 2010).

Dentro de este enunciado, se consideran dos términos en especial, siendo estos la logística y la cadena de suministro. Los cuales actúan en conjunto como los principales implementos que se toman en cuenta en un proceso de exportación de mercancías como lo es el caso del café. Adicionalmente, es de gran conocimiento establecer cuales son sus definiciones acordes al desarrollo de este capítulo, de esta manera, se procede con los elementos que influyen en su desarrollo e importancia dentro del campo de la logística de exportación de mercancías al exterior permitiendo de esta forma tener en claro sus diferencias y sus definiciones previo a la exposición de las variables que lo conforman.

2.1.1. Definición de Cadena de Suministro

Se conoce como cadena de suministro a la coordinación de las funciones de un plan que en base a este se tienen en cuenta aspectos estratégicos, sistemáticos, logísticos y particulares que participan todos en conjunto de modo que buscan mejorar el desempeño de todas las tareas enlazadas con el tránsito y la administración de los bienes que inician desde la incorporación de las materias primas, hasta la transformación de los bienes que permiten mejorar o diversificar las actividades que constituyen esta cadena de modo que llegue al consumidor final. (Drucker P. , 2004). La cadena de suministro comprende la red o el sistema ya sea virtual o físico que implique la relación de todas las prácticas de carácter comercial entre múltiples actores estratégicos como suelen ser los productores, los distribuidores y los consumidores; todos estos siendo una parte importante sobre como actúa la cadena de suministro. (Bowersox, Closs, & Cooper, 2007).

La cadena de suministro es la serie de pasos y procesos que tienen una estrecha relación el uno con el otro y visto de este modo, cada paso o proceso que maneja esta cadena refleja un valor intrínseco al producto final. Como principal consideración es fundamental tener en cuenta que, si el desarrollo y ejecución de este proceso no es ejecutado de la manera correcta, es probable que el producto final no se entregue y por ende se genere una pérdida de recursos, como bien puede ser los recursos económicos o el tiempo. Debido a esto, se recalca que es vital que todo el sistema mantenga un curso estable y eficiente que permita cumplir con cada aspecto de la cadena de suministro. (Hurtado, 2010).

La cadena de suministro a raíz de sus actividades operativas, ya sean primarias o secundarias en cada actividad dedicada a la gestión de recursos, económicos o de información permiten que a lo largo de su desarrollo puedan generar valor en cada procedimiento o ejecución, vitales para determinar la factibilidad de un proyecto. Profundizando un poco más el tema, la cadena de suministro es aquella proyección o plano o esbozo que ordena las actividades según su relevancia al giro de negocio que su aplicación nos permitirá analizar y definir las estrategias, y los planes para optimizar la cadena ya sea por ejemplo el caso de aplicar el uso de la tercerización por medio de los operadores o agentes logísticos. (Daza, 2015).

De la misma forma, a la cadena de suministro se la puede definir ya sea a nivel de procesos, a nivel de operaciones y de igual manera, a nivel de relaciones.

A nivel operacional, a la cadena de suministro podemos definirla como aquel nivel donde se establecen las operaciones que se encargan de asesorar las actividades que se incluyen dentro de esta, como la gestión de recepción de pedidos y necesidades de los clientes potenciales, el manejo de un correcto almacenamiento de las mercancías, la logística de entrega del producto terminado a los clientes, etc. (CESUMA, 2022) Dentro del nivel operacional de la cadena de suministro, se cumplen ciertas actividades como bien pueden ser:

- Organización de la administración del manejo de mercancías,
- Control de tiempo basado en la entrega del producto al cliente.
- Garantía de buenas prácticas de almacenamiento y embalaje del producto.
- Control documental y de archivo de documentos.
- Inspección de carga de mercancías.

En segundo lugar, la cadena de suministro también puede ser definida dentro de un nivel estratégico, el cual afirma que la cadena esta constituida entre diversos procedimientos ideales para mantener una eficiencia óptima frente a las necesidades de las actividades de una empresa. Es decir que, a raíz del marco estratégico, lo que la cadena de suministro busca es perseguir un control eficiente de los flujos físicos del manejo de los materiales, insumos y materia prima necesarios para la ejecución de un producto, lo que a su vez permite que se logre una correcta maximización ideal que concluya en un resultado ventajoso para la economía de la empresa. (Daza, 2015).

En un tercer lugar, también podemos definir a la cadena de suministro frente a un nivel de procesos. La cadena de suministro a nivel de procesos puede ser esclarecida mediante la secuencia de procesos y flujos que tienen lugar entre diferentes etapas y junto con cada una de estas, logran combinar un único resultado adecuado para satisfacer la necesidad que tiene el cliente de un producto. (Campos Hernández, Galindo Monroy, & Carrasco Villegas, 2017)

En un punto adicional, dentro de la cadena de suministro, existe la postura de Michael Porter, economista conocido por sus posturas referentes a la economía, afirma que la cadena de suministro esta regida por la sincronización de los flujos que existen dentro de esta como por ejemplo los flujos directos y los flujos reversos divididos en: flujos físicos, flujos de la información y los flujos financieros. Cada uno de ellos generan importancia a dicha cadena.

➤ Flujo de Información

El flujo de información es aquel proceso que esta direccionado por dos aspectos, el primero es que el flujo de información puede que este relacionado con la dirección de los proveedores hasta los consumidores, o bien este enfocado en dirección consumidor a distribuidor. (Daza, 2015)

➤ Flujos Físicos

Los flujos físicos son aquellos materiales, materia prima, herramientas y suministros que en conjunto permiten que fluya la cadena, permitiendo de esta manera generar valor. Sin embargo, este flujo puede tener dos direcciones, la dirección directa que permite que el proceso permita llegar a un producto terminado o tener una dirección negativa o invertida la cual puede generarse por temas de fallos en el producto y que esto implique una devolución repentina. (Daza, 2015)

➤ Flujos Financieros

El flujo financiero esta estrechamente relacionado con la cooperación entre los consumidores hasta los distribuidores. (Daza, 2015)

Visto de esta manera, podemos afirmar que dentro de la cadena de suministro vista desde el dilema de Michael Porter la propia cadena de suministro se encuentra constituida por tres flujos, siendo estos: el flujo financiero, el flujo de información y el flujo de material. (Daza, 2015).

De esta manera, los componentes de una cadena de suministro se pueden resumir desde el abastecimiento, que incluye las actividades para la obtención de los materiales para la fabricación; el componente de fabricación incluye la transformación de los materiales y como resultado se obtiene el producto terminado, que pasará al último componente de la

cadena que se conoce como la distribución, que desde una definición general es el conjunto de actividades que se realizan por medio de canales que a su vez son los medios que utiliza la empresa para entregar sus productos terminados al cliente, ya sea por cuenta propia, o por medio de la tercerización con una compañía especializada. (Drucker, 1969).

Por tanto, cuando se habla de cadena de suministro, se entiende como la creación de un bien, producto o servicio que sigue una serie de procesos y recursos para ir desde el productor hasta el consumidor final que, de esta manera, se genere el cumplimiento de la necesidad del cliente. (Drucker P. , 2004).

2.1.2. Definición de Logística

Una vez explicado la definición de lo que corresponde a una cadena de suministro, es igualmente necesario aclarar el concepto principal de logística. La logística surge a raíz de la necesidad de proteger los bienes y los productos que desde la década de 1940 fue utilizada por los británicos que buscaban transportar sus productos desde Inglaterra a Estados Unidos y el resto de Europa frente a las amenazas o ataques deliberados por parte de los alemanes que atacaban las reservas marítimas específicamente durante el transcurso de la Segunda Guerra Mundial. En la actualidad, la logística es asumida como una herramienta que forma parte de la cadena de suministro y que de la misma forma genera valor al los productos y servicios que son transportados en todo el mundo. (Castellanos Ramírez, 2017)

De acuerdo con el *Council of Supply Chain Management Professionals – CSCMP* (2022) afirma que: La gestión logística forma parte de la gestión de la cadena de suministro que proyecta, lleva a la práctica y vigila la circulación efectiva y eficaz de perfeccionamiento y el acopio de bienes, servicios y búsqueda ligada entre el punto de origen y el punto de consumo bajo el propósito de complacencia de solventar las necesidades de los consumidores. (CSCM Organization, 2022).

Dentro del margen de la logística se tienen como base ciertos objetivos que en base a esto deben ser alcanzados acorde a las exigencias de la compañía, del cliente o del distribuidor como es, mantener un enfoque hacia el producto, cumplir con los criterios de tiempo y alcanzar un margen de competitividad que permita a una empresa mantenerse en el tiempo. (Bowersox, Closs, & Cooper, 2007).

Por lo tanto, cuando se habla de logística, es importante explicar que este concepto hace referencia al proceso de administrar estratégicamente el flujo y el control eficiente de las materias primas, de los bienes que se presentan en el proceso de transformación del producto y de los bienes terminados que parten desde un punto de origen hasta el de consumo; siendo la logística como aquel eslabón perteneciente a la cadena de suministros que controla el flujo de bienes, ordena y evalúa las condiciones de almacenaje de estos, y analiza y comprende la información desde el punto de origen hasta el punto de destino con el objetivo de cumplir la demanda de un mercado de consumo. (Castellanos Ramírez, 2017).

A continuación, se describe los actores principales que ejercen importancia al momento de realizar el proceso de logística de exportación de bienes a nivel internacional. Es importante tener el conocimiento de logística puesto a que este se desarrolla en los distintos procesos que involucra la cadena de suministro.



Ilustración 1: Cadena de Suministro enfocada al Sector Cafetalero. Fuente: Elaboración Propia, a partir de Lambert (2008, p.207).

2.1.3. Procesos Logísticos

Como todo proceso logístico, existen funciones que se basan principalmente en la administración de los flujos físicos (materias primas, productos acabados, etc.), teniendo en cuenta los recursos (humanos, consumibles, etc.), los bienes necesarios (almacenes, bodegas, herramientas, sistemas informáticos, camiones, etc.), y los servicios (transportes o almacén subcontratados). En otras palabras, la logística gestiona de manera directa los flujos físicos (compras, distribución y devolución) e indirectamente los flujos financieros y de información asociados. A continuación, veremos cada proceso de gestión que implica la generación de valor dentro de las operaciones logísticas que se llevan a cabo dentro de dicho proceso.

2.1.3.1. Proceso de Solicitud de Materias Primas, Insumos o Suministros

Como su nombre lo indica, este paso permite a la empresa poner la puesta en marcha del inicio del proceso de distribución y entrega del producto al cliente, dentro de este proceso se reciben los pedidos, las solicitudes de compra y adicionalmente las condiciones especiales que el cliente especifica. (Sánchez, 2019).

Ahora bien, una vez iniciada la recepción del pedido del cliente, ocurre un procedimiento interno de la empresa, este procedimiento permite la relación directa de las áreas productivas de la compañía, como en este caso las áreas comerciales de esta, como bien es cierto el departamento comercial identifica el presupuesto necesario para apoyar el segmento de producción de un producto que este bajo los niveles necesarios del monto de inversión del presupuesto. (Sánchez, 2019)

2.1.3.2. Proceso de Gestión de proveedores.

Como segundo paso esencial para la identificación de una correcta ejecución de la cadena de abastecimiento, se encuentra el desarrollo de los proveedores. Como principal objetivo de este segmento, este se enfoca directamente en la relación con los proveedores, en el cual se establece un aseguramiento de la responsabilidad de los proveedores en cuanto al abastecimiento de las materias primas ideales para la generación de un correcto desempeño en la cadena. (Sánchez, 2019).

Este procedimiento requiere por lo general acciones adicionales a más de los recursos monetarios o de liquidez de activos, puesto a que en este paso lo que se mide es el nivel de confianza del proveedor, factor esencial para mantener una garantía que permita evitar costos excesivos a causa de las compras exageradas, en donde el nivel de compromiso tanto del proveedor que del cliente debe seguir las condiciones al pie de la letra. (Sánchez, 2019). Para que el abastecimiento cumpla los seguimientos necesarios, es indispensable evaluar y calificar al proveedor mediante la generación de un patrón de prerrequisitos como por ejemplo es la verificación de los certificados de fiel cumplimiento del proveedor. (Sánchez, 2019).

Posteriormente, el procesamiento del pedido es la tercera etapa de la cadena de suministro, como uno de los determinantes de esta etapa. Se considera el factor tiempo, esto se debe a que el tiempo es el encargado de establecer las tareas de producción que toma en el proceso de producción para fabricar un producto. Por consiguiente, esto requiere un mayor esfuerzo de las áreas, en especial de las áreas comerciales y productivas puesto a que se evalúan controles, se verifican los procesos y adicionalmente se prevén las excepciones que impliquen realizar cancelaciones. (Sánchez, 2019).

2.1.3.3. Proceso de Entrega

La entrega es la actividad donde se ejecutan los mecanismos necesarios para que el producto final sea transportado directamente desde el punto de fabricación, al punto o etapa final conocido como cliente o consumidor final en donde se incluyen los temas de logística. Una vez la mercancía esta declarada y apta para su utilización en el país importador, la empresa de transporte en destino recogerá la mercancía en la terminal y la entregará en el punto de entrega pactado con el importador.

2.1.3.4. Medio de Transporte

Son los medios de transporte el principal factor de movilización de las mercancías, en las cuales aplican como más comunes el transporte aéreo y el terrestre. Con un enfoque en el transporte aéreo, este se utiliza por compañías que mantienen una distribución de mercancías percederas y por ende requieren una planificación constante. Mientras que los medios de transporte terrestre incluyen los vehículos de carga que a su vez son los más utilizados por razones de abaratamiento de costos y que por este motivo, sacrifican

tiempo dependiendo de las distancias geográficas que el cliente y la compañía estén localizados. (Sánchez, 2019).

El medio de transporte, considerado como el factor encargado de realizar la práctica del comercio internacional o nacional, interno o externo, por gran tamaño o poco tamaño; se encarga del desplazamiento de productos de un lugar a otro, pero hoy en día sus actividades pasan a formar parte de las operaciones logísticas por las demandas de los clientes, ampliando sus labores para un completo servicio en base a la oferta y demanda. Motivo por el cual el transporte dentro de una logística debe tener un gran valor corporativo, porque mediante este los productos o mercadería se trasladan de un lugar a otro, a través de una planificación que favorezca a la satisfacción del cliente. (Asercomex, 2017). Adicionalmente, el medio de transporte que se llega a utilizar en el mercado de exportación depende del volumen de la mercancía, el tipo de mercancía, entre demás variables que se encuentran y forman parte de la cadena de distribución.

a) Vía Aérea

En Turquía actualmente se encuentran dos grandes terminales aéreas, el Aeropuerto Internacional Ankara-Etimesgut (ANK), ubicado en la capital de Turquía, Ankara. Esta terminal aeroportuaria ha recibido aproximadamente el 87% de las exportaciones no petroleras provenientes de Ecuador durante el año 2017. (Hurtado, 2010).

Inversamente, se encuentra la principal terminal aeroportuaria de Turquía, catalogado como el principal aeropuerto del país, siendo este el Aeropuerto Internacional Estambul – Ataturk (IST), el cual se encuentra dentro de los aeropuertos con mayor tráfico de viajeros internacionales del mundo, recibiendo en 2017 mas de 60 millones de viajeros, mas de 1 millón de toneladas de carga de mercancías e igualmente 460 821 movimientos de aeronaves; precisamente, esta terminal aérea representó el 6% por ciento de las exportaciones no petroleras provenientes de Ecuador. (Hurtado, 2010).

b) Vía Terrestre

Aproximadamente el sistema de red vial de Turquía cuenta con un total de 242,590 kilómetros de carreteras a nivel nacional, en el cual estas se encuentran distribuidas a nivel local, cantonal, provincial, estatal y de autopistas; todas estas representan más del 70% por ciento de las carreteras del país. El sistema de carreteras de Turquía es

considerado como factor principal del comercio de mercaderías debido a que el país comparte conexiones fronterizas con Bulgaria, Irak, Siria, Grecia, Irán y Armenia. (Hurtado, 2010).

Como segundo medio de distribución de mercancías, se encuentra el sistema ferroviario de Turquía, el país cuenta con un sistema de trenes y ferrocarriles que por su extensa distribución, permite la movilización de alrededor de 89 millones de pasajeros; igualmente, el sistema ferroviario de Turquía se encuentra bajo el amparo del estado, específicamente de la empresa estatal “Ferrocarriles Estatales de la República de Turquía”, empresa que opera junto con 9 terminales de carga, transportando más de 25 millones de toneladas de mercancías de principio a fin. (Hurtado, 2010).

c) Vía Marítima

Los principales puertos de llegada de mercancías de Ecuador en Turquía son dos, el puerto marítimo de Evya y el puerto marítimo internacional de Mersin, siendo este último el mas importante de aquel país. El puerto de Mersin esta ubicado al sur del país, en el cual este goza de una gran ventaja debido a sus conexiones con las ciudades de Kahramanmaraş, Gaziantep, Kayseri, Konya y finalmente su capital Ankara. Se afirma que el puerto de Mersin se encuentra dentro de los 100 puertos de carga de mercancías más grandes del mundo, ubicándose en el puesto número 96. De acuerdo a la data disponible del portal PRO ECUADOR, el puerto de Mersin recibió el 65% por ciento de la llegada de las exportaciones ecuatorianas no petroleras. (Hurtado, 2010).

Posteriormente, el puerto marítimo de Evya catalogado como el más cercano a la capital de Turquía, Ankara es el puerto que por su cercanía a las ciudades aledañas y a su capital es considerado como el puerto con mayor conveniencia de transporte en términos de ahorro de costos de transporte (Pro Ecuador, 2018). En cuanto a términos de exportación de origen ecuatoriano, el puerto marítimo de Evya recibió alrededor del 15% por ciento de las exportaciones de mercancías no petroleras en el año 2018. Ubicándose de este modo, como el segundo puerto estratégico de Ecuador. (Hurtado, 2010).

Una vez conocidos los terminales de transporte más importantes de Turquía, es esencial conocer el factor de tiempo que aplica en el caso el transporte marítimo el cual actúa como referencia al mercado exportador de Ecuador. Según datos estimados de las

compañías navieras de carga de mercancías, se comprenden a continuación los siguientes datos sobre el tiempo que demora el envío de carga de mercancías desde Ecuador hasta Turquía. (Hurtado, 2010).

Posteriormente, en el caso del transporte y cadena de distribución de mercancía aérea, el tiempo estimado de llegada a territorio turco es de aproximadamente de 2 a 3 días, si se consideran los tiempos de salida de las terminales aéreas de Quito, Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre (UIO); y Guayaquil, Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo (GYE). Hacia la terminal de Carga del Aeropuerto Internacional Esenboğa Ankara (ESB). (Hurtado, 2010).

2.1.3.5. Distancia

El factor distancia depende estrechamente del medio de transporte de mercancías ya que este condiciona el tipo de transporte que se vaya a utilizar. Como punto a considerar, esta distancia determina también la tarifa de transporte que a su vez es variable si se toma en cuenta el punto de llegada como ciudades o ubicaciones lejanas, si se realizan múltiples entregas o se realiza una entrega directa. (Hurtado, 2010).

2.1.3.6. Peso de la carga

Otro aspecto de conocimiento requerido, es el peso de la carga que se vaya a distribuir o transportar. Bajo esta condición, el peso de la carga determina la clase de transporte que se encuentra disponible dependiendo constantemente del peso y el tamaño de las mercancías. (Hurtado, 2010).

2.1.3.7. Embalaje

Es un factor que por más mínimo sea en comparación con el peso de la carga, la distancia o el transporte; es considerado de suma importancia debido a que este es el que mantiene el producto a salvo de cualquier riesgo que se presente durante su movilización. Dado que el embalaje es diferente de acuerdo al tipo de mercancía, como por ejemplo el plástico, tiras de caucho e inclusive protectores de plásticos protectores de gran magnitud que garanticen a la final la conservación del producto. (Hurtado, 2010).

2.1.4. Operadores Logísticos

Con respecto a la aplicación del operador u operadores logísticos, esta práctica esta seriamente ligada con la contratación de este afín de agilizar un proceso productivo que se lo lleva fuera de una empresa o compañía que pretende diversificar y estandarizar su proceso de transporte de mercancías de forma agilizada por medio del empleo de este arquetipo de proceso logístico. Implícitamente, a medida que el comercio digital más conocido como *e-commerce* crece cada vez más en las economías de consumo, las empresas han preferido acudir a estos agentes o intermediarios logísticos con el propósito de facultar ciertas funciones basadas en la cadena de suministro. Una vez comprendido esta coyuntura que se presenta en la actualidad, se define a los operadores logísticos como aquella compañía que actúa como agente que tiende a asumir la obligación de trabajar con una o múltiples actividades ligadas con la cadena de suministro de la compañía contratista de tal servicio. (Andrade C. , 2021)

Simultáneamente, los operadores logísticos tienen el objetivo de cumplir con la logística, la cual es su principal función una vez la empresa contratista traspase parte de su responsabilidad a un delegado técnico con el propósito de cumplir con sus operaciones. Y en base a esto, un agente especializado en receptor responsabilidades, cumple con una serie de actividades y procesos que permiten garantizar la disposición de realizar un buen trabajo, existen a continuación, las siguientes actividades que cumple un operador logístico:

- Aprovisionamiento de mercancías.
- Administración de inventario y materiales.
- Carga y adjudicación de mercancías.
- Expedición de carga *Full TruckLoad* y *Less Than TruckLoad*
- *Picking* y *packaging*.
- Logística inversa.
- Expedición y admisión de mercancías.

A los operadores logísticos se los puede clasificar por su orden de participación en cuanto a la administración de los procesos logísticos, siendo estos clasificados en orden numérico de menor a mayor. En el cual, si la participación de un operador logístico se atribuye a controlar totalmente el proceso de logística, este será considerado dentro del nivel máximo de participación, es decir en un nivel 5PL. Al contrario, si el nivel de participación y/o compromiso de un operador logístico es bajo, este será considerado dentro de un nivel 1PL. Siguiendo este modelo, a los operadores logísticos se los ordena desde el nivel 1PL, hasta el nivel 5PL. A continuación, se presentan las funciones de cada nivel correspondiente a los diferentes tipos de operadores logísticos. (Andrade C. , 2021)

2.1.4.1. Operador Logístico Nivel 1 (1PL)

El operador logístico nivel 1PL en inglés (*first party logistics*) hace referencia a aquella empresa o compañía que por lo general se especializa en el aprovisionamiento y transporte de mercancías, dentro de este proceso, el operador logístico se especializa en el despacho y entrega de los encargos. En este caso, el operador logístico nivel 1 (1PL), se lo es aplicado a aquellas empresas que son catalogadas como pequeñas y que asumen por si solas cada proceso logístico por sus propios medios. (Andrade C. , 2021)

Particularmente, a los operadores logísticos nivel 1 (1PL), también se los puede caracterizar por su participación como proveedores de logística los cuales hacen referencia a aquellas compañías de transporte de mercancías destinadas a cumplir la función de realizar el proceso de transporte, y que por lo general aún si la empresa de transporte cumple con su función, la empresa contratista tiende a tener cierto control sobre sus operaciones asumiendo ciertos factores como el tiempo, la responsabilidad y el estado de las mercancías. (Andrade C. , 2021)

2.1.4.2. Operador Logístico Nivel 2 (2PL)

El operador logístico nivel 2PL en inglés (*second party logistics*) se lo considera como el primer nivel de operatividad logística en cuanto al proceso de externalización de determinadas actividades logísticas por parte de la empresa contratista, en el cual el operador logístico asume el transporte. En el cual estas empresas, tienden a controlar el transporte de tal manera que además de asumir el papel del transporte, adicionalmente administra y controla el almacenamiento de las mercancías de manera ordenada cumpliendo con ciertos requerimientos como las buenas prácticas de almacenamiento y transporte de mercancías. (Andrade C. , 2021)

La diferencia que tiene el nivel 2PL con respecto al nivel 1PL es que este nivel trabaja de manera más extensa y perfectible en cuanto al manejo de sus operaciones. No obstante, el nivel 2PL a pesar de ser sobresaliente en comparación con el nivel 1PL, este todavía tiene un alcance bajo por lo que el servicio que brinda esta enfocado a la demanda interna de un país. Es decir, el alcance que tiene este operador logístico abarca únicamente de manera interna, en el cual el operador logístico 2PL coordina el medio de transporte y administra los pedidos de los usuarios. (Andrade C. , 2021)

2.1.4.3. Operador Logístico Nivel 3 (3PL)

En el tercer nivel del operador logístico 3PL en inglés (*third party logistics*), este nivel es de gran importancia dentro de la tercerización de la cadena de suministro de una empresa puesto a que este nivel es mas bien conocido como la “logística de terceros” o también llamado como la “logística tercerizada”. Estos operadores logísticos mantienen una operatividad mas estandarizada y mejorada que los dos primeros niveles. (Andrade C. , 2021)

Los operadores logísticos de tercer nivel 3PL tienen como principal característica poseer sus bodegas y medios de transporte bajo su poder. Quiere decir que, estos agentes cuentan con sus recursos e infraestructura propios de si mismos. Lo que a su vez el nivel 3PL se distingue del 2PL por optar por un servicio y alcance más completo, en el cual garantiza a la empresa contratista de este servicio ceder totalmente su gestión de cadena de distribución y transporte a una compañía especializada como la de nivel 3. Adicionalmente, lo que permite a una empresa especializada en brindar este servicio es

que tal empresa maneja contratos logísticos a medio y largo plazo, en el que las empresas contratistas aseguran una supervisión constante de sus mercancías. (Andrade C. , 2021)

2.1.4.4. Operador Logístico Nivel 4 (4PL)

El operador logístico nivel 4, en inglés (*fourth party logistics*) se lo considera como aquel agente caracterizado como proveedor clave en cuanto a manejar totalmente la cadena de suministro de la compañía contratista, en los cuales el papel que posee este operador logístico va mas allá que el control de almacenamiento y medio de transporte. El operador logístico 4PL tiene como rol principal conferir servicios ligados con la logística, los cuales asigna servicios de asesoría, administración, planificación, innovación y control de manejo de la cadena de suministro. Un punto a considerar, es que el operador logístico no ejecuta tareas de transporte o de almacenamiento de mercancías debido a que estas tareas son directamente conferidas al operador 3PL o de nivel tres. (Andrade C. , 2021)

Más precisamente, el agente logístico 4PL, a pesar de no ejercer una participación directa y física en las actividades logísticas o activos propios como navieras, medios de transporte e infraestructura en general, este por su parte, se encarga de esquematizar, delinear y optimizar la eficiencia de la cadena de suministro del manejo de las mercancías. Lo que a su vez los operadores de nivel cuatro subcontratan a los operadores 3PL quienes fijan las prácticas de manejo de las mercancías, y que en adición contribuyen con los recursos necesarios para llevar a cabo tal actividad. (Andrade C. , 2021)

2.1.4.5. Operador Logístico Nivel 5 (5PL)

Dentro del último nivel se encuentra el nivel 5PL, en inglés conocido como (*fifth party logistics*), y este corresponde a aquel nivel más avanzado y moderno del resto de niveles de operatividad logística. Por su parte, este operador logístico abarca la unión de los operadores logísticos 3PL y 4PL en el cual esta combinación comprende ciertos sistemas informáticos avanzados, ideales para administrar las tareas de forma eficiente. (Andrade C. , 2021)

Los operadores correspondientes al nivel 5PL conocido también como agregadores logísticos, en inglés (logistic aggregators) tienen la fortaleza y la capacidad de administrar aquellas tareas logísticas de manera macro, es decir, las actividades que realiza este operador logístico la realiza de manera global. Basado en este argumento, las empresas contratantes no asumen ningún tipo de responsabilidad sobre sus mercancías puesto a que este nivel de operador asume el cien por ciento de la cadena de suministro. (Andrade C. , 2021)

Tal como se aprecia en la información expuesta, es primordial y a su misma vez necesario que las compañías que buscan incursionar en los mercados internacionales por medio de la oferta de sus productos, tengan la apertura y capacidad de perfeccionamiento de sus cadenas de suministro por medio de la implementación de estos operadores logísticos. A su misma vez, dentro de la innovación que se busca implementar en la logística es preciso colocar en efecto las tecnologías logísticas como es el caso de *BeeTrack*. Como ejemplo de la definición del término *BeeTrack*, este término hace referencia al monitoreo en tiempo real y constante de los activos, de las mercaderías, de los productos y de los equipos que son monitoreados a través del uso de las tecnologías satelitales y de las telecomunicaciones que operan dentro de los operadores logísticos internos de un país o región en específico. En Ecuador actualmente existen compañías las cuales utilizan esta herramienta digital y estratégica para tener en conocimiento el estado de la mercancía, la ubicación de esta e igualmente notifica algún cambio repentino del estado de la mercancía por medio del uso de las tecnologías de la información y comunicación. Tenemos compañías como Servientrega, Randa, Inlog, entre otros; los cuales utilizan esta herramienta dentro de sus operaciones tecnológicas afín de notificar al consumidor el estado de sus pedidos. (DispatchTrack, 2022).

III. ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN EN EL MARCO DEL PLAN LOGÍSTICO DE DISTRIBUCIÓN DE CAFÉ GRANULADO AL MERCADO DE TURQUÍA.

Dentro del tercer capítulo, previo a la exposición de las conclusiones y recomendaciones, para el desarrollo del análisis y discusión sobre las estrategias del plan logístico de distribución de café granulado al mercado de Turquía, se ha planteado el uso de las fuentes primarias a raíz de la información empírica que permitirán la creación e identificación de las variables de estudio de las preguntas que se llevarán a cabo en las entrevistas, que adicionalmente servirán como herramienta de orientación de este capítulo.

En el capítulo nombrado como “Análisis De Estrategias De Exportación En El Marco Del Plan Logístico De Distribución De Café Granulado Al Mercado De Turquía” expondremos los diferentes aspectos que implican el desarrollo de este capítulo como los objetivos de este, siendo ordenados por plazo desde un largo plazo, medio plazo y corto plazo. Como segundo aspecto, se considera la aplicación de las estrategias que dentro del estudio del plan logístico de exportación se consideran ideales para el proceso de exportación. Y finalmente, se describirán los procedimientos que evidencian las condiciones en las que el producto deberá ser enviado de un punto de origen a un punto de destino como es de Ecuador hasta el mercado de Turquía.

3.1. Plan Logístico

Dentro del plan logístico, se aplican ciertos elementos de información aplicados a las estrategias de exportación de café hacia el mercado de consumo de Turquía, en el que se aplica el estudio de los operadores logísticos previamente explicados, como dentro de este hablaremos las prácticas de descarga o descarga que es importante conocer. Adicionalmente, se describe en primer lugar la definición de plan logístico, sus objetivos de el plan mencionado, las estrategias aplicadas al plan, las políticas que nos permitirán conocer ciertas condiciones y reglamentos dentro del mercado exportador y adicionalmente, los elementos claves para entender la facilidad de establecer una relación entre el agente productor y el mercado externo.

Se considera a un plan logístico como la hoja de ruta o guía que afín a este permite planificar información necesaria como el lugar de destino, el lugar donde las mercancías serán embarcadas, la hora establecida, el personal que será parte del proceso de embarque del producto, entre otros factores que permiten efectuar la carga y descarga de la mercancía sin afectar al producto. Mediante esta aplicación del proceso, se garantiza la preservación de la calidad de la mercancía, la minimización de los recursos y la reducción de los riesgos para la operación logística. No obstante, el café al ser catalogado como un producto perecible, es importante que este deba ser manejado con sumo cuidado para que el mismo evite ser manipulado y por ende evitar que sufra daños antes, durante y después de su traslado. (Álvarez, Piloza, & Suárez, 2019)

3.1.1. Plan Logístico de Distribución

Dentro de un plan logístico de distribución se incluye una serie de aspectos que permiten por su parte definir los objetivos, las estrategias que este plan requiere, las políticas, los procedimientos y adicionalmente aclarar el supuesto sobre la implementación de la tercerización por medio de la aplicación de los operadores logísticos.

Para comenzar, el proceso de logística de distribución es aquel mecanismo que incluye un conjunto de métodos y procesos que siguen un orden específico que garantiza una conexión directa entre la producción y el mercado. Según Bowersox, Closs y Cooper (2007), la logística implica la administración de la gestión de procesos como la obtención de un pedido o una orden, el inventario, la gestión de transporte, la combinación de los insumos y finalmente el manejo del producto hasta el punto de llegar al mercado. (Bowersox, Closs, & Cooper, 2007).

En la ilustración siguiente, se presenta el modelo requerido para visualizar el proceso de distribución enfocado dentro de la cadena de suministro del café tostado en versión molida:

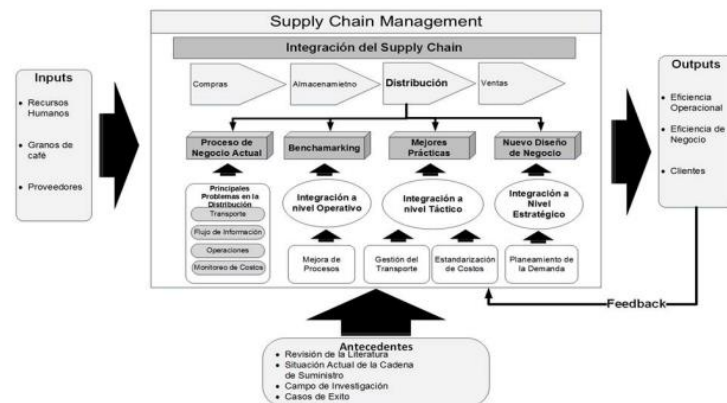


Ilustración 2: Cadena de Distribución enfocada en la Cadena de Suministro de mercado. Fuente: (Cavero C. Vera B. 2022)

La logística se enfoca estrechamente con la responsabilidad, bajo este prospecto se habla acerca de las capacidades de administrar, diseñar y mejorar los sistemas con el propósito principal de analizar y entender las posiciones geográficas de los mercados, siguiendo las condiciones que la compañía considere mejor, manteniendo al mínimo los costos que comprometan estos procesos como los costos de transporte y los gastos operacionales. (Bowersox, Closs, & Cooper, 2007). En la siguiente ilustración, se muestra el modelo de distribución de las mercaderías para un mercado externo:

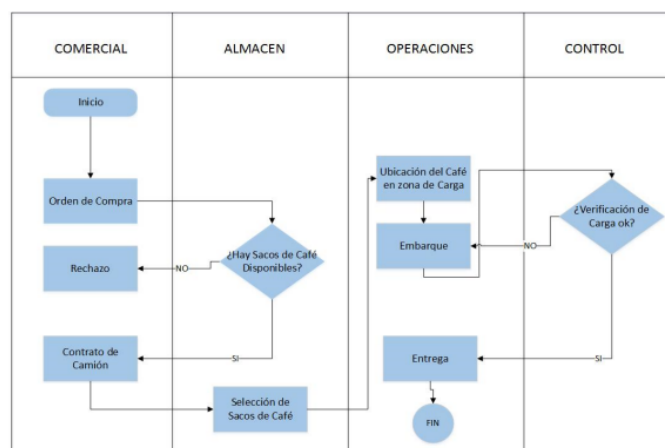


Ilustración 3 : Flujograma detallado de la situación actual del proceso de distribución y transporte. Fuente: Elaboración Propia a partir de Daley D. (2015).

3.1.2. Objetivos de un Plan Logístico de Exportación

Como principal enfoque al objetivo, se busca establecer el desarrollo de una estrategia de exportación, así como delinear las condiciones óptimas que garanticen el éxito de una estrategia. Dentro de una estrategia, es ideal establecer una explicación de los elementos que permiten entender como aplicar una estrategia de distribución internacional de forma que el proyecto sea factible de realizar, esto quiere decir que, requiere de una previa evaluación y análisis identificar que factores existen en una estrategia afín de tomar una estrategia ideal y conveniente de acuerdo a la problemática de exportación. A continuación, se establecen los objetivos que cada uno de ellos están propuestos según su alcance, siendo a corto, mediano y largo plazo.

Dentro de los objetivos visto desde un corto plazo establecemos tres condiciones:

- a) Contribuir al fortalecimiento de la transparencia de las actividades y procesos logísticos que avalen una coyuntura libre de fraudes, alteraciones, delitos, etc.
- b) Evaluar los procesos de tercerización de las mercancías junto con el apoyo de los operadores logísticos, las condiciones basadas en el *Incoterm* seleccionado y las buenas prácticas de transporte BPM.
- c) Tener en cuenta el nivel de costos que se requiere para afrontar posibles acontecimientos inesperados durante un transbordo, transporte y arribo de mercancías.

Dentro de los objetivos visto desde un mediano plazo establecemos tres condiciones:

- a) Reforzar las necesidades de los elementos seleccionados del proceso de cadena de distribución como es el caso de los operadores logísticos.
- b) Corroborar con la emisión, publicación e interpretación de los resultados relacionados a los productos agrícolas relevantes para los temas de exportación.
- c) Promover prácticas que garanticen la sustentabilidad de los procesos afín de mantener y preservar el medio ambiente afín de reducir la huella de carbono.

Dentro de los objetivos visto desde un largo plazo establecemos tres condiciones:

- a) Desarrollar e implementar acciones sustentables que permitan la participación de mayores vínculos comerciales entre Ecuador y Turquía.

- b) Incentivar al nacimiento de sinergias internacionales enfocadas a demás sectores productivos del Ecuador.
- c) Establecer y programar acuerdos de libre comercio en los mercados de interés de las empresas productoras y exportadoras de frutas y alimentos agrícolas del Ecuador.

3.1.3. Estrategias

Dentro de este subcapítulo se plantea establecer una acción estratégica que en base a esta se cumpla el modelo de cumplimiento de los pedidos de los clientes, en la cual, dentro de esta se plantean resolver interrogantes basadas en esta estrategia como pueden ser: la modalidad de cómo se llevara a cabo las entregas del producto, en qué condiciones se entregará el producto, cuál será la calidad y cantidad adecuadas para exportar dicha mercadería, y en qué tiempo esta estrategia se plantea alcanzar el porcentaje total de cumplimiento.

El factor distribución, el cual es una de las actividades que igualmente conforman la cadena de suministro de las mercancías que cubren cierta demanda de un mercado. La distribución o *Placement*, se considera de gran ayuda debido a que este proceso es el modo de como se realizará la llegada del producto al cliente, al mercado o directamente al comerciante. Dado el grado de lejanía que mantiene el Ecuador con el mercado de Turquía, es de consideración aplicar los lineamientos necesarios para que el proceso de distribución de este, se encuentre bajo las garantías de que el café se encuentre en excelentes y óptimas condiciones para que este llegue en estado salubre.

Dentro del mencionado proyecto enfocado en la logística de distribución, se implementan la estrategia óptima para garantizar el éxito del proyecto, siendo estas: por medio de un canal propio de la empresa, por medio de la implementación junto con intermediarios o de forma indirecta, la aplicación de la estrategia aplicada a la tercerización mediante la colaboración y asociación por medio de los operadores logísticos el cual podría definirse como el canal de distribución internacional.

a) Canal Propio

El canal propio hace referencia al proceso el cual la empresa asume el control definitivo de sus operaciones dedicadas a la exportación, por lo general este medio es usado de manera masiva por aquellas entidades o empresas que producen un margen de producción masivo y constante, lo que les permite asumir sus propias operaciones a través de sus canales propios hasta el consumidor final. En esa misma línea, la empresa mantiene cumplir con sus operaciones con su cuenta, y se reserva de delegar parte de sus operaciones a sus intermediarios lo que implica que la empresa se encarga de su propio programa logístico, sus costos y por último de sus ventajas y desventajas. (Giner, 2019)

b) Por medio de Intermediarios

En este tipo de canal de distribución intervienen intermediarios o terceros en el proceso de comercialización hasta que el producto llega al consumidor final. Las empresas utilizan este canal de distribución para poner sus productos a disposición de los usuarios en un momento y lugar específicos. Por ejemplo, alimentos o productos perecibles; en este caso el café y sus derivados. (Giner, 2019)

c) Tercerización vía Operador Logístico

La tercerización por medio de un operador logístico esta relacionada con la optimización del tiempo y de los recursos que toma llevar la mercadería a un mercado ubicado en otro país o territorio, el traspaso de responsabilidad y la coordinación de la cadena de suministro por medio de otra empresa la cual destina de manera eficiente la ejecución de ciertas actividades como, por ejemplo: el manejo de materiales, el transporte de mercancías, el control del stock disponible, el embalaje del producto, el procesamiento de las órdenes comerciales, entre otros. (Duque, Ortega , & Rodríguez, 2017)

Un operador logístico se enfoca en organizar, gestionar, y controlar las operaciones ya sean de ámbito interno nacional o externo internacional de las mercancías que produce una entidad o compañía por medio de la ejecución del uso de su propia infraestructura, la tecnología e innovación que disponga, los sistemas de protección de información y datos, y adicionalmente el control interno del manejo de la responsabilidad. (Duque, Ortega , & Rodríguez, 2017). Dentro del numeral [2.2.](#) se encuentra una definición mejorada de esta estrategia.

Finalmente, una vez expuestas las modalidades estratégicas de distribución, se define como principal medio de distribución el canal por medio del operador u operadores logísticos, debido a que estos procederían a asumir un control y responsabilidad total del producto desde su embarque hasta su despacho en el mercado de Turquía, permitiendo de esta manera reducir los costos de transporte y logística propia de la empresa, la maximización del tiempo y la reducción del riesgo que implica realizar una operación de exportación a un mercado nuevo.

3.1.4. Políticas

Dentro del marco de las políticas que deben ser aplicadas en un plan logístico afín de que este este amparado bajo los supuestos de la sostenibilidad y sectorial, es de gran aprecio permitir que estas políticas estén guiadas por normas y regulaciones que se encuentren vigente afín de garantizar coherencia, regularidad y transparencia al momento de ejecutar un plan logístico. Como políticas de interés, se han aplicado dos políticas que bajo su simplicidad influyen de manera importante el desarrollo de un plan logístico.

Es necesario que al momento de aplicar o delinear las políticas, estén sean sustentables. De hecho, gracias al Protocolo de Kyoto, Japón; el COP25 del Tratado de París, Francia; el COP26 desarrollado en Glasgow, Escocia; y actualmente durante el desarrollo del COP27 que se lleva a cabo en Sharm el-Sheij, Egipto en 2022. Se ha establecido que deben aplicar cambios y modificaciones en materia de infraestructura, transporte y logística de movilidad y transbordo de mercancías por medio de la aplicación de un medio de transporte más eficiente y flexible de cargas. En el cual es imprescindible hacer hincapié en fortalecer la sustentabilidad comercial por medio de la reducción de los gases de dióxido de carbono que generan los gases de efecto invernadero, y la reducción de las emisiones de demás sustancias nocivas para la calidad y bienestar de la actual capa de ozono. (Cipoletta Tomassian, Pérez Salas, & Sánchez, 2010)

Dentro del caso de Ecuador, ubicado en la región de América del Sur, es importante que se consideren mejorar e implementar cambios medioambientales necesarios para mejorar la sustentabilidad de la infraestructura y el transporte con la funcionalidad de mitigar y reducir los costos ambientales y sociales que afecten a la construcción y ejecución de las infraestructuras, manejo de la logística, y los medios de transporte que puedan mejorar

las condiciones y el desempeño competitivo de la economía nacional. (Cipoletta Tomassian, Pérez Salas, & Sánchez, 2010)

Dado que la cantidad de volumen de emisiones que se generan de manera constante fuera de nuestro país es superior a lo que nuestro país es capaz de generar, es deseable que la aplicación de un medio de transporte con bajas cantidades de generación de emisiones dentro del campo logístico se aplicado, bajo la razón de mantener la competitividad de las exportaciones, aún más cuando estas son planeadas para ser ejecutadas geográficamente lejanas. (Cipoletta Tomassian, Pérez Salas, & Sánchez, 2010)

Sin embargo, buscar la respuesta y diseño de estas políticas derivadas de los problemas climáticos de nuestro mundo es todavía un asunto digno de acogerse de forma mundial, existe cierta dificultad que radica en intereses ajenos a los guiados por la preservación de la vida silvestre, es por esta razón que es deseable implementar políticas públicas que permitan implementar, diseñar y evaluar las posibles acciones de una empresa. (Cipoletta Tomassian, Pérez Salas, & Sánchez, 2010).

Una estrategia de distribución como se indica consiste en la toma de decisiones que realiza una empresa sobre los canales, sistemas y tipos de distribución que se utilizará para llegar al mayor número de clientes posibles. Campos y García (2015, p.65). Afirman que la cadena de distribución esta conformado por un vínculo de los flujos que transforman los bienes a partir de la trayectoria de la fabricación hasta el cliente final. Del mismo modo, dentro de la cadena de distribución se deben considerar elementos clave como el transporte, la disponibilidad del producto o materia prima, la gestión de transporte, el inventario y la red de distribución. (Campos & García, 2015).

No obstante, Turquía ha aplicado una serie de condiciones que sobreponen ante las practicas de exportación de un país a este destino. Dentro de este universo de condiciones se han identificado alrededor de una serie de barreras que incluyen aranceles y otras que no lo implementan afín de que se proteja la producción local. (Campos & García, 2015)

3.1.5. Procedimientos

En el procedimiento de traslado, este hace referencia a la operación logística que se incluye dentro de la cadena de distribución. Dentro de este medio, se consideran varios factores que pueden verse condicionados por una elección u otra, en lo que a transporte internacional se refiere. Los aspectos que mayor impacto sufren son: el precio, el plazo de entrega, la documentación requerida, los trámites aduaneros, y la seguridad. Adicionalmente, la competitividad, imagen de empresa, fiabilidad y seriedad, son factores que también se pueden ver afectados por una mala elección en lo que a transporte respecta en el comercio internacional. (Ramos & Castaño, 2020)

Visto de otro lado, la distancia a recorrer, el costo del flete, la frecuencia de transporte y el tiempo medio de entrega, las características de la mercancía, el valor unitario de los bienes, el peso y volumen del producto a cargar, las necesidades del cliente y requerimiento de stocks, y costos adyacentes forman parte de las variables que deben ser tomadas en consideración. (Andrade, 2021)

Los contenedores marítimos que casualmente son visibles en carretera, en áreas marítimas o en zonas de embarque o desembarque en ciertos puntos de cualquier localidad son aquellos cubículos que nos permiten exportar productos ya que son altamente resistentes y pueden ser usados varias veces. El tamaño, composición o finalidad son los principales atributos que permiten diferenciar entre los distintos tipos de contenedor que hay que conocer cuando se quiere saber cómo exportar. (Andrade, 2021)

Así, atendiendo a su tamaño, los contenedores se pueden dividir en dos tipos:

Contenedor de 20' pulgadas: 6,06 m de largo, 2,44 de ancho y 2,59 de alto

Contenedor de 40' pulgadas: 12,19 m de largo, 2,44 de ancho y 2,59 de alto.

Según la carga que contienen, existen dos clases de contenedor:

FCL: full container load (contenedor completo).

LCL: less-than-container load (contenedor de grupaje)

Se estima que la carga máxima puede variar según la naviera y el tipo de contenedor que se proceda a utilizar. Los contenedores más convenientes en términos de comercio internacional suelen tener un peso bruto máximo de 29 toneladas (es decir, la carga más

la tara o peso del contenedor, que puede ser de entre 1,8T hasta 4T); y de unas 32 toneladas (y tara de entre 3,2 y 4,8T). Sin embargo, al calcular la carga máxima se debe tener en cuenta la legislación aplicable a los pesos máximos en camiones, ya que puede ser necesario utilizar el transporte terrestre desde la zona de carga hasta el puerto que este destinada la mercadería a ser transportada.

Adicionalmente, el diseño y composición física de los contenedores que se usan para la distribución marítima o terrestre, este compuesto de materiales con alta resistencia como pueden ser el aluminio, el acero, y la madera reforzada con fibra de vidrio.

Regresando a los términos de la relación de la carga con la distribución, es importante tomar en cuenta el control y la seguridad de la mercadería y los productos que son vitales para proteger la carga. Crear *Checklists* puede facilitar esta tarea de vigilancia para evitar errores de graves consecuencias, dentro de las actividades importantes que deben ser consideradas en el proceso de chequeo de la mercadería se encuentran pasos como:

- a) Asegurarse que el almacenamiento interno del contenedor esta limpio
- b) Que este se encuentre libre de residuos de mercaderías anteriores
- c) Verificar que no existan daños o manipulaciones tanto internas como externas en el contenedor.

En sí, antes de la descarga: asegurarse de que no ha habido manipulaciones no autorizadas, comprobar que no existen daños a simple vista, prestar atención a la información del etiquetado y abrir cuidadosamente. Después de la carga: comprobar que la carga está correctamente asegurada, que el etiquetado está en lugar visible y que no existe información sobre el contenido de cada bulto.

3.2. Elementos del proceso de Exportación de café granulado desde Ecuador

Al momento de realizar la logística de exportación de mercancías de productos de origen ecuatoriano al mercado de Turquía, es de gran necesidad considerar los procedimientos necesarios de documentación y de comercio transfronterizo (Mise, 2022). A continuación, se describen los principales requisitos de exportación de mercancías necesarias al momento de ejercer la operatividad de la exportación.

➤ Factura Comercial

Como primer elemento existe la factura comercial la cual es aquel documento primario de ejecución de un proceso de exportación, este documento tiene el objetivo principal de acreditar la transacción internacional, donde se especifica el producto que se llevara a cabo la exportación, el destino de exportación, el origen de la mercadería, los datos de las partes del acuerdo comercial tanto del exportador como del importador, el método de pago utilizado y de la misma manera los términos de utilización del transporte (conocido bajo el término de Incoterm); entre otros. (Mise, 2022).

➤ Lista de Embarque

La lista de embarque es el documento que permite conocer la información de la mercadería como el contenido de cada bulto de una operación de exportación. Normalmente acompaña a la factura. (Mise, 2022).

➤ Documento de Transporte

El documento de Transporte o *Bill of Landing* es aquel documento que justifica los acuerdos previamente negociados entre la compañía de transporte y el propietario de la mercancía. Es un documento emitido por la naviera en confirmación de la recepción del cargamento a bordo de sus buques. (Mise, 2022).

➤ Declaración Aduanera de Exportación

La Declaración Aduanera de Exportación es el documento electrónico por el cual el Operador de Comercio Exterior proporciona al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de las mercancías a ser exportadas o reexportadas y sus soportes correspondientes, creando un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (Mise, 2022).

➤ Certificado de Origen

El certificado de origen en Ecuador es un instrumento que habilita a un cierto producto la aprobación para ser exportado desde su país de origen al exterior. Es un documento importante ya que Ecuador no acredita todos los productos con calidad de exportación. (Mise, 2022).

➤ Documentos de Acompañamiento

Son los documentos que, al no ser obligatorios al momento de presentar a las autoridades competentes de transporte, brindan un sustento de dar respaldo a los documentos importantes que sean ideales para la exportación de mercancías. (Mise, 2022).

➤ Destino de Exportación

Así como existen los requisitos, otro elemento indispensable para considerar dentro del aspecto de exportación es el destino, el cual es el agente mas importante en este proceso debido a que es considerada como la conexión o relación directa de la transacción comercial entre el productor, el exportador y el importador. Mise J. (2022) afirma que el mercado de destino o destino de exportación es aquella persona natural o jurídica que tiene la posición de titular dentro de la DAE o Declaración Aduanera de Exportación de las mercancías que ingresan desde un territorio extranjero. (Mise, 2022).

Al analizar el destino el cual es el mercado de Turquía, es imprescindible tener en conocimiento que el mercado turco es uno de los más importantes dentro de las exportaciones de origen ecuatoriano debido a la generación de una balanza comercial positiva para el país. En la actualidad, el comercio internacional entre Ecuador y Turquía no presenta mayores novedades en cuanto al cumplimiento de las relaciones bilaterales entre estos dos países, pese a esto, es importante aclarar que, dado el acuerdo, ambos países no han establecido reuniones o ruedas de negocios que permitan dar paso a un tratado de libre comercio con el país asiático (Altamirano, Vacacela, & Navas, 2020).

En el ámbito cafetalero, el mercado de productos derivados de este insumo, tales como extractos, esencias y concentrados del café se encuentra dentro de la sexta posición de los productos que mantienen un potencial de exportación al mercado, siendo los primeros el mercado de plátano fresco, cacao en grano, harina de pescado, camarón, conservas de atún y finalmente el mercado cafetalero. (Export Potential Map, 2022).

➤ Producto

Es todo aquel bien, mercancía, o utilidad que mantiene una serie de requisitos, reglamentos o directrices que para cada una de estas o grupo de productos, puede existir la prevalencia de contener una o varias normas. En estas se expresan directrices sobre medidas, tamaño, dimensiones, contenido químico, compresión, resistencia, inflamabilidad, resistencia a la humedad, durabilidad, condiciones de seguridad, preceptos de terminología, símbolos, embalaje, y demás aplicables a un bien o proceso de producción o exportación. (Asercomex, 2017).

El estudio del producto es la consecuencia de toda actividad que puede realizarse siempre y cuando exista la presencia del estudio logístico y, en base a esta, se crean los eslabones que permiten el nacimiento de la cadena de suministro. (Asercomex, 2017).

Dentro del estudio de la definición de un producto, este bien o mercancía se puede dividir entre dos aspectos; una clasificación tradicional consiste en dividir los *bienes* en los productos para el consumo directo o para el consumidor; y en los productos industriales para la fabricación de un nuevo producto. (Asercomex, 2017).

Así como se presenta un producto, este también está regido por un ciclo de vida, llamado “ciclo de vida de un producto”. Este ciclo sigue un proceso cronológico que describe el nacimiento, crecimiento, madurez, declive y finalmente la muerte o desaparición de este. (Godás, 2006).

➤ Tiempo

La variable tiempo a su misma vez genera valor en todo este proceso; así, cuanto más tiempo se determine llegar a un mercado, mayor será el éxito de la exportación de mercancías, permitiendo de este modo alcanzar los objetivos de manera que, se ahorre tiempo y recursos permitiendo que el proceso sea factible de ejecutar a futuro. (Asercomex, 2017).

3.3. Procesos Logísticos en la Cadena de Distribución de Café en función del Plan Logístico de Exportación.

Como plan logístico, es sustancial destacar que la distribución o el proceso que implica llevar la mercancía de origen de un país directamente hacia un lugar de destino comienza desde que el producto se encuentra terminado e igualmente el proceso de distribución del mismo culmina hasta que la mercancía arribe al mercado de destino. (Álvarez, Piloza, & Suárez, 2019).

3.3.1. *Picking*

Las actividades de preparación de pedidos en el centro de distribución consisten principalmente en trabajos de clasificación y ordenación por destinos de acuerdo con la solicitud del cliente. Las actividades consisten básicamente en levantar, mover, recoger, colocar, embalar y otros trabajos. También se puede clasificar en *Picking* de cajas, *Picking* de clientes, etc. según la forma de los productos, el tipo de proceso, el tipo de sistema de *Picking*, etc. En algunas empresas, el proceso de *Picking* se compone de pre-*Picking* y auto *Picking*. (Lee, Chang, Shim, & Cho, 2015)

El pre-*Picking* se refiere al trabajo previo a la clasificación del sistema de auto *Picking* en el que se comprueban los pedidos recibidos de los clientes y se clasifican los productos por unidad de caja, *Pallet* o unidad de auto *Picking*. El auto *Picking* (o semi auto *Picking*) se define como el proceso de clasificación de los productos tratados en el pre *Picking* según las unidades de clientes, pedido, vehículos, etc. a través del sistema de auto *Picking*. Aunque estas actividades son muy sencillas y fáciles, cada almacén tiene un proceso de

Picking diferente debido a la falta de un proceso estándar. (Lee, Chang , Shim, & Cho, 2015)

El proceso de *Picking* estándar para cargas ligeras y un análisis de la productividad de los sistemas de *Picking* de los almacenes teniendo en cuenta los procesos operativos para comparar: el proceso estándar frente al proceso ad-hoc; el *Picking* manual convencional (por ejemplo, el sistema de *Picking* digital manual) frente al sistema de *Picking* automático. (Lee, Chang , Shim, & Cho, 2015)

3.3.2. *Packaging*

Desde la era primitiva, los seres humanos de aquel entonces se enfocaban únicamente en recolectar alimentos, cazar animales y alimentarse en ese mismo momento. Sin embargo, la poca capacidad que tenían en conservar sus alimentos impedía que estos mantengan su frescura y consumo, ocasionando desafortunadamente que los alimentos que no se alcanzaban a consumir por completo, lamentablemente, se echasen a perder en cuestión de horas. Esto incentivó el descubrimiento del fuego el cual permitió mantener la capacidad de cocinarlos y optar por unas cuantas horas sus alimentos aún frescos, aunque no por mucho tiempo. (Carreño, 2016).

En su definición más exacta, es la actividad que consiste en la ciencia, el talento y la ingeniería de envasar o preservar los productos para su comercialización, almacenamiento, distribución y aplicación. La presentación de un producto es esencial, hasta el punto de que puede determinar si el producto es un auténtico éxito o un rotundo fracaso. Por mucha promoción que se realice, y por muy excepcional que sea el producto, el consumidor decide qué adquirir cuando está delante del artículo, y en ese momento lo único que ve es la marca, la caja, el envase con el que se expone. (Puga, 2019). Adicionalmente en el numeral [3.3.2](#) se encuentra una explicación mas exacta sobre este término conforme se explica dicha estrategia.

En un segundo escenario, durante la época de colonización del continente americano, durante las excursiones de Cristóbal Colón y el resto de tripulación que realizaban viajes marítimos intercontinentales, afirmaban que de los víveres que permitían abastecerse en el curso de sus viajes desde España a los diferentes destinos del continente americano, describían los problemas de conservación y abastecimiento de sus víveres. En una de esas travesías, Colón afirmaba que las pieles de animales y también herramientas a base de

vegetales no solucionaban el problema de la conservación de sus alimentos, ocasionando que estos entren en un estado de descomposición, desencadenando problemas de alimentación en su tripulación, alimentándose con lo poco que se consideraba fresco o terminar alimentándose de productos en descomposición. El problema era tal, que empezaban a idealizar conservas a base de barro, cerámica y madera que tras el paso del tiempo estos inventos iban evolucionando acorde a mantener los alimentos lo más frescos posible, permitiendo que estos envases sean considerados como un factor primordial para la venta, comercialización y consumo de los humanos de aquella época. (Carreño, 2016).

Una vez expuesto la razón por la que el *Packaging* es importante desde ya mucho tiempo atrás, los principales objetivos que tiene este proceso en un producto que es perecible como el café, tiene un gran impacto en la cadena de distribución. Como principales objetivos del *Packaging* tenemos que el *Packaging* permite mantener y conservar los elementos nutricionales y alimenticios del producto en perfecto estado desde la producción del mismo hasta la adquisición de este por parte del consumidor. (Carreño, 2016).

Como segundo objetivo principal, el *Packaging* esta fuertemente relacionado con el marketing y las prácticas de mercadeo, debido a que el envase al que se encuentra el producto debe tener cualidades físicas que permitan la atracción de adquirir el producto por parte del consumidor. Y, en tercer lugar, el *Packaging* sustenta igualmente la seguridad que mantiene el producto junto con el consumo del cliente, permitiendo de esta manera generar confianza al cliente y asimismo incrementar el volumen de aceptación de este en el mercado de consumo. (Carreño, 2016).

3.3.2.1. Características del *Packaging*

Como el *Packaging* es usado como el transporte que alberga la calidad y las propiedades del producto, el *Packaging* también es usado como una alternativa adicional en el mercado como es el diseño de el empaçado que se utiliza de manera atractiva, significando de este modo, que el *Packaging* va mas allá de solo la conserva del producto. (Regalado, 2021). A continuación, se describen las características que este proceso genera dentro de su ejecución:

- Resistencia: Permite que el producto se mantenga protegido frente a cualquier fuerza o cambio externo que difiera sobre su calidad.
- Hermeticidad: Provee la seguridad que el envase proporcione al producto frente a los factores externos como la humedad, el agua, los rayos ultravioletas, los insectos y la suciedad en especial.
- Apertura / Cierre: Permite que el envase sea manipulado ya sea para abrir o cerrar el producto sin que el envase se deteriore.
- Esterilidad: Otorga la seguridad y la sanidad que el producto fabricado no ha sido manipulado después de su fabricación.
- Ergonomía: Facilita que el producto sea manipulado sin generar mayor esfuerzo durante su selección.
- Adaptabilidad: Permite que el producto se mantenga fresco y seco frente a los cambios externos y que este pueda preservarse ante cualquier cambio del entorno en donde se coloque.
- Comunicación: Garantiza el contacto, presentación e información del producto en donde se establece la cantidad, la dosificación, el origen, los valores nutricionales y demás consideraciones que debe mantener el producto afín que el consumidor tenga en cuenta la calidad en la que se encuentra el producto.
- Globalidad: Asegura que el producto pueda ser comercializado en los mercados internacionales prevaleciendo la calidad del producto y adicionalmente generar valor al consumidor externo.
- Sustentabilidad: Procura que el envase utilizado sea de preferencia amigable con el medio ambiente proporcionando un nivel mínimo de recursos y a su vez sea fabricado con material reciclado.

Cada característica existente dentro de los aspectos que deben ser considerados al momento de surtir algún producto ya sea tanto de forma sólida o líquida, seca o húmeda, al por mayor o al por menor; da la seguridad que los productos se mantengan plenamente protegidos del exterior en el proceso de distribución y transporte de las mercancías, especialmente si se lo exporta debido a que ya sea el mercado internacional que se planea exportar, este sigue ciertas condiciones regulatorias para cualquier tipo de producto. De tal forma que, el envase utilizado debe proteger los objetos de cualquier daño de manera que este se mantenga en un excelente estado. (Carreño, 2016). A continuación, se encuentra con los tipos de *Packaging* que pueden presentarse de acuerdo al producto.

3.3.2.2. Tipo de *Packaging*

De acuerdo a las facilidades de presentación de café, además de que el empaquetado de este permita su conservación, asimismo, la apariencia del envase definitivamente juega un papel importante a la hora de influir en los consumidores para despertar su deseo de compra, ya que los envases transmiten imágenes o ideas a los consumidores y crean un vínculo emocional en los consumidores hacia los productos que perciben. (Harith, Zakaria, & Ting, 2014).

De acuerdo con la Norma Técnica Ecuatoriana NTE-ENEN Número 1123 del Instituto Ecuatoriano de Normalización, normativa técnica que regula los productos basados en el café tostado en grano o molido. Se plantea una serie de envasado de *Packaging* de este producto aplicados al café tostado en grano y café tostado molido. Plantea requisitos siendo estos los siguientes:

- a) El material utilizado para albergar el café tostado molido debe estar completamente limpio, estéril, sanitizado y seco.
- b) El recipiente o envase debe estar fabricado a base de materiales, sustancias y reactivos ideales que cumplan un grado alimentario ideal.
- c) El empaque debe mantenerse libre de agentes externos como la humedad, el viento, y el calor directo de los rayos UVV y UVA solares.

Por otra razón, el *Packaging* actúa como "vendedor silencioso" o "vendedor en el estante" debido a su propósito de atraer a los consumidores a comprar los productos. Por lo tanto, los elementos del envase, como el texto, el color y las formas; estas cualidades son importantes para cambiar la percepción de los consumidores hacia el producto. Una vez que el aspecto del envase de los consumidores, éstos podrían comprarlo independientemente de la marca de gama alta de los consumidores, es posible que los compren, independientemente de que la marca sea o no de gama alta o no. A continuación, se cuenta con las siguientes variedades de envases para albergar café relacionado con su presentación y *Packaging*. (Harith, Zakaria, & Ting, 2014).

a) Bolsa para Café Trilaminada

Comúnmente, esta categoría de envase especializado para albergar café está compuesta por tres principales materiales, siendo estos el Tereftalato de Polietileno “PET”, Tereftalato de Polietileno Metalizado “MET PET”, y el Polietileno “PE”. (Rincón, 2020). Siendo estos los principales materiales utilizados en la bolsa para preservar las propiedades del café como puede ser, la frescura, el aroma y el sabor del mismo por un período determinado.

En adición, la bolsa trilaminada se la conocer por estar a mas de estar compuesta por estos tres principales materiales, también esta integrada por varias formas de presentación de acuerdo a las preferencias y facilidades de uso por parte del consumidor, siendo estas de estilo:



Figura 1: Imagen Referencial de Bolsa Trilaminada. Fuente: (BolsasParaCafé, 2022).

Bolsa Trilaminada con Válvula: Esta versión de envase permite que la bolsa opte por contar con una válvula especial que permita liberar la presión y los gases que se encuentren en ella sin que esta sufra algún daño interno como una “explosión”.

Adicionalmente, este tipo de empaque es utilizado para liberar los gases que produzca el café y que ocasione que el producto se deteriore, como es el caso del dióxido de carbono. (Rincón, 2020).



Figura 2: Imagen Referencial de Bolsa Trilaminada con Válvula. Fuente: (AgroindustrialPlus, 2022).

Bolsa Trilaminada Con Cierre Hermético: Afín de mantener la bolsa con la calidad e imagen externa sin daños, esta bolsa cuenta con una apertura especial que permite que esta sea abierta, cerrada o viceversa sin que esta sufra un desgaste al momento de usarla. (Rincón, 2020).



Figura 3: Imagen Referencial de Bolsa Trilaminada con Cierre Hermético. Fuente: (ComBi, 2022).

b) Bolsa para Café Tipo Pouch

Esta variante de bolsa conocida generalmente como envase Pouch, se caracteriza por tener la ventaja de ser flexible, este envase ayuda a ser más económico, tiene la generalidad de albergar las propiedades de los alimentos por mucho más tiempo, y es más ligero de transportar. (Rincón, 2020).



Figura 4: Imagen Referencial de Bolsa tipo Pouch. Fuente: (Pixelica21, 2022)

c) Bolsa para café con Fuelles

Comúnmente, esta categoría de envase es usado para fines que van mas allá de la conservación, sino que además de brindar un correcto margen de preservación, también permite ser usado para fines estéticos o de exhibición; quiere decir, que el envase esta diseñado para que este se mantenga firme por sí solo. (Rincón, 2020).

Al igual que la bolsa para café trilaminada, esta versión de *Packaging* también cuenta con diferentes versiones compuesta con válvula, con zipper, y con fuelles laterales. (Rincón, 2020).



Figura 5: Imagen Referencial de Bolsa con Fuelles. Fuente: (Bolenvase Packaging, 2022).

d) Bolsa para café Tipo Almohada o Pillow Pouch

Debido a su sencillez en albergar el café, esta bolsa es característica especialmente en mantener el producto de forma fresca y aislada de los factores externos como la humedad de forma segura el producto; este modelo de bolsa es igualmente accesible debido a su aceptación en el mercado, implicando de este modo que sea fácil de transportar y almacenar café. (Rincón, 2020).



Figura 6: Imagen Referencial de Bolsa tipo Almohada o Pillow Pouch. Fuente: (ComBi, 2022).

3.3.2.3.Requisitos de *Packaging* para Café Tostado Molido

De acuerdo con la Norma Técnica Ecuatoriana NTE-INEN Número 1123 del Instituto Ecuatoriano de Normalización, normativa técnica que regula los productos basados en el café tostado en grano o molido. Se plantea una serie de requisitos de *Packaging* de este producto aplicados al café tostado en grano y café tostado molido. Plantea requisitos siendo estos los siguientes:

- a) El café tostado molido debe ser procesado de acuerdo al reglamento CPE INEN-CODEX Número 1.
- b) El café tostado molido debe contener su aroma, sabor, color característico del mismo y no deben ser alterados.

c) El café tostado o molido debe ser elaborado cien por ciento a base de puro café, es decir, debe ser elaborado completamente a los granos del café.

Finalmente podemos definir que, por *Packaging* nos referimos al desarrollo, conservación, innovación y tecnología que a raíz de la producción especialmente de alimentos son un aspecto indispensable al momento de ejercer la venta, distribución y comercialización del producto destinados al consumidor final. Dentro del desarrollo de esta actividad, esta mantiene su objetivo de conservar los alimentos y víveres en general nació en la época primitiva y en la época de la colonización se empezó a idearla como un mecanismo de conservación. (Carreño, 2016).

3.3.3. Almacenamiento

Dentro del factor almacenamiento, en nuestro país especialmente, la mayoría de empresas dedicadas a la producción de bienes alimenticios como es el caso del café, las condiciones de almacenamiento de estas no cuentan con las directrices, recomendaciones y cuidados que el café requiere para salvaguardar la calidad y sus propiedades de este en nuestro país, implicando que este factor afecte directamente en la cadena de valor del café en el mercado, especialmente en aquellos mercados externos donde los requerimientos internacionales son estrictos y tienden a dificultar la entrada de este producto al mercado. En Ecuador, este problema implica que el café sufra un deterioro considerable en su calidad, aroma, sabor, o color de la semilla a causa de los factores externos del entorno.

3.3.3.1. Factores Negativos de un Incorrecto Almacenamiento

Cada uno de estos factores ocurren debido a una falta de innovación, cuidado y desarrollo de tecnologías que permitan conservar el café tostado en condiciones óptimas para su manejo, siendo las causas los problemas de ventilación relacionados al lugar de almacenamiento, la cubierta donde se almacene el café tostado, el incorrecto almacenamiento de café directamente en el suelo provocando que la humedad y el contacto directo con el suelo genere un impacto negativo en el producto. (Ramos & Castaño, 2020).

a) Patógenos Contaminantes

Como principales factores que tienden a complicar el estado de las semillas del café y siendo estos como principal amenaza es la presencia del mico toxinas, siendo la más grave la mico toxina Ocratoxina A, conocida generalmente como mico toxina OTA, la cual es producida por determinados agentes fungís como son el *Aspergillus ochraceus* y el *Penicillium verrucosum*, siendo conocidos como contaminantes para el consumo de alimentos para el ser humano. (Mofeta, 2008).

Adicionalmente, la mico toxina OTA al ser uno de los principales problemas al momento de preservar el café dentro del margen ideal de preservación del café, especialmente en su estado tostado; existen demás factores que inciden en la alteración de la semilla siendo estos igualmente factores externos como la prevalencia de seres invasores como son los insectos, los roedores, los artrópodos, etc. (Ramos & Castaño, 2020).

Dentro de otro factor incidente en la pérdida de la calidad parcial o total del café se ubica asimismo la degradación del café a causa de la degradación natural de los alimentos especialmente frescos, que en el caso del café no es la excepción, como es la proliferación del proceso de oxidación de los lípidos a causa de los cambios en las enzimas y el crecimiento de degradación a causa de los microbios presentes en el ambiente, prevaleciendo de mayor probabilidad en las condiciones climáticas en las que se mantenga el café, comúnmente en la región costera insular de nuestro país. (Ramos & Castaño, 2020).

b) Insectos

Otra razón adicional por la que es imprescindible la importancia de una correcta implementación de un plan de almacenamiento es para evitar la presencia de insectos. La prevalencia de plagas aumenta cuando las condiciones de almacenamiento no son las adecuadas, permitiendo que insectos puedan acceder a contaminar los granos, las semillas o las reservas de café que no se encuentren bajo protección de un ambiente óptimo; provocando que el café sea dañado, la plaga se expanda a demás reservas y considerando el producto como contaminado el cual ocasiona pérdidas. Dentro de los insectos que afectan especialmente a los granos de café son: los escarabajos, las polillas y los gorgojos que afectan las instalaciones donde se encuentra almacenado el café. (EcoLab, 2022).

c) Roedores

Al ser uno de los mamíferos con mayor prevalencia en el mundo, los roedores como ratas y ratones son considerados como plagas, puesto a que su principal sustento de alimentación se basa en alimentos, desechos y basura que por lo general afectan a diferentes productos; implicando de este modo la principal causa de daños en los procesos de almacenamiento, transporte y distribución de alimentos a nivel mundial. (SaneAgro, 2015).

No solamente la prevalencia de estos roedores equivale a los daños que ocasione este directamente sobre los envases o el tipo de *Packaging* a utilizar, sino que, los roedores son agentes contaminantes debido a que son considerados como huéspedes de enfermedades altamente infecciosas para la salud y el bienestar del ser humano, siendo como principales enfermedades: la peste bubónica, la fiebre de mordedura de ratón, el virus de la rabia, la ictericia, etc. Las cuales cada una de estas son derivadas a causa de los residuos que esta plaga genera. (SaneAgro, 2015).

3.3.3.2. Condiciones Óptimas para un Almacenamiento Adecuado

Existe una serie o cadena de condiciones que permiten un correcto almacenamiento de café afín de mantener la seguridad del producto afín de evitar alteraciones en este como brocado, el moho, decoloraciones, etc. Que pueden influenciar defectos en su calidad como el cambio del sabor, del olor y de la apariencia del café, el cual afectan la inocuidad del mismo que una vez presentados, es imposible revertir los procesos de producción. (Puerta, 2015).

Debido a la constante variabilidad geográfica y climática a la que se encuentra el café es necesaria la implementación de las siguientes recomendaciones afín de evitar la generación de amenazas externas que impliquen un daño al mismo, siendo estas las siguientes:

- a) Un nivel de humedad en el grano de café entre el 10% y 12%.
- b) Un volumen de humedad aproximado relativo a los 65%.
- c) Una temperatura máxima de 20 grados Celsius o 68 grados Fahrenheit.
- d) El uso de costales, sacos, sacas, talegos, quilmas o fardos constituidos generalmente a base de yute o el uso de sistemas herméticos de café.

- e) Las instalaciones de almacenamiento y bodega de los costales de café deben estar destinadas siempre al aprovisionamiento de este, evitando compartir con demás productos, materiales o suplementos que no estén relacionados estrechamente con este.
- f) Uso de *Pallets* especializados para albergar café, estando estos separados del piso con una altura aproximada a los 50 centímetros. La cantidad máxima de paquetes que deben ser manipulados a mano es de 25 Kg y está cada vez más limitado a 15 Kg para adaptarse a la mano de obra femenina. Lo más habitual es manipular la carga mecánicamente, normalmente utilizando una transpallet, aunque también se puede hacer usando una carretilla elevadora, una máquina paletizadora o un paletizador automático.

Dentro de la descripción del tipo de *Pallet* especializado para el almacenamiento de café, se recomienda el *Pallet* de madera debido a su aceptación en el mercado internacional especializado en el tráfico de exportaciones e importaciones de productos. Dado el tema, el *Pallet* de madera debe tener una certificación especial para que este acceda al mercado internacional, siendo uno de las certificaciones más importantes la certificación de las Normas Internacionales de Medidas Fitosanitarias y Reglamentarias de Embalaje y Almacenamiento aparada en el comercio internacional NIMF 15. Su principal razón de uso de este material de madera es debido a la prevención del surgimiento de plagas.

g) Desinfección de *Pallets*

Según la Reglamentación del Embalaje de Madera Utilizado en el Comercio Internacional – NIMF 15, es importante implementar mecanismos de desinfección de *Pallets* de madera mediante cuatro tipos de tratamientos, siendo estos: El tratamiento con calor mediante cámara de vapor, Tratamiento con calor a base de calentamiento dieléctrico, Tratamiento con Bromuro de Metilo, y el Tratamiento con Fluoruro de Sulfurito.

h) Países que acogen esta medida

Actualmente existen países que dado el alto índice de comercio internacional que reciben, han optado por exigir forzosamente esta norma, siendo estos:

- América: Estados Unidos de América, Canadá, México, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Colombia, Ecuador, Perú, Chile, Argentina, Uruguay, Bolivia, Brasil, República Bolivariana de Venezuela, Trinidad y Tobago.
- Europa: La Unión Europea, Ucrania, Bielorrusia, Croacia, Suiza y Noruega.
- Asia: República Popular China, República de Corea del Sur, Territorios de Hong Kong, Taiwán, Filipinas, Indonesia, India, Japón, Malasia y Sri Lanka.
- Oriente Próximo o Medio Oriente: Líbano, Israel, Jordania, Turquía, Siria y Omán.
- Oceanía: Australia y Nueva Zelanda.
- África: Egipto, Seychelles, Nigeria, Sudáfrica, Malawi.

Finalmente, es imprescindible conocer que el tipo de plataforma es uno de los elementos más importantes en la exportación. Generalmente, se utiliza como soporte de la mercancía, ya que facilita el levantamiento y manejo de la carga. Existen pallets de madera, de plástico y de otros materiales, como cartón o conglomerado. También pueden clasificarse en función de su durabilidad, puesto que los hay de un solo uso y de servicio, que pueden emplearse en repetidas ocasiones.

3.4. Discusión y análisis de los factores para la exportación de café tostado molido hacia el mercado de Turquía

Con el fin de obtener y analizar la información, se desarrolla este capítulo dedicado a la entrevista a expertos, en el cual se trató de obtener distintas posturas, opiniones, consideraciones y consejos. Igualmente, gracias a la recolección de información, se implanta por este medio el uso y establecimiento de las herramientas de investigación empírica y primaria que nos permitirán determinar las conclusiones y recomendaciones

con la función principal de fortalecer el tema de nuestro Plan Logístico De Exportación De Café Tostado Y Molido Proveniente De Las Islas Galápagos Hacia El Mercado De Turquía. Dentro de esta parte, en primer lugar, se revelan los materiales y métodos utilizados para la recolección de información, seguido de la interpretación y análisis desarrollados a través de las entrevistas realizadas a colaboradores especializados en el tema logístico, exportador, y adicionalmente con un conocimiento amplio sobre la cadena de distribución internacional.

3.4.1. Materiales y Métodos de la Indagación Empírica

A continuación, se realizó la aplicación de entrevistas a personas idóneas especializadas en áreas de exportación, producción, logística y comercialización de productos a base de café granulado en el mercado tanto internacional como local.

Dentro del desarrollo de las entrevistas, se contó con cuatro expertos del tema, siendo estos los docentes Spitzer Herman, docente especializado en Estrategias de Negocios Digitales (*Digital Business Strategies*), de la Facultad de Administración y Ciencias Contables de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador; Romero Andrade Carlos Alberto, docente y especialista en logística, operaciones y políticas dedicadas al comercio exterior. Por otro lado, se contó con la ayuda de Carrasco Santiago, empresario y economista perteneciente a la compañía Café Minerva Sociedad Anónima S.A. ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito. Y finalmente, con Ismael Mogrovejo, docente y especialista en cadena de suministro y comercio internacional de la facultad de ciencias administrativas y contables de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Como objetivo de esta investigación empírica, esta está enfocada en la recolección, indagación, y análisis de los factores basados en el proyecto tales como los factores: social y geopolítico; económico, y comerciales aplicados en la cadena de distribución. Que, dentro de estos factores mencionados, se plantea analizar la percepción, postura y opiniones vertidas de los entrevistados que intervienen en la exportación de este producto, con el fin de analizar los distintos lineamientos que permiten conocer la factibilidad de relacionar un proceso exportador desde Ecuador hasta Turquía.

Para esto se elaboró un formato de entrevista semiestructurada (Anexo 2), misma que fue enviada por correo electrónico a los expertos, de 24 a 48 días de antelación, para que así, el entrevistado tenga claro el contexto del tema de investigación, antes de ejecutar la

entrevista como tal. La entrevista consistía de 6 preguntas totalmente abiertas, donde la primera pregunta esta basada en el factor social y geopolítico, mientras que la segunda pregunta, al contrario, esta basada en un factor económico. Y finalmente las últimas cuatro preguntas fueron dedicadas en base al factor comercial aplicado a la cadena de distribución. Cabe destacar que, cada una de las variables establecidas en este documento se encuentran alineadas con el rol de las variables esenciales del formato de entrevista. De esta manera, se presenta a continuación la tabla 1, donde se ha desarrollado la identificación y estructura de cada variable y que dentro de estas se encuentran las preguntas que fueron aplicadas a los expertos afín de obtener información desde un enfoque profesional.

Tabla 1: Matriz de Variables del estudio empírico

FACTOR/ FACTORES	VARIABLES ESENCIALES	DESCRIPCIÓN / DEFINICIÓN
SOCIAL Y GEOPOLÍTICO	POLÍTICA EXTERIOR	Este factor determina la importancia de las relaciones bilaterales en la que se encuentran dos países distintos y que a su vez plantean establecer relaciones comerciales, institucionales, de seguridad y empresarial que permiten asegurar sus relaciones.
ECONÓMICO	ACUERDOS COMERCIALES BILATERALES	En este factor, se determina la actividad e importancia de la aplicación de establecer acuerdos comerciales que permiten crear iniciativas de exportación e importación entre dos o más países.
COMERCIAL	MEDIO DE TRANSPORTE	Esta variable permite analizar el medio de transporte indicado para agilizar la cadena de distribución de café considerando factores importantes como el tiempo y las dificultades operativas en los diferentes terminales marítimo, causado por la pandemia
COMERCIAL	DISEÑO Y TIPO DE EMPAQUE	Dentro de esta variable, se estudian los requerimientos y cuidados especiales que debe seguir el producto antes de proceder con el proceso de exportación al país de destino y, que, de esta manera, nos permitirá salvaguardar la calidad del mismo.

COMERCIAL	ESTRATEGIA DE TERCERIZACIÓN DE LA ENTREGA	Tipos de operadores logísticos apropiados para el desarrollo del proceso de exportación, en el marco de las denominaciones, 1PL, 2PL, 3PL, 4PL o 5PL, que se ajustan mejor a nuestro plan de exportación.
COMERCIAL	ESTRATEGIA DE CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL	Certificaciones disponibles en el comercio internacional que contribuyen positivamente en el mejoramiento de la imagen del sector cafetalero de Ecuador

Fuente: Elaboración Propia

Para la elaboración de este paso, primeramente, se procedió con la selección de expertos y profesionales especializados en los campos de exportación, logística internacional y comercio mediante una búsqueda minuciosa y detallada de expertos con un nivel de conocimiento idóneo y con un dominio apropiado para que estos sean quienes brinden la información necesaria para elaborar este marco de preguntas. En base a esto, para poder ejecutar este proceso, se llevo a cabo el contacto de cada uno de estos especialistas de manera electrónica ya sea por mensajería instantánea y por medio del correo electrónica; asimismo, se trato de encabezar el contacto con los expertos de manera presencial. En segundo lugar, al entrevistado se le comunicó el motivo por el cual se llevaba el presente trabajo y que su participación dentro de este conversatorio es fundamental para el desarrollo de esta investigación. Finalmente, en un tercer lugar, junto con el experto se llevo a cabo el agendamiento de una cita ya sea de manera virtual o presencial, afín de llevar a cabo la entrevista. Finalmente, una vez establecida la cita, se llevo a cabo el envío de la matriz de variables donde se establecían las preguntas con la justificación de que el entrevistado conozca y obtenga un contexto acerca del trabajo de titulación.

Para el desarrollo de las entrevistas a los expertos, estas fueron ejecutadas y obtenidas en la quinta y última semana del mes de noviembre, exactamente entre el 28 de noviembre al 01 de diciembre del presente año 2022. Las entrevistas fueron organizadas vía telemática por medio de la plataforma digital de videoconferencias ZOOM y, por otro lado, se llevo igualmente de manera presencial, mismas que tuvieron aproximadamente una duración de entre 30 a 50 minutos prestados por parte del entrevistado. Adicionalmente, las entrevistas fueron organizadas en tres partes, la primera que consistía en una breve presentación del tema, un cálido y generoso agradecimiento por parte del estudiante al experto, y una breve presentación de como iba a realizarse dicha entrevista. En una segunda parte, consistía en la ejecución de cada pregunta afín de que el experto se sienta libre en responderlas. Y finalmente, en un tercer y último punto, se procedió con el cierre de la entrevista sin antes agradecer de manera cordial los minutos que se llevo a cabo dicha entrevista. Posteriormente, las entrevistas fueron grabadas y obtenidas gracias al consentimiento de los individuos, destacando que el material utilizado no sería manipulado y que este se utilizaría única y exclusivamente para fines académicos ligados al desarrollo de este proyecto. Una vez finalizadas las entrevistas , se procede a elaborar un resumen de todas las respuestas para que de esta manera, proseguir con el análisis e interpretación de estas, mismo que se presenta en el siguiente apartado

3.4.2. Análisis de Resultados

Con el objetivo de analizar la información recabada a través de las entrevistas a expertos, a continuación, se describe de forma precisa y meticulosamente las siguientes deducciones a las que se ha arribado desde los temas ya establecidos. Que, gracias a su colaboración, tiempo y atención brindada a la respuesta de cada pregunta que fueron respondidas de manera completa y clara, se presentan los resultados alcanzados y adicionalmente el análisis correspondiente de cada uno de estos mediante la clasificación operativa y estratégica, en el cual se establecen los factores social y geopolítico, económico, y comercial en la cadena de distribución.

En base a las entrevistas que se llevaron a cabo y en donde estas fueron respondidas con exactitud por el grupo de expertos, como principal recompensa se llegó a una gran variabilidad, extensión y maximización de información que dentro de este sirvieron como apoyo en cuanto al estudio, desarrollo y análisis de los temas involucrados dentro de este proyecto como lo fueron los planes, las estrategias, las políticas, las certificaciones y las probabilidades comerciales que bien pueden sobrellevar las exportaciones de alimentos con alto desempeño productivo producidos en nuestro país hacia el mercado externo, no solo el de Turquía.

En cuanto al desarrollo de la discusión de los elementos económicos, hemos evidenciado ciertas dificultades y limitaciones que si se llegasen a presentar, afectarían de manera dramática y deficiente a los exportadores ecuatorianos, especialmente a aquellas empresas categorizadas como pequeñas y medianas empresas, debido a que pueden resultar fuertemente afectadas por los temas de exportación; como bien pueden ser tiempo, procesos, manejo de carga, salida de la mercadería e ingreso de la misma al país de destino, etc. De tal manera que el problema no es el requerimiento legal, sino, los medios y maneras para obtenerlos de manera pronta, eficiente y sencilla.

3.4.2.1. Análisis Social y Geopolítico

La República de Turquía es considerado como una de las naciones del mundo en el cual, la política es indeclinable, importante y vital dentro de la rama de las prácticas del comercio exterior. Donde en el comportamiento político de este país influyen factores tanto globales como internos. Dentro de este argumento, existe el caso del conflicto de la guerra ruso-ucraniana, considerado como un conflicto bélico entre la Federación de Rusia y Ucrania, que se halla actualmente en curso y que se extendió tras el tenso período de la crisis ruso-ucraniana de 2021-2022, conflicto que el 24 de febrero de 2022 en el cual Turquía se encuentra estrechamente relacionada con las medidas de negociación entre las dos repúblicas sin preferencia de ningún fallo a favor de estos países.

Añádase a esto, otro aspecto de gran interés es la ideología en el cual Turquía ha actuado como mediador principal de este conflicto que inició el 8 de marzo del año 2022. Posteriormente, el 10 de marzo del presente año, los Ministros de Relaciones Exteriores Serguéi Lavrov y Dmytró Kuleba plantearon una reunión en Turquía para conversar en el primer contacto de alto nivel entre las dos partes desde el comienzo de la incursión militar. El conjunto de las negociaciones ha permitido avances en un plan de 15 puntos que garantizaría un alto el fuego y la retirada de los rusos siempre que el gobierno ucraniano se comprometa con la neutralidad de este frente a la interferencia de los países occidentales conformados principalmente por los Estados Unidos de América, la Unión Europea, Australia, Nueva Zelanda, Japón, Corea del Sur, entre otros.

En lo que respecta el proceso de exportación hacia el mercado de Turquía, la importancia de crear, mantener y reforzar los acuerdos Comerciales por otro lado permite que estos acuerdos de comercio entre varios países permiten generar beneficios económicos. Estos beneficios económicos permiten tener la posibilidad de crecer de manera comercial, en la cual el comercio exterior incentiva la generación de utilidades, ayuda a mantener las fronteras comerciales abiertas. En el cual, es importante tener en mente la cantidad de un producto que se vaya a comercializar de manera internacional, puesto a que es importante reconsiderar aspectos físicos de una exportación como puede ser el volumen, la cantidad, el nivel de producción del café, especialmente el de Galápagos debido a que la oferta puesto a que en ciertos casos la oferta no podría cubrir la demanda.

Dentro de una relación directa entre Ecuador y Turquía, existen otros beneficios en los cuales estos podrían beneficiar de manera positiva nuestra economía puesto a que al ser un mercado nuevo, las probabilidades de que el producto como es el caso del café tostado molido sea exitoso es seguro, debido a que Turquía al ubicarse en un punto estratégico que bien puede ser Europa, Asia y África, la oportunidad de segregar un producto extranjero proveniente del continente americano podría permitir que demás mercados, demás importadores y consumidores sientan el interés de adquirir un producto nuevo que de por si puede ayudar a generar valor y también a incrementar la producción de productos semielaborados.

3.4.2.2. Análisis Económico

Otro aporte importante es la devaluación de la lira turca, puesto a que este factor incide directamente en la economía de Turquía, y ocasiona a que esta sea recomendable para la incursión de las mercancías extranjeras. Siendo que esta ventaja permita afianzar de manera voluminosa el flujo comercial entre Turquía y el resto de los países con los que goza sus relaciones comerciales, entre ellos Ecuador. En el cual, en el caso de nuestro país, existe mayores oportunidades de exportar no únicamente café tostado molido, sino adicionalmente productos semielaborados capaces de que el sector cafetalero seria uno de los varios sectores agroalimenticios que se pueden hallar beneficiados.

Turquía al ser un mercado de consumo moderado de café, este puede significar que el nivel de satisfacción de una exportación de café ecuatoriano proveniente de las Islas Galápagos sea limitado o incluso no tenga un margen de aceptación adecuado por parte del consumidor final debido a las preferencias dadas por el café turco frente al café de las Islas Galápagos, aunque cabe resaltar que Turquía al ser un país que no produce café y sus derivados, las preferencias comerciales de Turquía al momento de importar café provienen de países cercanos a este como por ejemplo, Etiopía, Uganda, Tanzania, Kenia, y Camerún, países ubicados en el continente africano.

Por otro lado, el tema de los costos que incurren dentro de un proceso de exportación internacional también requiere de un estudio previo por la razón de que los costos de llegar a un mercado que en si geográficamente es lejano y distante, el nivel de incremento de los costos que equivaldría exportar café ecuatoriano hecho en las Islas Galápagos

podría tener un índice de beneficios menor y, al contrario, el costo de incurrir a este mercado puede que sea limitado.

Un elemento adicional para garantizar el crecimiento y desarrollo de los países es como se lo había mencionado anteriormente dentro del análisis anterior [3.4.2.1.](#), implementar la herramienta de los acuerdos comerciales avala a un estado a que mantenga sus puertas comerciales abiertas, permita recibir y destinar sus mercancías y de países extranjeros.

Además de establecer una relación comercial donde se permita ejecutar exportaciones e importaciones con Turquía, existen otros países que pueden tener un mismo efecto positivo en cuanto a las exportaciones ecuatorianas, siendo estos aquellos países de Europa del Este, como son el caso de los países de Rumania, Hungría, Bulgaria, Grecia, Polonia, Lituania, Letonia que dentro del mismo comportamiento de consumo de Turquía, son países que de la misma manera demandan un consumo de café igual o mayor a la de Turquía que si a pesar de no tener una relación de libre comercio con el país, son países que pueden ser categorizados como importadores potenciales de café ecuatoriano.

3.4.2.3. Análisis Comercial

Como ámbito comercial post pandémico es notable que, es recomendable aplicar la política *Just in Time* en los procesos no solo exportadores de mercancías, sino también en los procesos productivos en el cual este término *Just In Time* es aquella técnica originalmente creada para la organización de la producción cuyo propósito es el de contar únicamente con la cantidad necesaria de la mercancía, en el tiempo y en el lugar determinado afín de evitar cualquier sobrante o componente que no aporte valor.

Una recomendación para incentivar el flujo marítimo de café hacia el mercado turco, es mediante la implementación del transporte multimodal en el cual uno de los mas convincentes y adecuados es el transporte marítimo, puesto a que este modelo de trasporte es generalmente usado por compañías e importadoras que exportan e importan altos volúmenes de carga de mercancías bajo la desventaja de que este medio de transporte sacrifica el factor tiempo el cual, puede no ser convincente en el caso de que se tome en cuenta el procedimiento de agilización de tiempo como el *Just In Time*, aunque este siempre puede ser cumplido a través de la implementación del transporte aéreo, el que el más adecuado, debido a que este puede cumplir ambas modalidades de transporte como

realizan compañías logísticas, en la cual establece el transporte marítimo en caso de que se realice viajes intercontinentales o aéreos en caso de que sean necesarios.

La República del Ecuador, al no poseer barcos o navieras propias y especializadas en la carga de mercancías, el país opta por reservar un cierto límite de cupos disponibles para poder almacenar sus mercancías, en el cual basados en el tamaño del volumen de exportación para el producto de café tostado molido podría fácilmente albergar un espacio no tan grande ni tan pequeño para realizar su proceso de exportación. Además de analizar las variables comerciales basadas en el medio de transporte, el diseño, el tipo y el diseño del empaque. De este modo, afín de salvaguardar el producto frente a los agentes externos como el calor, la humedad, los microorganismos es de gran consideración que el empaque influye de manera prioritaria debido a que el empaque principalmente debe cumplir con lineamientos de control fitosanitario.

Cuando se piensa por exportación de café hacia la República de Turquía, es importante garantizar que el producto no pase de ser transable a no transable. Es decir, con transable se habla de que el producto tenga cierta facilidad de entrar a un mercado externo sin tener trabas o limitaciones durante su llegada. Lo que, al contrario, un producto que se vuelve no transable implica que existe una mayor dificultad en entrar a un mercado determinado y eso a su vez puede reducir el índice de desempeño del producto. Es por estas razones que para que el empaque de un cierto producto como es el caso del café, tenga una aceptación adecuada es importante que el envasado y en sí el packaging del café sea llamativo, este debería contar con dos modalidades de packaging de café siendo la presentación en cristal con la razón para que este empaque mantenga las propiedades y los estándares del café para que este sea exportado sin mayores problemas.

Otra razón adecuada para entender mejor la dimensión, es debido a que por temas de precios y preferencias el consumidor el envase de vidrio genera una mejor visión e intención de compra de café que por un empaque trilaminado o en versión de sachet. Sin embargo, se considera que el empaque adecuado y óptimo para exportar a un país lejano como es el caso de Turquía, este sea exportado mediante la aplicación de un envase trilaminado o en pouch el cual es más fácil de transportar, el costo de producción de empaque es menor que el de versión de cristal, tiene un peso menor, y el costo de transporte será menor.

Adicionalmente, el empaque será también de mayor importancia cuando en términos de marketing el producto trate de resaltar los orígenes del café ecuatoriano, de la historia de como el café de las Islas Galápagos estará impregnada en la imagen del café y asimismo, las cualidades físicas del mismo afín de que los consumidores sientan interés o cierta inclinación por degustar un producto que se encuentra fuera de sus preferencias cotidianas de café, especialmente si el producto se llegase a exhibir en cafeterías boutique, restaurantes de alta degustación o cafeterías gourmet.

Notemos, además que basados en el tipo de operador logístico a utilizar es necesario que este operador este categorizado como 2PL o 3PL, debido a que este operador logístico debe estar alineado junto con el volumen que se va a exportar, puesto a que el volumen que se incurrirá en una exportación debe adaptarse a la cantidad que se desea exportar, afín de que el costo no sea exagerado y se pague por un espacio que no se utilizaría del todo, otra razón por la que el operador logístico debería estar ubicado en un nivel 2PL o 3PL es debido a que este operador esta dedicado a envíos menores a diferencia de los 4PL o 5PL que están destinados a almacenar y transportar cantidades grandes. En breves palabras, establecer un operador logístico a nivel 3PL o *Freight Forwarder* es ideal, por el motivo de que permite administrar en cierta parte tener el control de decisión logístico, debido a que, si a mayor se requiere control sobre la exportación, mayor será el costo.

Como último punto aplicado a la importancia de la implementación de la aplicación de una certificación, esta es importante debido a que el importador será el agente que condicione los requisitos que serán suministrados hacia el exportador debido a que tanto el exportador como el propio importador deben seguir los lineamientos necesarios para que el producto pueda entrar fácilmente al mercado, incluso al momento de su despacho. Para ello, la empresa exportadora de café debería implementar una serie de controles de calidad adecuados para que sus practicas puedan ser reconocidas tanto internacionalmente como de manera nacional, de esta forma, la empresa seria reconocida por las partes interesadas dentro y fuera del país de origen.

Las certificaciones a más de avalar la calidad de la producción de un producto también permiten abrir diversos mercados los cuales existen ciertas certificaciones como la certificación “BASC” la cual esta consiste en garantizar que el exportador cumple con los lineamientos sustentables y ecológicos, antifraude, bajos niveles de contaminación ambiental, y de corrupción. Adicionalmente, esta certificación actúa como puerta de

entrada hacia los mercados no solo de Turquía, sino también de Europa y del resto del mundo. Por otro lado, las certificaciones de calidad ISO, Buenas practicas de manufactura, buenas practicas de transporte, buenas prácticas de almacenamiento, buenas practicas de producción, buenas prácticas agrícolas son aquellas que son inevitables para poder establecer una buena imagen en el mercado internacional.

4. Conclusiones y Recomendaciones

La exposición de este proyecto se basó en la detección de la necesidad de realizar un análisis logístico con fines investigativos enfocados en el sector cafetalero ecuatoriano, que se encuentra en una fase de recuperación económica post pandémica. Adicionalmente, se tomó en cuenta el estudio de este sector puesto que, en síntesis, es evidente considerar que el café es uno de los productos primarios más valiosos debido a su gran importancia que mantiene en el mundo actual y que bajo esta afirmación, el café en la actualidad es uno de los productos con mayor consumo, demanda y oferta en el mundo.

La exportación de café de origen ecuatoriano es una de las actividades principales de exportación de productos no tradicionales, entre los que cuentan la producción de alimentos frescos y pre elaborados. Sin embargo, Ecuador a nivel competitivo se ubica después de Colombia, Perú, y Brasil como países exportadores de café a nivel regional. El sector cafetalero al igual que el resto de los sectores de la agroindustria son el principal motor económico del país, lo que esto a su vez se requiere que existan mayores niveles de inversión en cuanto a la producción masiva de café en la región insular lo que tendría la oportunidad de abastecer las necesidades y la demanda del mercado internacional, si este resulta favorable para realizar un proceso de exportación de café tostado y molido.

Como principal modo de incursión a un mercado internacional se toma en cuenta el modo de incursión a través de la exportación debido a que este es generalmente acostumbrado para realizar intercambios comerciales además de permitir que las economías puedan desarrollarse, los mercados estén abiertos y las empresas se mantengan en el tiempo.

En términos de cadena de suministro, la cadena propia del sector cafetalero esta compuesta por varias etapas, considerando cada una de ellas como importantes para la generación de valor que repercute directamente en el producto final o terminado. Bajo esta afirmación, es recomendable que la cadena de suministro especializada en el trabajo, elaboración y acabados para llevar a cabo un producto tostado o molido cumpla con las condiciones fitosanitarias afín de conservar la calidad, las propiedades y las condiciones del café como el empaque, el sabor, el olor, la consistencia, el aroma frente a los agentes externos como la humedad, el viento, y el calor directo de los rayos UVV y UVA solares,

los agentes contaminantes que pueden afectar al café durante su traslado hacia un mercado ubicado fuera del territorio nacional.

La economía exterior determina el desempeño comercial entre varios países. En el caso de Ecuador y Turquía, ambas naciones que firmaron un tratado comercial de preferencias comerciales el 04 de septiembre de 2018 gozan de una relación bilateral estable y óptima que, en base al estudio de la balanza comercial de ambos países, las exportaciones ecuatorianas desde el año 2015 hasta el año 2018 reflejan valores positivos, con una variación del 31.1%, mientras que, para las importaciones entre los mismos años, la variación es del 29.7%.

El *packaging* o empaquetado juega un papel importante en un proceso de exportación puesto que permite que el producto pueda mantenerse fresco y seco dentro de un envase que sea fabricado a base de aluminio, en forma de pouch, afín de facilitar el traslado del producto, mantener el producto en condiciones de inocuidad y bajo un menor costo frente a demás materiales.

Se recomienda que la empresa para poder ser capaz de exportar café tostado molido hacia un mercado externo deba obtener un aval o certificación especial reconocida por el Servicio Ecuatoriano de Normalización – INEN. Afín de poder tener una certificación que permita a la empresa evidenciar una buena reputación para poder exportar de manera justa y adecuada los productos frescos y pre elaborados, como es el caso del café.

Ecuador al estar localizado geográficamente en un punto estratégico extraordinario frente a demás naciones o regiones goza de una importante ventaja geográfica, dado que las condiciones climáticas, la biodiversidad y adicionalmente la variedad de alimentos que se pueden producir es prodigioso. Lo que respecta, la producción de café en su caso, permite que la cosecha, la recolección, la producción y la distribución tengan la ventaja de abastecer al mercado de manera ininterrumpida. Que, además de que esta posicionado parcialmente en el país, la gran variedad de café que se llega a ofertar en el mercado es único frente a las demás clases de café convencionales.

Para trabajos académicos futuros relacionados a lineamientos estratégicos y operativos de incursión del café tostado y molido en el mercado internacional como en este caso fue aplicado el mercado de la República de Turquía. Como tema central de estudio, se puede complementar dicha exposición con la realización de estudios académicos enfocados a la

promoción del sector cafetalero del Ecuador tanto a nivel interno como país, dado que se llega a la conclusión de que este sector está en proceso de crecimiento en el territorio ecuatoriano, en especial en las Islas Galápagos y que, al momento, cuenta con ciertas limitaciones frente a su reconocimiento internacional, lo cual dificulta la exportación del producto en mayores cantidades a su lugar de destino.

Referencias Bibliográficas

Garcia, E. and Alexandra, P., 2018. *Relaciones Bilaterales Ecuador - Turquía*. Ministerio de Industrias y Productividad. Recuperado de: http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/archivos/informes_de_economia_internacional/informe_economia_internacional_ecuador_turquia.pdf

Hurtado, E., 2010. *Relación Comercial Ecuador y Turquía*. Cámara de Comercio de Guayaquil. Recuperado de: <https://www.lacamara.org/website-antes/images/boletines/informacion-comercial/relacion%20comercial%20ecuador%20-%20turquia.pdf>

Banco Central del Ecuador. 2021. *Evolución de la Balanza Comercial*. Recuperado de: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202104.pdf>

Anecafe.org.ec. 2021. *Reporte Estadístico de las Exportaciones de Café*. Recuperado de: <https://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/ANALISIS-ANECAFE-2021.pdf>

Alarcon, L. and Barrezueta, S., 2019. *Análisis De Factibilidad Para La Elaboración De Café Orgánico De Galápagos Para Exportar A Inglaterra*. Repositorio UCSG. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12321/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-508.pdf>

Delgado, P., Larco, A., García, C. and Alcívar, R., 2002. *Café En Ecuador*. Anecafé. Recuperado de: https://www.ico.org/projects/cabi_cdrom/PDFFiles/ECUADOR.pdf

Ico.org. 2022. *International Coffee Organization - Historia del café*. Recuperado de: https://www.ico.org/ES/coffee_storyc.asp

Statista Infografías. 2022. *Infografía: Los países más y menos adictos al café*. Recuperado de: <https://es.statista.com/grafico/23076/consumo-medio-estimado-de-cafe-per-capita-en-2020/>

Cafescandelas.com. 2022. *La historia del café*. Recuperado de: <https://www.cafescandelas.com/el-cafe/historia-del-cafe#:~:text=Los%20historiadores%20sit%C3%BAan%20las%20primeras,hasta%20Ceil%C3%A1n%20y%20la%20India.>

Espinosa, F., 2015. *Modelo De Gestión Comercial De Una Pyme Para La Exportación De Dulces Tradicionales Hacia Chile*. Repositorio.puce.edu.ec. Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10747/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20FABIAN%20ESPINOSA%20S.pdf?sequence=1>

Kan, G., 2019. *LOGÍSTICA INTERNACIONAL DE LA EXPORTACIÓN DE AREQUIPE A MÉXICO*. Repositorio Universidad de América. Recuperado de: <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7458/1/809288-2019-I-NIIE.pdf>

Martínez, S. and De la Cruz, R., 2018. *Capacitación de Certificación Orgánica para Impulsar la Exportación de Café*. Repositorio.upn.edu.pe. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27828/De%20la%20Cruz%20Tel%20lo%20c%20Ruth%20Anabel-Pure%20Martinez%20c%20Silvia.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Alarcón, R., 2018. *Plan de Negocios para la Exportación de Café Grano Verde al Mercado de Alemania de la Cooperativa Agraria Cafetera Juan Albacete*. Universidad Señor de Sipán. Recuperado de: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5058/Alarc%c3%b3n%20P%c3%a9rez%20Rosa%20Liliana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cherres, G., Jaramillo, G. and González, J., 2020. *Exportación de Café Soluble al Mercado Alemán y su Incidencia en el Mercado de Divisas*. Eumed.net. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/08/cafe-mercado-aleman.pdf>

Cotera, N. and Sotomayor, B., 2019. *Producción y exportación de café orgánico de la región San Martín al mercado de EE.UU. durante el periodo*. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42437/Cotera_ON-Sotomayor_VB.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Navas, A., Vacacela, N., & Altamirano Flores, J. (16 de Diciembre de 2020). *ResearchGate. Obtenido de Relaciones Comerciales Entre Turquía y la Región Andina*: https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Altamirano-3/publication/348311122_Relaciones_comerciales_entre_turquia_y_la_region_andina

[RELACIONES COMERCIALES ENTRE TURQUIA Y LA REGION ANDINA/links/5ff789ac299bf140887d7289/Relaciones-comerciales-entre-turqu](https://www.exteriores.gob.es/Documentos/FichasPais/TURQUIA_FICHA%20PAIS.pdf)

Exteriores.gob.es. 2022. *República de Turquía*. Recuperado de: https://www.exteriores.gob.es/Documentos/FichasPais/TURQUIA_FICHA%20PAIS.pdf

Moreno, C., 2020. *Ecuador y Turquía realizan reunión para afianzar sus nexos comerciales*. Recuperado de: <https://www.aa.com.tr/es/mundo/ecuador-y-turqu%C3%ADa-realizan-reuni%C3%B3n-para-afianzar-sus-nexos-comerciales/2066308#:~:text=Ambos%20pa%C3%ADses%20esperan%20cerrar%20en,como%20seguridad%2C%20salud%20y%20turismo.>

Sánchez, P. (27 de Abril de 2022). Repositorio Banco de España. Obtenido de Banco de España: <https://repositorio.bde.es/bitstream/123456789/21015/1/be2202-ne03.pdf>

Cancilleria.gob.ec. 2022. *Acuerdo de Cooperación Comercial Entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de la República de Turquía*. Recuperado de: <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/Acuerdo-Cooperaci%C3%B3n-Comercial-TURQUIA.pdf>

Blum Alcívar Hilda, Flores Villacrés Emilio, Vallejo de la Torre Cesar y Sánchez Parrales Carlos Eduardo (2016): “Negocios internacionales”, *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* (diciembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/12/negocios.html>

Carlos Iván Riofrio Álvarez, Kimberly Yuleisy Piloza Parrales y María José Suárez Holguín (2019): “Plan logístico de exportación para la empresa Expomar, producto camarón hacia el mercado de Barcelona-España”, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (marzo 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/03/exportacion-empresa-expomar.html>

RAMOS, M., & CASTAÑO, J. (2000). *Empaque y almacenamiento de café tostado y molido al vacío y en atmósferas de nitrógeno y gas carbónico*. <http://biblioteca.cenicafe.org/handle/10778/972>

ANEXOS

ANEXO 1

Glosario de Términos

A continuación, se establecen los términos que fueron establecidos en el presente documento en el cual se incluyen las correspondientes definiciones.

- a) Café: Bebida que se hace por infusión con la semilla tostada y molida directamente del grano de la planta de café o cafeto.
- b) Tostar: Actividad productiva en la cual se seca las semillas de café para eliminar la humedad como el agua.
- c) Moler: Actividad productiva que se enfoca en la trituración de manera fina de la semilla seca de café.
- d) Despulpado: Actividad que se dedica a extracción de la pulpa de algunos frutos.
- e) Trillado: Descascarar, clasificar y seleccionar los granos de café.
- f) Sucedáneo: Sustancia, emulsión o componentes que pueden tener propiedades parecidas a las de otra, puede reemplazarla
- g) Sars-CoV-2: La enfermedad por coronavirus (COVID-19) es una enfermedad infecciosa provocada por el virus SARS-CoV-2.
- h) Tercerización: Acción y efecto de tercerizar ciertos procesos operativos de una empresa o compañía.

ANEXO 2

Formato de Entrevista a Expertos



Trabajo de Titulación: PLAN DE LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ GRANULADO PROVENIENTE DE LAS ISLAS GALÁPAGOS HACIA EL MERCADO DE TURQUÍA”

Estudiante: Luis Andrés Cela Torres – lacela@puce.edu.ec

Profesora tutora: Ing. Carmen Daza Villadiego, *PhD* – cdazav@puce.edu.ec

El proyecto de Trabajo de Titulación denominado “**PLAN DE LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ GRANULADO PROVENIENTE DE LAS ISLAS GALÁPAGOS HACIA EL MERCADO DE TURQUÍA**” pretende identificar un plan de distribución logística con enfoque en la efectividad del producto a base de café basado en la exportación de este bien desde la Republica del Ecuador hacia la República de Turquía.

El contenido de la entrevista la hemos elaborado, exclusivamente, a empresarios, académicos y profesionales que, por su experiencia en base al entorno económico, político y productivo, gozan de un conocimiento apto para la ejecución de esta investigación, por tal razón se valora su especial colaboración, la cual constituye un recurso altamente significativo en la investigación empírica del trabajo de titulación en la carrera de Negocios Internacionales.

El objetivo de la entrevista es realizar un trabajo de campo a través de la recolección de información acerca de la situación actual del sector de la agroindustria cafetalera ecuatoriana, además de hacer un análisis de los aspectos de comercialización, transporte, leyes aduaneras, presentación del producto y efectividad, que se involucran en la realización de un plan logístico de exportación y los mecanismos para que el plan sea efectivo.

A continuación, se presentan las temáticas de la entrevista y las variables que serán consideradas en el estudio:

FACTOR/ FACTORES	VARIABLES ESENCIALES	PREGUNTAS
SOCIAL Y GEOPOLÍTICO	POLÍTICA EXTERIOR	¿Qué beneficios se obtiene a través de la relación entre Ecuador y Turquía en términos de comercio exterior, ¿Cómo usted cree que el mercado de Turquía beneficie la economía de nuestro país?
ECONÓMICO	ACUERDOS COMERCIALES BILATERALES	Si el producto de exportación como el café supone una gran acogida en el mercado consumidor de Turquía, ¿A cuáles mercados internacionales mostraría su interés en realizar un acuerdo comercial, además que el de Turquía?
COMERCIAL EN LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN	MEDIO DE TRANSPORTE	En la actualidad, cuando aún se están viviendo procesos pandémicos, según su experiencia. ¿Cómo se puede enfrentar la problemática del transporte marítimo para que no se retrasen los pedidos de café molido tostado hacia un mercado nuevo, como es el de Turquía?
COMERCIAL EN LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN	DISEÑO Y TIPO DE EMPAQUE	En un proceso de exportación de café tostado y granulado, ¿De qué manera puede influir el tipo de empaque en las preferencias de consumo del mercado de Europa, especialmente, de Turquía?
COMERCIAL EN LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN	ESTRATEGIA DE TERCERIZACIÓN DE LA ENTREGA	¿Qué nivel de desarrollo (1PL, 2PL, 3PL, 4PL o 5PL) debería alcanzar el operador logístico que se contrataría al momento de ejercer un proceso de exportación hacia el mercado de la República de Turquía?; En breves palabras, ¿Qué tipo de operador logístico creería conveniente para este proceso de exportación?

COMERCIAL EN LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN	ESTRATEGIA CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL	DE ¿Cómo considera usted que las certificaciones internacionales contribuyen a posicionar el producto en los mercados internacionales? ¿Qué tipo de certificaciones podría sugerir?
--	--	--

Finalmente, y de manera personal, extendiendo hacia usted mis profundos agradecimientos. Especialmente por el tiempo dedicado al desarrollo de esta entrevista. Sin su colaboración, esta entrevista no podría haber sido elaborada con éxito y total satisfacción.

¡Muchas Gracias!