



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí, provincia de El Oro, en el periodo 2020-2021.”

TESIS PREVIA A OPTAR EL
TÍTULO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Autor:

- **Steven Danilo Barros Atencia**

Director:

- **Ing. Juan Pablo Sempertegui**

**LOJA- ECUADOR
2020-2021**

Educación
sinónimo de
Libertad



CERTIFICACIÓN

ING. JUAN PABLO SEMPÉRTEGUI MUÑOZ, M.A.E., DOCENTE- INVESTIGADOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que la tesis **“CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD INDEPENDIENTE Y ASOCIATIVA EN LOS CANTONES BALSAS Y MARCABELÍ, PROVINCIA DE EL ORO, PERIODO 2020 - 2021”**, desarrollada por el Sr. Steven Danilo Barros Atiencia, egresado de la Carrera de Administración de Empresas (Modalidad Presencial), requisito previo a optar por el Grado y Título de Ingeniero en Administración de Empresas, ha sido realizada bajo mi Dirección y luego de haber revisado su contenido teórico-práctico, y que la misma cumple a cabalidad la Normativa institucional, me permito autorizar su presentación ante el respectivo Tribunal de Grado.

Loja, 4 de mayo de 2021



Firmado electrónicamente por:

**JUAN PABLO
SEMPERTEGUI
MUÑOZ**

Ing. Juan Pablo Sempértegui Muñoz, M.A.E.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Steven Danilo Barros Atiencia, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y Autorizo a la Universidad Nacional de Loja el uso de la misma para fines académicos y de investigación.

AUTOR: Steven Danilo Barros Atiencia

CÉDULA:0706784113

FECHA: Loja,13 de mayo de 2021

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo Steven Danilo Barros Atiencia declaro ser autor de la tesis titulada: **“CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD INDEPENDIENTE Y ASOCIATIVA EN LOS CANTONES BALSAS Y MARCABELÍ, PROVINCIA DE EL ORO, EN EL PERIODO 2020-2021.”**, como requisito para optar el grado de: INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS: Autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos e investigación muestre la producción intelectual de la universidad a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de comunicación del país y del exterior, con las cuales tenga convenios la universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 13 días del mes de mayo de 2021, firma del autor.

AUTOR: Steven Danilo Barros Atiencia

CÉDULA: 0706784113

DIRECCIÓN: Sebastián Peña y Rosario Castellanos

CORREO ELECTRÓNICO: dnlbarros7@gmail.com; steven.barros@unl.edu.ec

CELULAR: 0939661645

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Juan Pablo Sempertegui, MAE

TRIBUNAL DE GRADO

Presidente: Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán Mg. Sc.

Vocal: Ing. Vanessa Burneo Celi Mg.

Vocal: Ing. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez MAE.

DEDICATORIA

Principalmente a Dios, por ser el inspirador y por darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres Danilo Barros y Sonia Atencia, por mostrarme el camino hacia la superación, por inculcarme los buenos valores y brindarme su apoyo incondicional en el transcurso de mi preparación profesional, me siento orgulloso de ser su hijo.

A mi adorable hermana Daniela Barros con mucho amor y cariño le dedico todo mi esfuerzo y trabajo puesto por la realización de esta tesis, por su apoyo moral e incondicional.

A Patty Gaona mi novia y mejor amiga, gracias por confiar en mí y apoyarme en todos y cada uno de los pasos que doy en mi vida, siempre estás ahí por y para mí. Te agradezco y deseo compartir contigo este y muchos otros momentos más importantes de mi vida.

A todos mis amigos, sin excluir a ninguno, pero en especial a Henry, Kevin, Jefferson, Miguel, Sergio, Steven y Guido, mil gracias por todos los momentos que hemos compartido juntos y por contar siempre con su apoyo en cualquier circunstancia, son unas personas increíbles.

Steven Danilo Barros Atencia

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a la Universidad Nacional de Loja, y a cada uno de los docentes que forman parte de esta prestigiosa institución, por la asistencia brindada en la elaboración del proyecto.

También quiero agradecer de manera especial a mi director de tesis Ing. Juan Pablo Sempertegui, MAE, por el tiempo brindado, la dedicación y más que toda esa ayuda incondicional para el desarrollo del presente trabajo de tesis.

Finalmente agradezco a las organizaciones y autoridades de los cantones Balsas y Marcabelí, que me permitieron llevar a cabo el proceso de investigación.

Steven Danilo Barros Atencia

1. Título

“Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí, provincia de El Oro, en el periodo 2020-2021.”

2. Resumen

El presente estudio denominado “Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí, provincia de El Oro, en el periodo 2020-2021.” tiene el propósito de identificar y caracterizar los eslabones, los diferentes actores involucrados y los factores limitantes que afectan la cadena de valor del cultivo del café en los cantones Balsas y Marcabelí. En el estudio se utilizó los métodos descriptivo, analítico, sintético y comparativo, con el fin de identificar y describir los eslabones y actores involucrados en ambas cadenas de valor, compararlas y diagramarlas, las técnicas aplicadas fueron la encuesta y la entrevista, que permitieron obtener la información necesaria sobre los actores de la cadena de valor, de la misma forma se empleó el muestreo no probabilístico por conveniencia permitiendo crear una muestra de acuerdo a la facilidad de acceso y a la disponibilidad de las personas para la aplicación de la encuesta. Como resultado del estudio se evidenció que la cadena de valor bajo la modalidad asociativa es mucho más favorable, debido a que las instituciones públicas brindan mayor atención en cuanto a la promoción de su café a nivel local y nacional, además facilitan su acceso al mercado gracias al volumen de producción que acaparan, y el actor que mayores beneficios tiene es el productor debido a que incrementan sus ingresos y por ende mejora su calidad de vida, pero no sucede lo mismo con el productor independiente, que en este caso su forma de cultivo es totalmente diferente, cuenta con mayores cantidades de terreno, menor número de plantas por hectárea y con rendimientos en quintales de café muy bajos, debido a la escasez de capacitación y asesoramiento técnico, en cuanto a la comercialización es el que menos gana por la venta de un quintal de café ya que no cuenta con clientes fijos y es víctima del poder de negociación de los intermediarios en este caso los acopiadores.

Summary

The present study called "Characterization of the coffee value chain under the independent and associative modality in the cantons of Balsas and Marcabelí, province of El Oro, in the period 2020-2021." Its purpose is to identify and characterize the links, the different actors involved and the limiting factors that affect the value chain of coffee cultivation in the Balsas and Marcabelí cantons. Descriptive, analytical, synthetic and comparative methods were used in the study, in order to identify and describe the links and actors involved in both value chains, compare and diagram them, the applied techniques were the survey and the interview, which allowed obtaining the necessary information on the actors in the value chain, in the same way, non-probability sampling was used for convenience, allowing the creation of a sample according to the ease of access and the availability of people for the application of the survey. As a result of the study, it was evidenced that the value chain under the associative modality is much more favorable, because public institutions provide greater attention in terms of promoting their coffee at the local and national level, and they also facilitate their access to the market thanks to the volume of production that they monopolize, and the actor who has the greatest benefits is the producer because they increase their income and therefore improve their quality of life, but the same does not happen with the independent producer, which in this case their form of cultivation It is totally different, it has larger amounts of land, fewer plants per hectare and with very low yields in quintals of coffee, due to the lack of training and technical advice, in terms of marketing it is the one that earns the least from the sale of a quintal of coffee since it does not have fixed clients and is a victim of the negotiating power of the intermediaries, in this case the collectors.

3. Introducción

El café es considerado como un bien agropecuario de gran importancia, que contribuye a los aspectos económicos, sociales y ecológicos, la importancia económica radica en su alto grado de comercialización a nivel mundial y la generación de ingresos a las familias cafetaleras, en el ámbito social se basa en la generación de muchas fuentes de empleo para miles de familias y en cuanto a lo ecológico los cafetales representan un hábitat para muchas especies.

En el Ecuador, el cultivo de café se ha convertido en un producto tradicional que se encuentra sembrado en 21 provincias y se ha destacado dentro de las exportaciones agrícolas representando un gran impacto económico y social desde hace muchos años. La provincia de El Oro posee más de 1500 productores de café concentrados en los cantones de: Las Lajas, Marcabelí, Piñas, Balsas, Portovelo, Zaruma, Atahualpa, Arenillas y Santa Rosa, abarcando alrededor de 9.600 hectáreas de cultivo de café Arábigo, equivalente al 4% a nivel nacional, así lo menciona el MAG en el informe de productividad de café en El Oro.

El cantón Balsas goza de un clima que beneficia a las diversas actividades productivas como: la avicultura, porcicultura, agricultura y ganadería, el 38,02% de la zona agrícola está destinada para el cultivo de café, pero la existencia de fuertes lluvias y sequías en periodos de 5 a 7 meses constituyen una limitante para el crecimiento de la producción de café, además la falta de riego en el cantón es uno de los principales problemas, por otra parte, el cantón Marcabelí posee 212,75 hectáreas cultivadas de café que representa el 1,43 % de la superficie, la gran parte de cultivos se dan bajo sombra y se ubican en la parte oriental del cantón, sin embargo cabe resaltar que este representativo producto ha disminuido, debido a la falta de tecnificación, envejecimiento de las plantas,

deficiente manejo agrónomo, el aumento de la ganadería en las zonas cafetaleras y principalmente por la enfermedad de la roya.

Las causas de esta problemática son varias: el bajo rendimiento, estimado entre 4 y 9 quintales por hectáreas al año es considerado uno de los más bajos comparado con otros países como Colombia en donde la producción por hectárea es de 21,4 quintales de café .Y es que esto se debe en gran parte a la falta de capacitación y transferencia de tecnología, la accesibilidad a créditos, la ausencia de organización, pero sobre todo la falta de definición de una cadena de valor que permita identificar el rol que desempeña cada actor en la misma. A partir desde este punto nace la importancia de la presente investigación, que ha permitido identificar y describir los actores que conforman la cadena de valor del café y las actividades que desarrollan dentro de esta, la manera de interactuar y el aporte que le generan a la cadena de valor, lo que permitirá edificar información confiable que genere controversia y sea aprovechada en la toma de decisiones de cada uno de los actores de la cadena, ya que ambos cantones cuentan con gran potencial de producción de café, inclusive se encuentran en procesos de reactivación y renovación, con la finalidad de impulsar el desarrollo sostenible de esta actividad económica.

El trabajo de investigación lleva como Título “Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí, provincia de El Oro, en el periodo 2020-2021.”, se encuentra estructurado de manera general por: Revisión de Literatura, aquí se presentan estudios previos y realidades en torno a la cadena de valor, en el ámbito nacional, como lo es la cadena de valor del café de Ibarra, existen semejanzas en cuanto a los niveles de productividad, escasas de capacitaciones y los problemas para el desarrollo de este sector productivo,

mientras que a nivel internacional, como es el caso de la CV del café de Honduras prevalece un dinamismo muy marcado con respecto al desarrollo de este sector agrícola, por ende la producción generada es continua y mayor a la nacional, gracias a los avances tecnológicos y el apoyo por parte de las instituciones del sector. Seguidamente está la metodología empleada para el desarrollo de los objetivos planteados, en donde se usó el método descriptivo que permitió determinar características, el analítico facilitó analizar las causas, naturaleza y consecuencias, así mismo el método sintético que permitió diagnosticar en base a la información obtenida y finalmente el método comparativo que facilitó la comparación de las cadenas de valor en ambas modalidades. En los resultados, se evidenció que la cadena de valor bajo la modalidad asociativa es más competitiva que la independiente debido a la capacidad de cultivo, la producción anual y el precio de venta. En la discusión, se realizó una comparación entre los resultados obtenidos en investigaciones previas y los obtenidos en esta investigación. En las conclusiones, se destacó los aspectos más importantes que se obtuvieron en la investigación, como es el caso de que en ambos cantones la producción de café se encuentra en un estado incipiente ya que atraviesa por un proceso de reactivación de la zona cafetalera; en las recomendaciones se plantearon las acciones que se pueden tomar para mejorar la cadena de valor y ayudar a sus actores; en la bibliografía se detalla las fuentes de las cuales se ha obtenido la información para la estructura de la revisión de literatura y, finalmente los anexos, en donde se encuentran las tablas y gráficas e ilustraciones de la información recopilada a través de las encuestas y entrevistas que representan una herramienta fundamental en cuanto a la recolección de información de la investigación.

4. Revisión de literatura

4.1 Marco Referencial

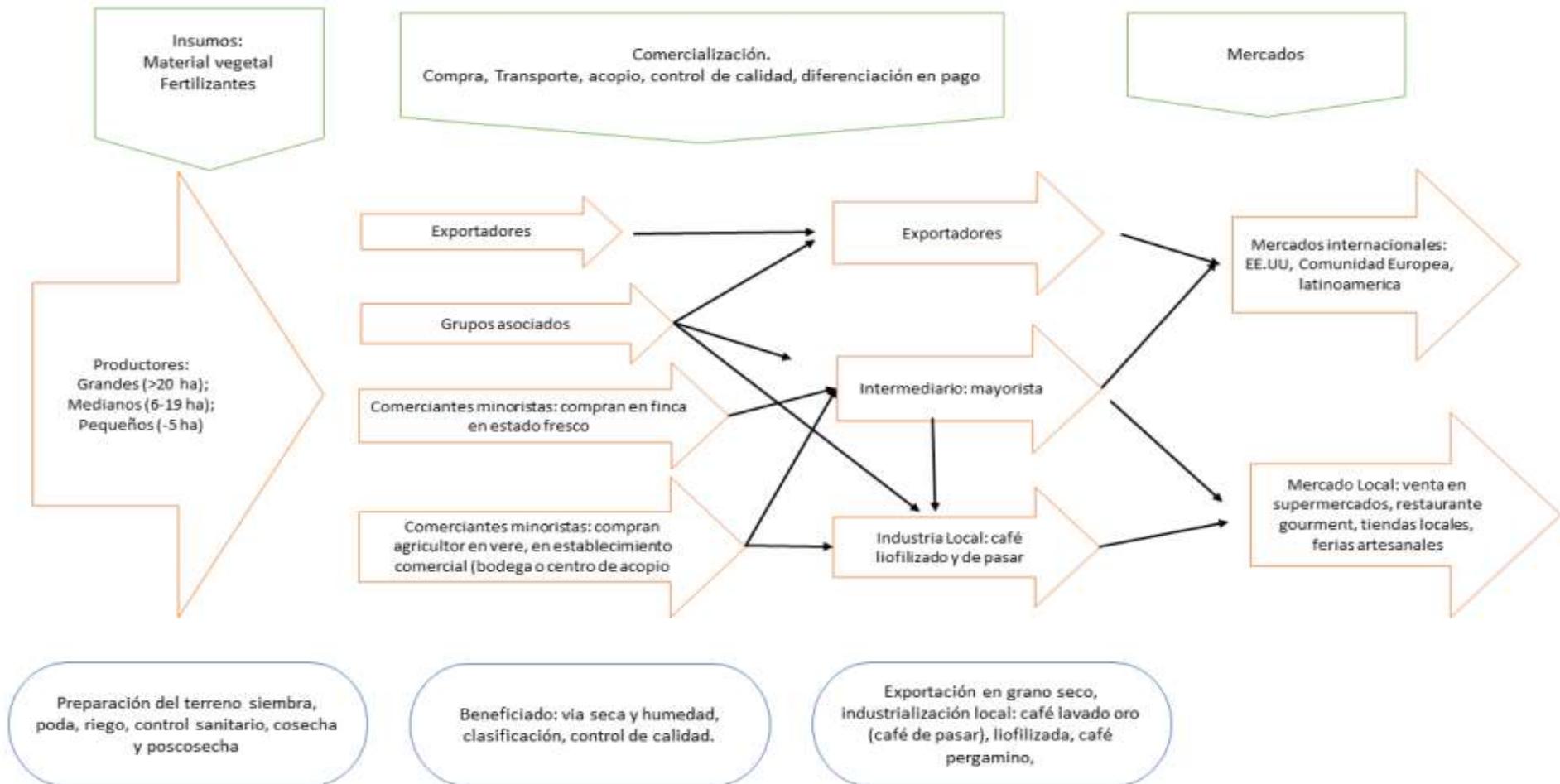
4.1.1 Diagnóstico y análisis de la cadena de valor del café ecuatoriano durante el periodo 2010- 2015.

Mendez (2018) desarrolló un estudio que se centra especialmente en la figura de investigación de la cadena de valor del café a nivel nacional, inclinándose en determinar nuevas técnicas de crecimiento de la productividad cafetalera, estableciendo los principales eslabones de la cadena de valor de la producción de café en el Ecuador, de los cuales se destacan 3, el primero está conformado por los proveedores de insumos y los productores, el segundo eslabón considerado como el de mayor énfasis ya que trata de los procesos de calidad de producción, donde interviene un comercio minorista e informal y un comercio de exportación, por último el tercer eslabón se enfoca en los mercados locales e internacionales de la comercialización de café.

Para efecto se obtuvo los principales datos donde se da a conocer los principales importadores de café ecuatoriano que son Alemania, Colombia, Polonia y Rusia, resaltando que la producción de café tuvo un alza inferior al 0,1% en la temporada de estudio. La finalidad de esta investigación consistió en caracterizar la producción del café en función de su dinámica de exportación del periodo 2010-2015, identificar los principales eslabones en la cadena productiva del café en el Ecuador y proponer estrategias específicas para el café en la provincia El Oro.

A continuación, se muestra la cadena de valor del café ecuatoriano:

Ilustración 1: Cadena de valor del café ecuatoriano durante el periodo 2010-1015



Nota: Esta ilustración ha sido tomada del informe denominado Análisis de la cadena de valor del café ecuatoriano durante el periodo 2010-2015 propuesto por: (Mendez Vicente, 2018, pág. 39)

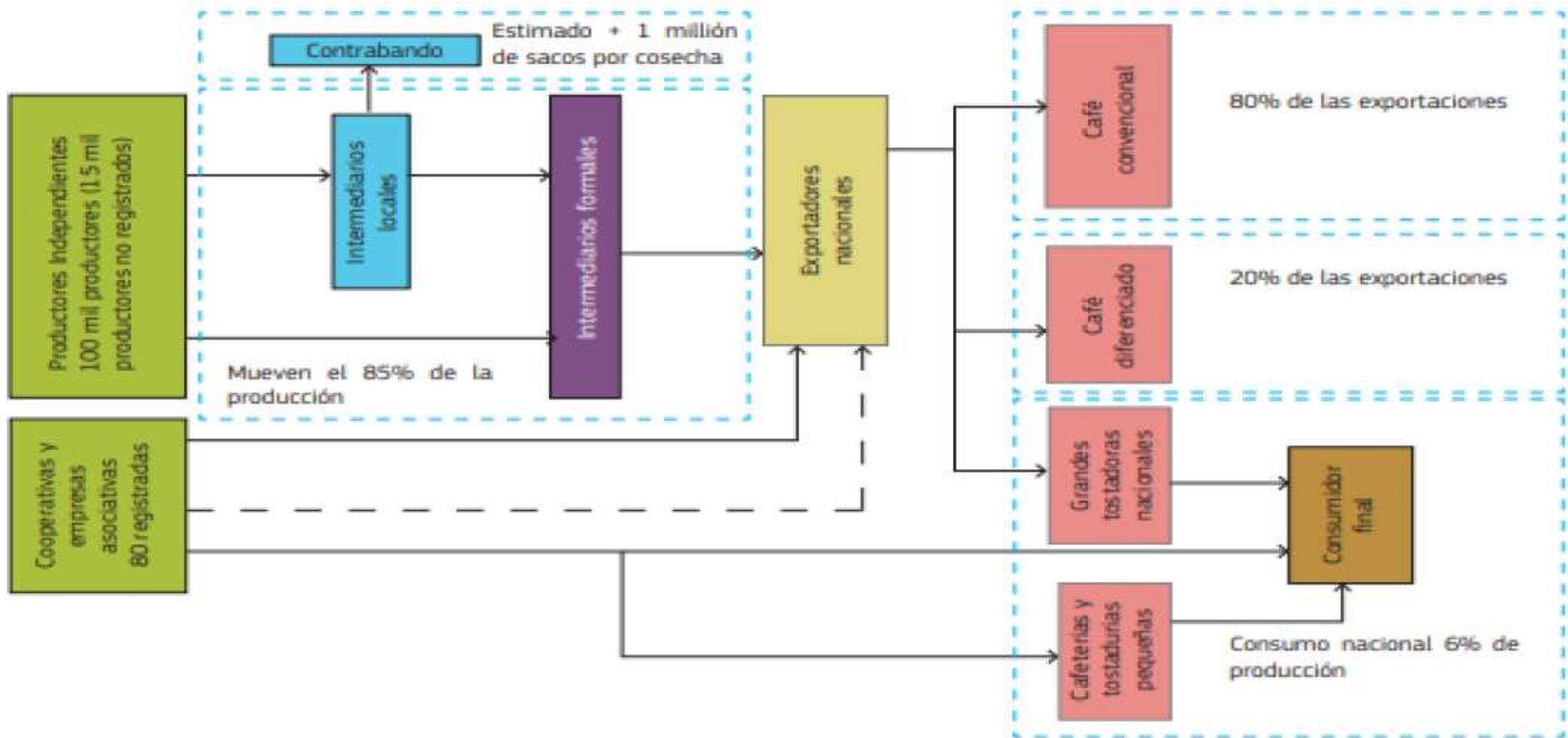
4.1.2 Análisis de la cadena de valor del café en Honduras

La Comisión Europea (2018), en su investigación manifiesta que el sector cafetalero de Honduras ha tenido un dinamismo muy marcado durante la última década gracias al apoyo brindado principalmente para la renovación de los cafetos luego de que la crisis de la roya destruyera las plantaciones. Así mismo indica que Honduras es el primer productor y exportador de café en Centroamérica con 9,3 millones de quintales en 2017. Actualmente mantiene el sexto puesto de exportaciones mundiales.

Los productores cafetaleros disponen de un “Fideicomiso cafetalero” el cual consiste en la retención de 9,00 USD por cada quintal vendido y exportado, este valor retenido constituye una garantía bancaria que le permite al productor obtener créditos. En caso de que el productor no hiciera uso del fideicomiso una vez vendido el café se devuelve el monto al productor.

La cadena de valor del café de Honduras es muy importante porque genera empleo e ingresos para aproximadamente 120.000 familias y 300.000 trabajadores rurales, considerando que una de las actividades que permiten obtener buenos ingresos es a través del procesamiento y venta. En los últimos años las exportaciones de café permitieron ingresos de \$850 a \$1.100 millones gracias a los estándares de calidad y ventas del café. A continuación, se muestra la cadena de valor del café de Honduras:

Ilustración 2: Cadena de valor del café de Honduras



Nota: Esta ilustración ha sido tomada del informe denominado Análisis de la cadena de valor del café de Honduras, propuesto por: (Comisión Europea, 2018, pág. 1)

4.1.3 Estudio de la cadena productiva de café de altura en la parroquia La Carolina, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

En este estudio Abarca y Armendáriz (2014) tuvieron como objetivo general: estudiar y caracterizar la cadena productiva de café en la Asociación Aroma de Café, parroquia La Carolina, cantón Ibarra; como objetivos específicos: a) describir los componentes básicos y el funcionamiento de la cadena productiva del café dentro de la asociación Aroma de Café, parroquia La Carolina; b) identificar los nudos críticos de la cadena productiva del café de la parroquia La Carolina, cantón Ibarra; y finalmente c) formular una propuesta para mejorar la competitividad de la cadena productiva del café de altura en la parroquia La Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura. (pág. 5)

Luego del proceso de investigación Abarca y Armendáriz (2014), obtuvieron los siguientes resultados: las ventajas competitivas como las condiciones del suelo, clima y los esfuerzos por mantener una asociatividad, les ha facilitado a los socios fomentar una cultura cafetalera sumado a las ventajas competitivas y productivas. Así mismo indica que el manejo del 80% de los productores cafetaleros del Ecuador son de tipo tradicional, en otras palabras, son productores que se limitan únicamente al control de malezas, podas y cosecha por el método del sobado; el 15% es semitecnificada y el 5% es tecnificado. En este contexto la carencia de tecnología impacta de forma negativa tanto a la calidad como el rendimiento de la producción del café. (pág. 131)

En la cadena productiva del café de altura de la parroquia La Carolina identificaron 4 eslabones: producción, comercialización, transformación y consumo. Otro de los inconvenientes detectados según Abarca y Armendáriz (2014) fue que la parroquia carece de inversión, créditos, capacitación, cafetales viejos e improductivos; en el proceso de comercialización y transformación el uso de tecnología es inalcanzable ya que el 50% de los productores se encuentran dentro de un índice de pobreza. La presencia de varios

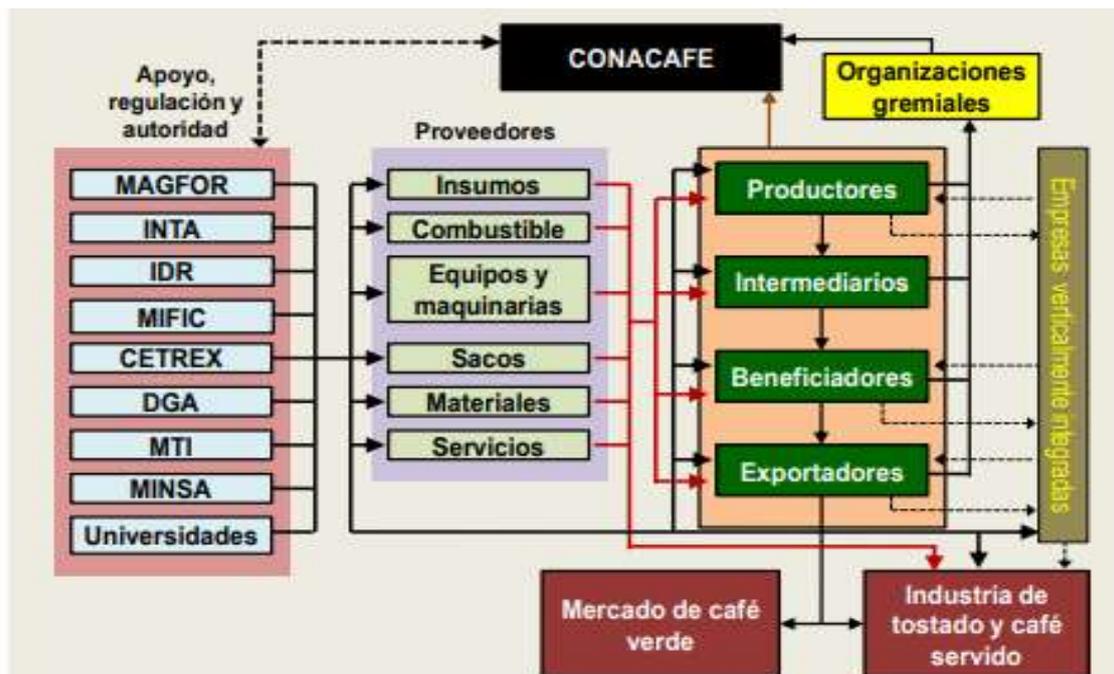
actores dentro del eslabón de comercialización representa una desventaja, ya que los productores obtienen menos beneficios debido a que el café es un producto perecible y obliga en cierta medida a que el productor venda a menor precio sacrificando inclusive sus costos de producción (pág. 132).

4.1.4 Análisis de la cadena de valor del café con enfoque de seguridad alimentaria y nutricional de Nicaragua.

En este estudio la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2012) tuvo como objetivo general identificar la combinación de enfoques estratégicos en la promoción de crecimiento y desarrollo sostenido de la cadena del café, basada en el mercado buscando el incremento de los ingresos y seguridad alimentaria en los pobres y pequeños agricultores del medio rural. Los objetivos específicos fueron: a) describir y analizar la cadena de valor del café; b) caracterizar el sector cafetalero de Nicaragua; c) identificar fortalezas, debilidades y las ventajas comparativas de pequeños agricultores del café; d) identificar y priorizar los principales retos y limitaciones para incrementar la productividad del café; e) identificar los desafíos y oportunidades para incrementar los ingresos y sustento de los pequeños productores de café; f) evaluar la demanda del mercado regional; g) identificar estrategias de posicionamiento del producto; y h) analizar características de la típica cadena de comercialización del café (págs. 8 -9).

Entre los resultados constan que: la cadena de valor del café de Nicaragua está formado por 4 eslabones: producción, procesamiento, comercialización e industrialización, siendo este último el de menor relevancia ya que Nicaragua actúa como proveedor de materia prima a nivel internacional (FAO, 2012, pág. 40).

Ilustración 3: Cadena de valor del café de Nicaragua



Nota: Estudio sobre el Análisis de la cadena de valor del café con enfoque de seguridad alimentaria y nutricional de Nicaragua (FAO, 2012, pág. 41).

Desde el punto de vista de seguridad alimentaria y nutricional la (FAO, 2012) señala que la cadena de valor del café puede abordarse en 2 perspectivas: la primera es su contribución en la generación de ingresos y la segunda es la posibilidad de combinarse con alternativas compatibles que contribuyan al ingreso y a la alimentación familiar (págs. 127 - 128).

4.1.5 Análisis de cadena de valor en café (*Coffea arábica*) en el Área de Desarrollo Territorial PUKARA

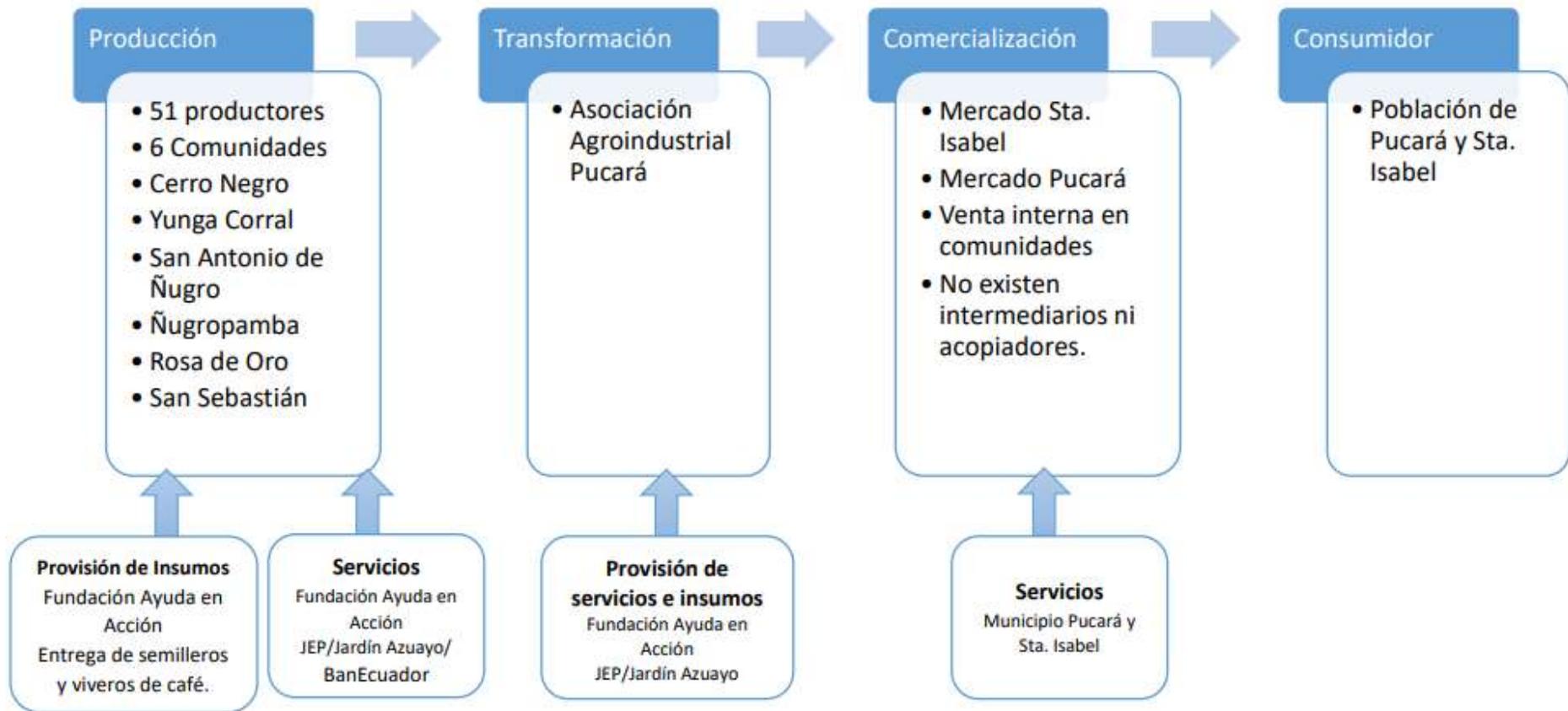
En este estudio Pila Laines (2019) tuvo como objetivo conocer la situación actual de la cadena de valor del café en el Área de Desarrollo Territorial Pukará situado en la provincia del Azuay (pág. xvi).

En ese contexto Pila Laines (2019) obtuvo los siguientes resultados:

El análisis de cadena de valor del café en el territorio Pukará indica que se encuentra en una etapa inicial ya que se encuentra en proceso de reactivación de la zona cafetalera y por tanto sus eslabones muestran debilidades tanto en el aspecto técnico y económico. Los eslabones de la cadena no reflejan conexiones debido a la inexistencia de volúmenes de producción necesarios para satisfacer a los mercados. (pág. 68)

Por otro lado Pila Laines (2019) señala que los eslabones de la cadena identificados son 4: el primer eslabón es el de producción en el cual constan los productores cafetaleros de las 6 comunidades, este eslabón sufre deficiencias en el manejo de cultivos y uso de recursos debido al desconocimiento; el segundo eslabón es la transformación en el cual participa un solo actor y que presenta debilidades de nivel administrativo, técnico y económico que lo ha privado de obtener rentabilidad; el tercer eslabón presenta un circuito corto de comercialización; y el cuarto eslabón está representado por el consumidor (págs. 27-28-68); seguidamente se muestra la cadena de valor en mención:

Ilustración 4: Mapa de cadena de valor de café del Territorio Pukará



Nota: Análisis de cadena de valor en café (*Coffea arábica*) en el Área de Desarrollo Territorial PUKARA (Pila Laines, 2019, pág. 29)

4.1.6 Estudio sobre la cadena de valor del café ugandés de comercio justo

El enfoque de estudio según señala Romero González (2010) es analizar la cadena de valor del café Robusta proveniente de Uganda que comercializa Intermón Oxfam. Tuvo como objetivo general: concientizar a los españoles sobre la relación entre consumo/comercio justo y pobreza; y como objetivos específicos: la identificación de la cadena de valor del café de Uganda en comercio justo y comercio convencional y las diferencias entre las dos; y el análisis del impacto de Comercio Justo en los productores cafetaleros de Uganda.

Se reconoce que Uganda es la segunda cuna del café, ya que a nivel mundial las dos variedades que se comercializan son Arábica originaria de Etiopía y Robusta que tiene origen ugandés. 500.000 productores cafetaleros son responsables del 97% de la producción del café ugandés en fincas pequeñas que no son mayor a una hectárea. Uganda cuenta con 4 fases en su cadena de valor del café, cabe resaltar que se origina en Uganda y termina comercializado en España por Intermón Oxfam.

Con el texto antes mencionado se concluye que la participación de los intermediarios y las multinacionales en la cadena de comercio convencional actúan de tal forma que los productores venden a menor precio el café afectando su economía; mientras que en la cadena de comercio justo con menos participantes los productores reciben un precio tres veces mayor por su café, además de contar con plena información sobre el mercado del café. Seguidamente se muestra la diferencia de cadena de valor del café entre el comercio justo y comercio convencional:

Ilustración 5: Cadenas de valor del café de comercio justo y comercio convencional Uganda.



Nota: Esta ilustración ha sido tomada del informe denominado estudio sobre la cadena de valor del café ugandés de comercio justo (Romero González, 2010, pág. 14)

4.1.7 Perspectiva del valor compartido en la cadena global de valor del café en Manabí

En esta investigación Bravo Vélez, Cobacango Villavicencio, Cuétara Sánchez, & García Rabelo (2019) pretenden describir un esquema conceptual de agrupación de la cadena de valor difundido y coherente con elementos que conforman la cadena de producción de café, logrando la interacción acorde a los resultados económico de la organización conjuntamente con los aspectos sociales que representan la calidad de vida y bienestar de los moradores de los sectores rurales en la provincia de Manabí.

Resaltando que Ecuador es una potencia mundial en la producción de café, que en los últimos años debido a la falta de desarrollo de nuevos modelos de la cadena de valor ha sufrido decaídas en su producción, para lo cual se propone la estructura de un conjunto de medidas de desarrollo de la cadena de valor que permite la inclusión del valor social en la cadena de producción de las organizaciones caficultoras y el beneficio esperado para miembros de sus alrededores, generando un bien común.

4.1.8 Incidencia de la cadena de valor en el desarrollo sustentable del cultivo de café robusta (*Coffea canephora*) en la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

En su estudio Saavedra Gallo (2017) tuvo como objetivo general: establecer estrategias para el desarrollo sustentable del café robusta mediante la incidencia de la cadena de valor del café. Como objetivos específicos: a) realizar un diagnóstico inicial (social, económico, ambiental) de las fincas productoras de café de la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas; b) analizar la cadena de valor del café de la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas; y c) elaborar una propuesta para el desarrollo sustentable de productores cafetaleros de la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. (pág. 5)

Saavedra Gallo (2017) identificó que la cadena de valor del café está formada por 3 eslabones: producción, transformación y comercialización indica que el primer eslabón de producción inicia desde la formación de plantas en viveros con material genético certificado de origen brasileño hasta la cosecha del café. Estos a su vez están liderados por actores directos e indirectos que interactúan con los productores cafetaleros. (pág. 40)

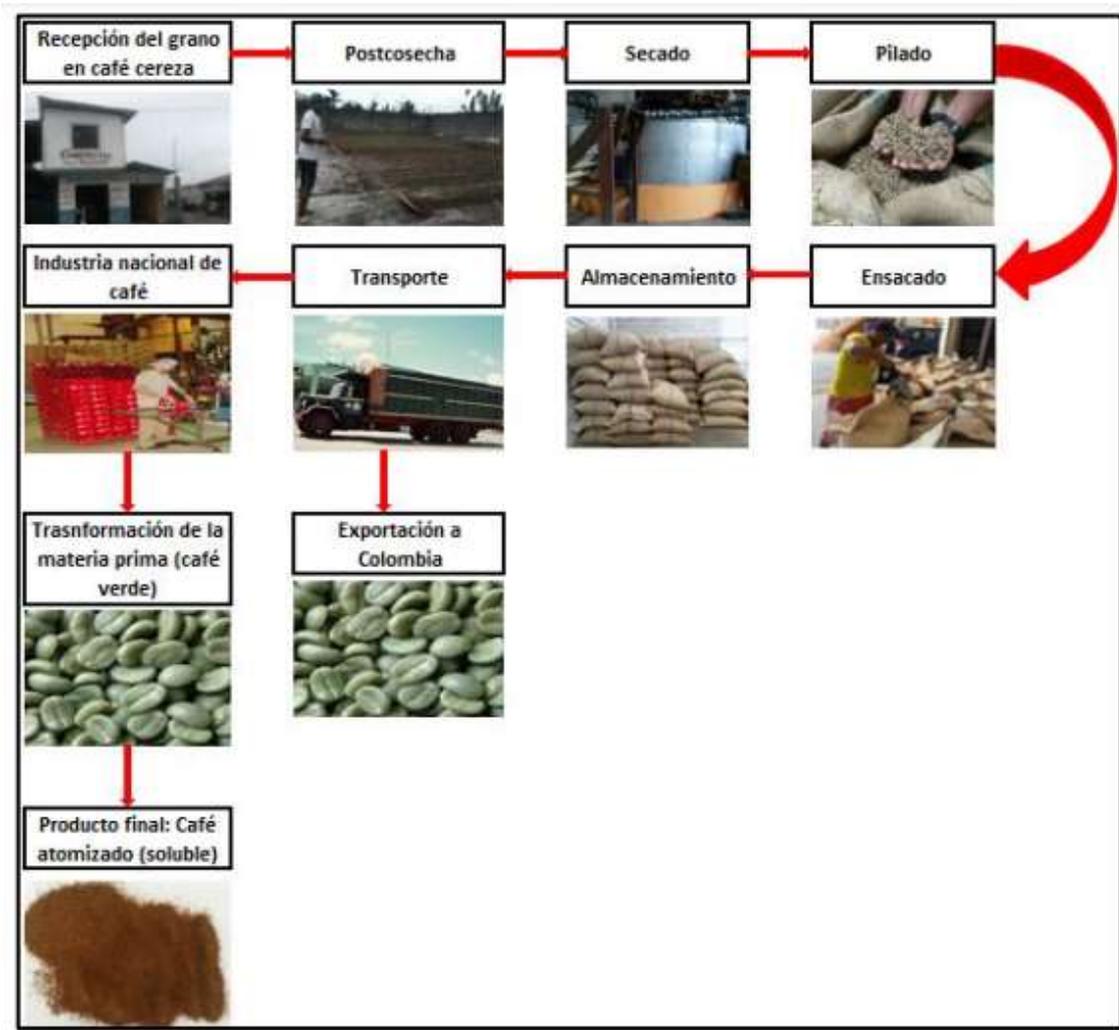
Ilustración 6: Producción: primer eslabón de la cadena de valor del café robusta



Nota: Incidencia de la cadena de valor en el desarrollo sustentable del cultivo de café robusta (*Coffea canephora*) en la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas (Saavedra Gallo, 2017, pág. 40)

El segundo eslabón de transformación, se refiere a todo el proceso que se emplea desde que el café está en cereza y atraviesa todo el proceso de transformación en café verde, listo para la industria local o exportar (Saavedra Gallo, 2017, pág. 57).

Ilustración 7: Transformación, segundo eslabón de la cadena de valor del café robusta



Nota: Incidencia de la cadena de valor en el desarrollo sustentable del cultivo de café robusta (*Coffea canephora*) en la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas (Saavedra Gallo, 2017, pág. 58)

El tercer y último eslabón es el de comercialización donde identifiqué 7 canales principales, donde 4 de ellos son destinados a la industria local del café y el restante se exporta a industria colombiana (Saavedra Gallo, 2017, pág. 70).

Ilustración 8: Comercialización, tercer eslabón de la cadena de valor del café robusta



Nota: Incidencia de la cadena de valor en el desarrollo sustentable del cultivo de café robusta (*Coffea canephora*) en la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas (Saavedra Gallo, 2017, pág. 70)

4.2 Marco teórico

4.2.1 El café

Según Pérez Soto, Godínez Montoya, & Figueroa Hernández (2015) a la planta del café se le denomina con el nombre de cafeto y pertenece al género *Coffea* y a la familia Rubiaceae, el cual fue descrito por el científico y también botánico Carlos Linneo, el cafeto es un árbol pequeño de tronco recto que en estado silvestre puede alcanzar los 10 metros de altura, mientras que en los cultivos generalmente llegan a medir aproximadamente 3 metros, sus cualidades dependen en su mayoría del tipo de variedad y del lugar donde se produce. Debido a las características de la producción del cafeto, este está delimitado por límites geográficos que comprende los Trópicos de Cáncer y de Capricornio. A nivel mundial se produce en más de 70 países localizados en estos límites, resaltando países como Brasil, Colombia, Indonesia, India y Vietnam. (págs. 2 - 3)

4.2.2 Origen e historia

Según Gotteland y Saturnino (2007) el café se originó en forma silvestre conocido como Arábica, en el altiplano de Abisinia de más de 1000 m.s.n.m. de Etiopía y Sudán en África. Respecto al descubrimiento de uso como bebida existen varias leyendas, entre las cuales la más aceptada es la del pastor Kaldi de Abisinia, quien al observar que sus cabras saltaban alrededor llenas de energía después de comer hojas y frutos de cierto arbusto, recolectó los frutos y ramas, las cuales colocó al fuego y al tostarse obtuvo un exquisito aroma descubriendo la bebida del café. (págs. 105 - 115)

La propagación comercial y el cultivo intensivo datan del siglo XV, cuando los árabes realizaron una importación de su colonia abisinia de Harar. Posteriormente en el siglo XVII según Alvarado y Rojas (2007) el café llega a Europa; en 1727 llega a Brasil proveniente de Sumatra, para luego llegar a Perú y Paraguay. Luego se extiende a Puerto Rico y el Salvador en 1740; Guatemala en 1750; Bolivia, Ecuador y Panamá en 1784; en 1796 y 1798 llega a Costa Rica proveniente de Cuba y Guatemala (pág. 3).

4.2.3 Especies y variedades del café

Coffea arábica (café arábico) y *Coffea canephora* (café robusto) son las especies más importantes desde el punto de vista económico, estas se diferencian por la morfología de su fruto y las condiciones climáticas donde se cultiva (Monteros Guerrero, 2016, pág. 1).

Ilustración 9: *Diferencia de la almendra seca de café arábica vs café robusta*



Nota: Arábica vs. Robusta (Salazar Uribe, 2019)

Coffea arábica: procedente de Etiopía, presenta características de arbusto grande que puede llegar a medir 5 metros de altura, hojas ovaladas y de color verde oscuro brillante. La floración se da después del periodo de lluvias y sus frutos pasan del color verde a rojos cuando maduran, en un periodo estimado de 7 a 9 meses (Rojo Jiménez, 2014, pág. 114). Es producido en la mayor parte del mundo, debido a la calidad y preferencia de los consumidores.

Las variedades más conocidas según (Alvarado Soto & Rojas Cuberto, 2007)

- **Typica (Arabica o criollo):** este tipo de café se introdujo en América a principios del siglo XVIII. Este cafeto puede alcanzar más de cuatro metros de altura, sus hojas nuevas presentan un color bronceado y las hojas maduras son angostas comparadas con otras variedades. El fruto es alargado, de buen tamaño y rendimiento.
- **Bourbon:** tiene su origen en las Islas Reunión, se caracteriza por su alta producción y es de porte alto. Sus hojas son de color verde, anchas y redondeadas.
- **Caturra:** cafeto originado en Minas Gerais de Brasil, se lo considera una mutación del Bourbon, se caracteriza por ser de tamaño reducido, entrenudos cortos tanto en el tallo como en las ramas, lo cual favorece altos rendimientos por unidad de superficie sembrada.
- **Mundo Novo:** este cafeto es resultado de un cruce entre Bourbon y Sumatra. Es vigoroso y productivo de porte alto, su maduración es más lenta y presenta dos tipos una maduración de color rojo y otra de color amarillo.
- **Tico:** es producto del cruce natural entre Bourbon y Typica, puede alcanzar una altura similar al Typica, sus hojas adultas son onduladas con

nervaduras muy notorias. Los frutos son redondeados y de color rojo al madurar, estos presentan una desventaja ya que maduran precozmente y el fruto está unido al pedúnculo menos firme lo cual ocasiona que en zonas ventosas y lluviosas se caiga con facilidad.

- **Catuaí:** originado en Brasil al cruzar el Caturra y Mundo Novo. Es de porte pequeño, su fruto es similar al Caturra y de maduración tardía. Este puede madurar en color rojo y amarillo.
- **Catimor:** originario de cruces de variedades como Caturra, Mundo Novo, Catuaí y otras. Este cafeto es resistente a la enfermedad de roya del café y de gran productividad. (Alvarado Soto & Rojas Cuberto, 2007, págs. 16-17)

4.2.4 Fases fenológicas del café

Según (Pulgarín Arcila, 2007), la secuencia de las fases de desarrollo vegetativo y reproductivo de las plantas de *Coffea arábica* son:

- **Fase de desarrollo vegetativo del café:** se considera a esta fase desde la germinación hasta la floración. El desarrollo vegetativo inicia desde la formación de raíces, ramas, nudos y hojas; el cual comprende 3 etapas: “germinación a trasplante (2 meses), almácigo (5-6 meses) y siembra definitiva a primera floración (11 meses)”.
- **Fase de desarrollo reproductivo del café:** inicia con la aparición de las primeras flores; se considera primera floración cuando las plantas de cafeto hayan florecido en un 50%. Esta fase puede estar influenciada por la duración del día, época de siembra, temperatura y disponibilidad de agua. La fase reproductiva continúa con el desarrollo del fruto y maduración.

- **Superposición de las fases de desarrollo vegetativo y reproductivo:** completado el periodo de siembra y la primera floración, las fases de desarrollo vegetativo y reproductivo ocurren simultáneamente durante el resto de vida del cafeto.
- **Fase de senescencia del café:** el cafeto regularmente alcanza su desarrollo y productividad máxima entre 6 y 8 años de edad, después de este tiempo el cafeto se deteriora paulatinamente y su productividad se reduce a niveles de poca rentabilidad.

La duración de las fases varía, dependiendo del tipo de procedimientos realizados en la planta y otros factores como enfermedades, nutrientes, etc

Ilustración 10: Fases del crecimiento y producción del café



Nota: Esta ilustración denominada Fases del crecimiento y producción del café se tomó de la página Salitup propuesta por (Capella, 2012)

4.2.5 Proceso para la obtención del fruto

Según Monard (2018) el proceso para la obtención del fruto es el siguiente (págs. 29-31):

- **Recolección:** se puede realizar en forma manual o mecánica. Sin embargo, es importante mencionar que la forma manual es la más meticulosa y la mejor, ya que se asegura la calidad al recolectar únicamente los frutos rojos ya que estos no

madurar de forma homogénea. En la forma mecánica se recolecta todos los frutos sin distinción, los cuales posteriormente se deben seleccionar únicamente los frutos maduros y desechar los demás, lo cual representa menos beneficios.

- **Despulpado:** es el proceso por el cual se retira la pulpa y se deja únicamente la semilla; este proceso es de vital importancia realizarlo luego de la recolección para mantener la calidad del café.
- **Fermentación y secado:** existen dos tipos: fermentación seca y húmeda; la fermentación seca consiste en colocar los frutos sin pulpa en agua para que empiece a fermentar y ayude en el desprendimiento del mucilago de la semilla del café, posteriormente se realiza el secado en una cama africana donde adquiere sabores frutales y ácidos. La fermentación húmeda se diferencia de la seca por el secado ya que se realiza de forma directa es decir se coloca los frutos sin pulpa directo a la cama africana para el proceso de secado, el cual tiene una duración aproximada de 3 semanas.
- **Tostado:** finalizado el proceso de secado se tuesta la semilla del café, el cual depende del tipo de sabores que se desean obtener; un tueste bajo en un café de calidad permite obtener sabores frutales, amargos o dulces, a diferencia en uno de mala calidad donde se tuesta alto para que el café tenga sabor a carbón antes que podrido, agrio o vinagroso.

4.2.6 Enfermedades del cafeto

Las enfermedades del cafeto según Batista (2018) pueden ser provocadas por: organismos vivos (fitopatógenos), agentes adversos del ambiente como temperatura, humedad, luz, nutrición etc.; otro de los factores es el cambio climático, que ocasiona mayor agresividad a las plagas y resistencia a tratamientos (pág. 1).

Las de mayor importancia económica son (Batista, 2018, pág. 2):

- **La roya del café:** enfermedad producida por el hongo (*Himileia vastatrix*), se caracteriza por presentar lesiones circulares de color amarillo en la parte superior de la hoja y debajo presenta generalmente un polvo color anaranjado (pág. 2).
- **Las llagas del cafeto:** se conocen dos tipos: llaga macana y llagas radicales. Son hongos procedentes del suelo a raíz de la renovación por zoqueo (práctica de renovación del cafeto), el cual debe ser tratado oportunamente ya que puede causar la muerte del cafeto (pág. 5).
- **La mancha de hierro:** enfermedad que se caracteriza por presentar en las hojas manchas circulares de color marrón rojizo, lo que ocasiona la caída de hojas y afectan la calidad del café. Las más susceptibles con los cafetos expuestos a plena exposición y mala fertilización (pág. 6).
- **Muerte de plántulas o “damping off”:** esta enfermedad aparece en el semillero y es ocasionada por un complejo de hongos (pág. 6).
- **Antracnosis de ramas y frutos del café:** esta enfermedad puede afectar todas las partes del cafeto en diferentes etapas de desarrollo. Este hongo ocasiona la caída de flores, hojas y frutos (pág. 6).
- **Ojo de gallo:** esta enfermedad se reconoce por presentar manchas redondas en la hoja de color blanquecina, lo que ocasiona la caída de las mismas reduciendo la producción (pág. 6).
- **Mancha de Cercospora:** este aparece en épocas de lluvia, se puede identificar por manchas oscuras y grandes en las hojas. En los frutos se puede identificar por la forma alargada de un extremo al otro (pág. 7).

- **Quema:** esta enfermedad es ocasionada por el hongo *Phoma spp*, generalmente se ve en plantaciones de la parte alta de colinas, caracterizadas por alta humedad, frío y viento (pág. 7).
- **Mal de “koleroga”:** este hongo ocasiona muerte de los tejidos, las hojas se secan en las ramas. Es frecuente en cultivos donde existe alta temperatura, humedad y sombra excesiva (pág. 7).
- **“Mal de 4 años, pudrición de raíces”:** esta enfermedad ataca a los cafetos jóvenes, normalmente entre 3 y 5 años de la planta (pág. 7).
- **Mal rosado:** esta enfermedad se da esporádicamente en condiciones de humedad mayores al 80%, alta temperatura y el exceso de sombra. Este ocasiona muerte de tejidos y ramas secas (pág. 7).

4.2.7 El café en Ecuador

En Ecuador se produce el café en las cuatro regiones (Costa, Sierra, Oriente y Galápagos), de las especies café arábica (62%) y café robusta (38%) debido principalmente a las diversas características climáticas, ubicación geográfica y edafológicas; el café de Ecuador es uno de los mejores producidos en América del Sur y los más demandados en Europa y Estados Unidos (Massa Sánchez & Jiménez Torres, 2015, pág. 122).

Esta actividad de producción según Jiménez y Massa (2015) se presenta de forma tradicional, la cual consiste en la asociación con cultivos de plátano, yuca o cítricos y sin la aplicación de fertilizantes químicos (pág. 130). La etapa de floración depende de la especie del cafeto, en el caso del arábica se presenta en los últimos meses de cada año, aproximadamente de septiembre a diciembre; y el robusta un poco más tarde de diciembre a marzo, sin embargo, este tipo de cafeto es capaz de florecer a lo largo de todo el año.

Delgado et al. (2002). El mes de mayor cosecha es en junio, donde se cruzan los dos periodos antes mencionados (Monteros Guerrero, 2016, pág. 8).

En Ecuador según Ponce et al. (2018) el 12,5% de las UPA (Unidades de producción Agropecuarias) a nivel nacional están relacionadas directamente a la producción del café, lo que equivale a 105.271 UPA de un total de 842.882 (págs. 315 - 316). En el año 2016 Ponce et al. (2018) señala que Ecuador exportó café en todas sus presentaciones con un total de 922.005 sacos de 60 kilos equivalentes a \$146.047.532 FOB en divisas; mientras que las exportaciones de café en grano tanto de *Coffea Arabica* y *Coffea Canephora* sumaron 84.370 sacos de 60 kilos de café; lo que caracteriza en este sentido al café de gran relevancia social y económica para la subsistencia de muchos productores cafetaleros (págs. 316 - 317).

4.3 Cadena de Valor

Se define cadena de valor al conjunto de actores que intervienen o relacionan en función de un producto específico, para incrementar el valor a lo largo de los diferentes eslabones, desde su etapa de producción hasta el consumo, incluyendo comercialización, mercado y distribución (Acosta, 2006, pág. 5).

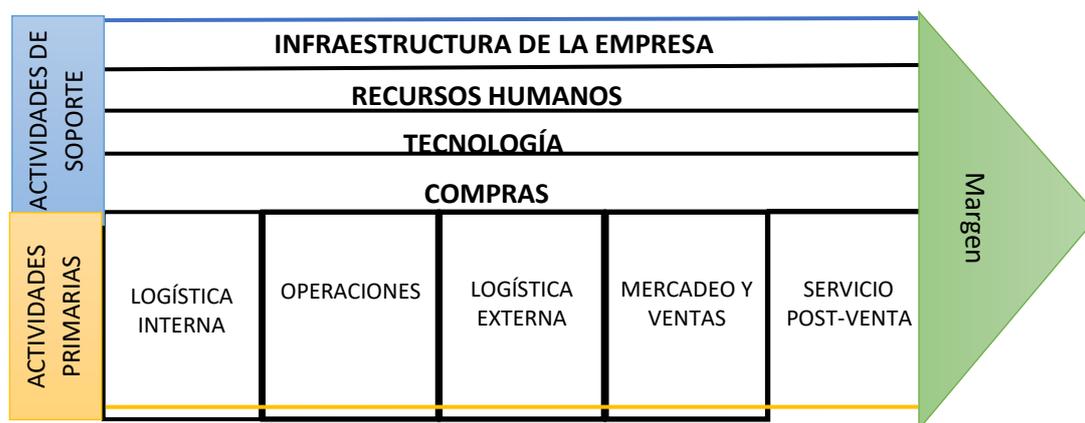
A la vez, Porter M. (2006) señala que la cadena de valor es una herramienta o medio sistemático, que permite analizar todas las actividades relevantes de la empresa estratégicamente con el fin de comprender los costos, fuentes actuales y potenciales de diferenciación; logrando una ventaja competitiva con mejor o menor costo de la competencia (pág. 33).

Por otra parte, Francés A. (2001) indica que la cadena de valor proporciona un modelo que puede ser utilizado por cualquier organización para representar sus actividades, la cual se basa en conceptos de costo, valor y margen; su importancia radica

en que es capaz de proporcionar: un esquema coherente de posición de la organización frente a la competencia y un procedimiento para emprender acciones con miras al desarrollo de una ventaja competitiva sostenible.

De acuerdo con Porter M. (1991) cada empresa es mundo diferente de actividades que se efectúan desde el diseño, la producción, comercialización y el consumidor; todas estas actividades pueden ser identificadas mediante el uso de la cadena de valor, como se puede observar a continuación (pág. 52):

Ilustración 11: Cadena de valor genérica



Nota: Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior (Porter, 1991, pág. 55).

4.3.1 Componentes de la cadena de valor.

Porter M. (1991) señala que la cadena de valor muestra el valor total y este consiste en la secuencia de actividades de valor y margen; entendiéndose por actividades de valor a las diversas acciones físicas y tecnológicas que se desarrollan dentro de una organización. El margen representa la diferencia entre el valor total y el costo total de las actividades de valor, las cuales se dividen en dos tipos: actividades primarias y actividades de soporte como se puede observar en la ilustración 8 (pág. 56) . En ese contexto, la cadena de valor genérica se compone de:

- a. Actividades primarias
- b. Actividades de soporte; y

c. El margen

4.3.2 Actividades primarias

Son aquellas actividades que están relacionadas directamente con el proceso de obtención de un bien y su posterior comercialización; está conformado por cinco categorías (Porter, 1991, pág. 57):

1. **Logística interna:** actividades asociadas a la recepción de insumos y gestión de materiales, almacenamiento y control de inventarios.
2. **Operaciones:** actividades relacionadas directamente con el proceso de transformación de los insumos en producto final.
3. **Logística externa:** actividades enlazadas con la recepción, almacenamiento y su posterior distribución del producto al cliente.
4. **Mercadeo y ventas:** consiste en facilitar los medios de comercialización es decir que los clientes puedan adquirir el producto; y la difusión de campañas publicitarias.
5. **Servicio:** consiste en la asistencia al cliente en todo lo referente al producto o servicio ofrecido.

4.3.3 Actividades de soporte

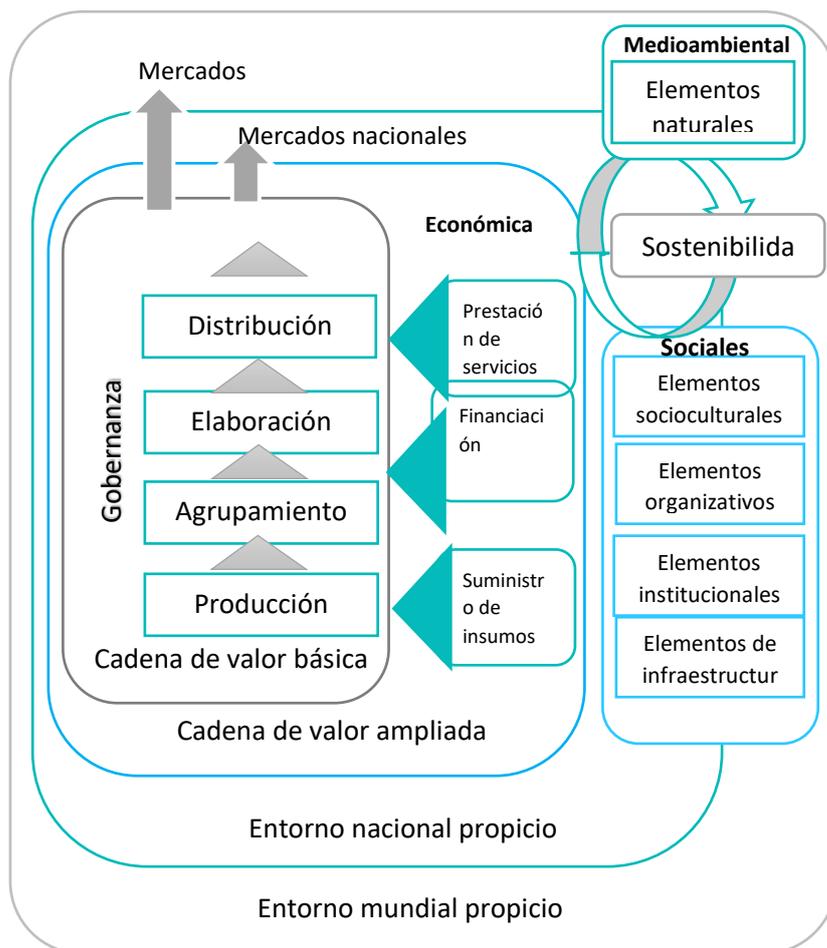
Son actividades complementarias a las actividades primarias, es decir están estrechamente relacionadas y sirven de soporte entre sí; se integra de cuatro categorías (Porter, 1991, pág. 58):

1. **Abastecimiento:** comprende la adquisición de los insumos necesarios que se usan dentro de la cadena de valor de la empresa.
2. **Desarrollo tecnológico:** comprende actividades de apoyo mediante el uso de la tecnología para sumar esfuerzos en mejorar procesos y productos.

3. **Administración de Recursos Humanos:** involucra todas las actividades referentes al reclutamiento de personal, con el objetivo de asegurar las actividades primarias y de apoyo.
4. **Infraestructura:** consiste en la administración y control general de toda la organización.

En ese contexto la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2015) plantea un marco para caracterizar la cadena de valor alimentaria sostenible, añadiendo al concepto de cadena de valor dimensiones de sostenibilidad aplicado a la naturaleza, la cual comprende cuatro eslabones: actividades de producción, agrupamiento, elaboración y distribución de alimentos, como se observa a continuación. (pág. 12)

Ilustración 12: Marco de las cadenas de valor alimentarias sostenibles



Nota: Desarrollo de cadenas de valor alimentarias sostenibles (FAO, 2015, pág. 14).

Así mismo indica que los actores de la cadena de valor cuentan con el apoyo de proveedores, los cuales cumplen un papel fundamental durante el proceso de creación de valor de los productos o servicios. Estos se pueden encontrar según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2015, pág. 15) como:

1. Proveedores de insumos físicos: ej. semillas
2. Proveedores de servicios no financieros: ej. Preparación del terreno, transporte entre otros; y
3. Proveedores de servicios financieros: ej. instituciones bancarias, cooperativas de ahorro y crédito, etc.

Para efectos prácticos es importante mencionar que un solo proveedor podría satisfacer de manera conjunta los tres tipos mencionados anteriormente.

Tanto los actores como los proveedores operan en un ambiente propicio, donde se identifica elementos sociales y medioambientales: Los elementos sociales son actividades de relación e interacción propias del ser humano como son: socioculturales, institucionales, organizativos y de infraestructura; y los elementos medioambientales engloba todo aquello que rodea a los seres humanos como suelo, agua, aire, entre otros. (FAO, 2015, pág. 15)

4.3.4 Ciclo de desarrollo de la cadena de Valor

Nutz y Sievers (2016) en su estudio “Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor” sugieren un enfoque el cual consta de cinco fases (págs. 5 - 6):

- 1. Selección de sectores:** esta fase requiere de un proceso basado en criterios claros, el cual depende de los objetivos y metas planteadas; consta de cuatro pasos:
 - a. Definición de los objetivos y el grupo meta
 - b. Criterios de selección
 - c. Evaluación rápida de los sectores económicos; y
 - d. Reunión consultiva con las partes interesadas
- 2. Análisis del sistema de mercado:** consiste en el mapeo de la cadena de valor, la investigación y finalmente el análisis de los resultados.
- 3. Diseño de las intervenciones:** consiste en el desarrollo de procedimientos y adaptación a las situaciones del mercado para evitar estancamientos o limitaciones.
- 4. Implementación:** esta fase consiste en la puesta en marcha de los procedimientos o soluciones diseñados en la etapa anterior.

5. **Monitoreo y medición de resultados:** esta fase es equivalente al control que se debe realizar en su conjunto, con el objetivo de conocer la situación y de ser el caso emprender acciones correctivas para lograr los objetivos o metas planteadas.

4.3.5 Mapeo de la Cadena de Valor

El mapeo consiste en el diseño de un diagrama de flujo, con todos los actores que intervienen en la cadena junto con el apoyo o soporte para la provisión de todos los servicios en los diferentes eslabones (Jason, 2006, pág. 6).

La cadena de valor puede ser mapeada y analizada de dos formas: una de tipo cualitativa y otra de tipo cuantitativa (Jansen & Torero, 2006, págs. 7 - 8):

- a. **Mapeo de tipo cualitativa:** es la representación de cada uno de los eslabones y actores que intervienen a lo largo de la cadena de valor; este tipo de mapeo facilita la identificación de posibles restricciones y cuellos de botella, así como la visualización de desafíos y oportunidades para lograr un crecimiento sostenido.
- b. **Mapeo de tipo cuantitativa:** este mapeo permite el análisis profundo del producto para conocer sobre cómo y cuándo genera valor en cada una de las diferentes etapas de la cadena de valor.

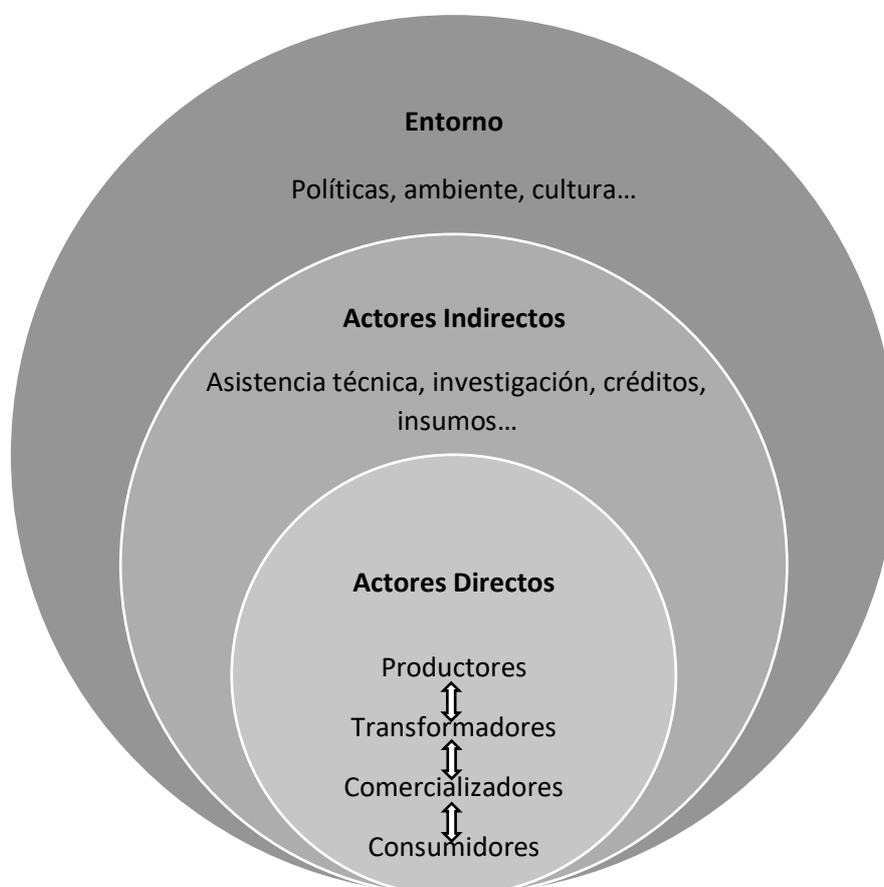
4.3.6 Actores inmersos dentro de la cadena de valor

Según Heyden y Camacho (2004) dentro de la cadena de valor existen dos tipos de actores que desarrollan actividades y están relacionados entre sí para lograr la obtención del producto y su posterior comercialización, estos son (pág. 38):

1. **Actores directos:** son aquellos que actúan e interactúan con los diferentes eslabones dentro de la cadena.

2. **Actores indirectos:** son los responsables de brindar los diferentes servicios de apoyo o soporte a los actores directos como son proveedores de insumos, servicios financieros y no financieros.

Ilustración 13 :Actores directos e indirectos dentro de la cadena de valor



Nota: Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas (Heyden & Camacho, 2004, pág. 38)

4.3.7 Análisis de una cadena de valor

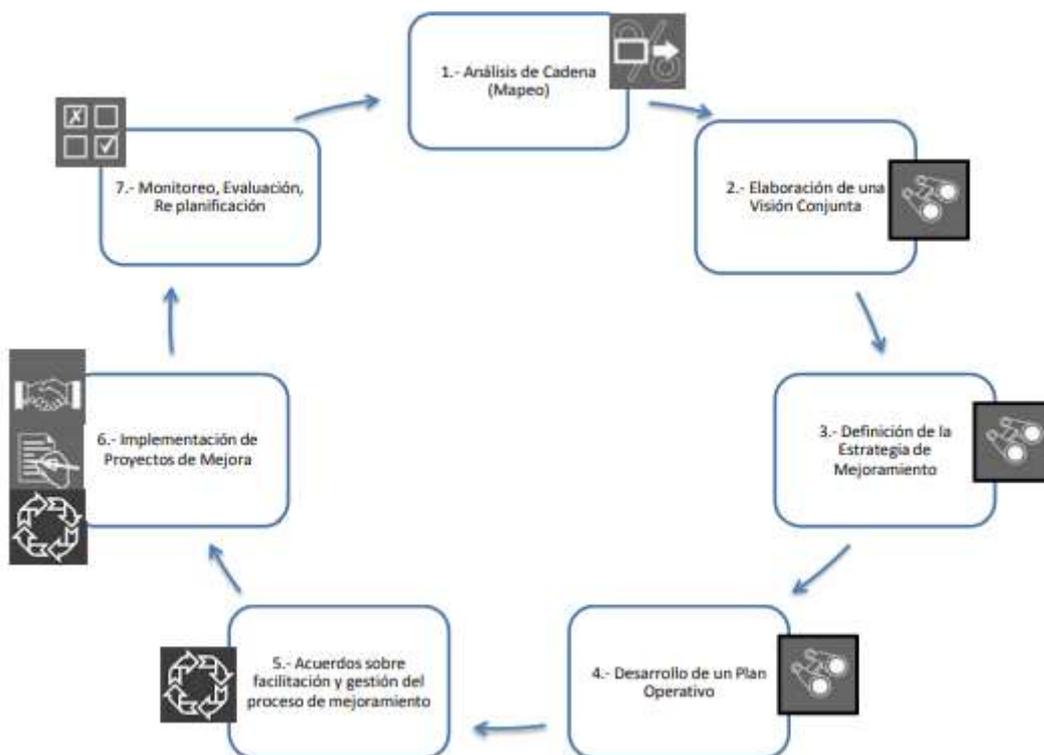
Según la Cooperación Técnica Alemana (GTZ, 2007) en su manual ValueLinks módulo 2, indica que el análisis de la cadena de valor consiste en detallar el sistema económico en torno a mercados de productos específicos, el cual consta de tres tareas (págs. 2 - 3):

- 1. Mapeo de la cadena de valor:** consiste en la representación visual del sistema de la cadena de valor, lo cual permite identificar las operaciones, operadores y sus vínculos tanto de actores directos como indirectos.
- 2. La cuantificación y descripción detallada de la cadena de valor:** consiste en el conteo de actores y volumen de producción que interactúan dentro de la cadena de valor. El análisis se enfoca sobre aspectos específicos como por ejemplo características de los actores, servicios entre otros.
- 3. El análisis económico de las cadenas de valor:** tarea enfocada en la evaluación de desempeño de la cadena de valor a la eficiencia económica. Esto incluye determinar el valor agregado a lo largo de los eslabones de la cadena de valor, el costo de producción y en lo posible el ingreso de los operadores.

4.4 La metodología Value Links

La metodología Value Links de GTZ (Cooperación Técnica Alemana) según Landero Vargas (2009), es un proceso participativo que involucra a los actores de la cadena y se pueden resumir en 7, los cuales se detalla a continuación:

Ilustración 14: Metodología Value Links



Nota: Esta ilustración ha sido tomada del informe titulado Guía Metodológica para la implementación Talleres Fomento Cadenas de Valor propuesto por: (Landeró Vargas, 2009, pág. 7)

1. **Análisis Actual de Cadena:** Se realiza un análisis de la información existente sobre la cadena o sector a analizar, esto incluye estudios del sector de la cadena que puedan aportar datos (económicos, de mercado, etc.) y se realiza un sondeo de los actores involucrados en la cadena. Un aporte crucial es el mapeo de la cadena el cual se construye de forma participativa y que se puede hacer en diferentes grados de detalle (actores, volúmenes, económicos, precios, etc.). La construcción conjunta del mapa de la cadena nos permite “tomar la foto actual” de la misma y obtener datos económicos del producto, aspectos específicos, flujos financieros, género, uso de recursos naturales, etc.)
2. **Elaboración de una Visión Conjunta;** De forma participativa los actores de la cadena (operadores, prestadores de servicios, instituciones reguladoras y

organismos de cooperación) construyen la visión de la cadena a un plazo de cinco años. La visión conjunta está basada en un análisis rápido de mercado.

3. **Definición de la Estrategia de Mejoramiento:** La Estrategia de Mejoramiento constituye un resultado del trabajo participativo de los actores y puntualiza como se mejorarán aspectos relevantes de la cadena para el logro de su competitividad.
4. **Desarrollo de un Plan Operativo:** Para la implementación de la estrategia se elabora participativamente un Plan Operativo Anual en el cual en su implementación se juntan los esfuerzos de los actores permitiendo la optimización de recursos. Un aspecto importante aquí es la conformación del Comité Directivo, que es el encargado de dar seguimiento al Plan Operativo. El Comité Directivo es integrado por los operadores y actores más importantes de la cadena buscando un equilibrio público/privado y de género, tomando en cuenta al organismo de cooperación que apoya al facilitador de la cadena. Debe ser una estructura ágil y de fácil manejo.
5. **Acuerdos sobre Estrategia y Fomento y gestión del proceso (Facilitación):** Se definen acuerdos específicos del fomento, definiendo el responsable de la facilitación de la cadena.
6. **Implementación de Proyectos de Mejora:** En este paso se ejecutan los proyectos de mejora identificados en la cadena, contribuyendo de forma práctica y efectiva a su mejora. Aquí se contempla la realización de giras de intercambio, consultorías para aclarar puntos específicos, asistencia técnica, capacitación, proyectos de mejora a base de alianzas públicos-privadas (PPP) que contribuyan a mejorar la cadena.

7. **Monitoreo, Evaluación, Re planificación:** La metodología contempla un monitoreo y evaluación constante para la replanificación, garantizando con ello una dinámica y retroalimentación del proceso.

4.5 Modalidades de Organización

4.5.1 Modalidad independiente

“Se entiende como trabajador independiente toda persona natural que realice una actividad económica o preste sus servicios de manera personal y por su cuenta y riesgo, mediante contratos de carácter civil, comercial o administrativo, distintos al laboral.” (García, 2012).

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP, 2016) manifiesta que el caficultor independiente es la persona natural o jurídica productora de café, que no forma parte o no es afiliada a ninguna cooperativa cafetalera o asociación.

Según Betancur, Ospina & Uribe (s.f) la modalidad independiente hace referencia aquellos productores o campesinos que conservan una parcela de tierra dedicada a la explotación del café y que cuenta con su propia mano de obra y la de su familia para las labores agrícolas. Considerando que las condiciones de este pequeño productor también se han deteriorado con las transformaciones socio económicas del agro impactadas directamente por los factores objetivos que lo han perjudicado como la violencia de los diferentes grupos armados y las políticas cafeteras, entre otros factores. El desplazamiento del campo a las ciudades es uno de los síntomas de este problema. La falta de incentivos para que el caficultor considere atractivo mantenerse es su actividad tiene que ver con la falta de un proceso educativo, con los cambios en la estructura

familiar y con la cultura de la ciudad que se volvió como una alternativa de vida diferente. (pág. 9)

Es por esta razón que este sistema no permite incrementar un rendimiento por hectárea, o mejorar la calidad de la cosecha, el apoyo de entidades gubernamentales en el sector es importante para que exista un mejor desarrollo de este cultivo, lo que les permitiría aumentar la capacidad productiva de cada caficultor.

Al respecto Gliessman et al. (2007) señala que durante varios años las sociedades han sido responsables de la creación de agroecosistemas bajo métodos tradicionales los cuales son heredados de generación en generación, dando lugar a la agricultura (tradicional, campesina o rural) de subsistencia definida específicamente por actividades de producción y consumo adaptadas a las condiciones locales y caracterizados por un nivel bajo en conocimientos técnicos y tecnológicos. El desarrollo de producción de varios cultivos con prácticas ancestrales y tecnología local han garantizado por siglos un suministro vegetal y animal para el consumo, lo cual se traduce únicamente en una economía de subsistencia. (pág. 16)

Con estos antecedentes se puede señalar que los caficultores no logran obtener el máximo rendimiento de sus cultivos debido a las carencias que presentan como falta de conocimiento técnicos y tecnológicos entre otros; por ende, es importante el apoyo de las entidades de gobierno e instituciones financieras con el objetivo de maximizar la calidad y producción que permite mejorar las condiciones de vida del caficultor (Gómez Posada, 2019).

4.5.2 Modalidad asociativa

El asociativismo agrario se puede conceptualizar según Romero (2009) como una de las formas organizativas que articulan a los pequeños productores. Sin embargo, esta

práctica no es de uso exclusivo de pequeños y medianos productores, sino que también de los grandes grupos económicos dedicados al sector agropecuario. Generalmente el productor recurre al asociativismo por razones económicas o bien para lograr una mayor eficiencia en conjunto dando lugar a la búsqueda del beneficio y compromiso mutuo para resolver problemas. (pág. 38)

“La necesidad de asociarse y de abandonar el tradicional aislamiento que en forma individual sufre el productor agropecuario, viene determinado por varias causales entre las que podemos mencionar aquellas de carácter social (éxodo del trabajador rural, envejecimiento de la población y deseo de elevar el nivel de vida del empresario), económicas (el asociativismo permite abaratar costos y acceder a un mejor asesoramiento técnico), entre otras” (Romero, 2009, pág. 39).

Estas formas o modalidades asociativas según Romero (2009) constituyen el llamado fenómeno de la integración en el agro que permite mantener vigente la tradicional clasificación entre contratos conmutativos y asociativos y fundamentalmente contribuir al desarrollo de la agricultura, así como a las reformas de las estructuras de propiedad y empresa agraria (pág. 42). En este contexto Amézaga et al. (2013) señala que la asociatividad agroempresarial puede clasificarse de dos formas (pág. 8):

- 1. Asociaciones:** constituidas por productores u organizaciones de productores agrícolas con el objetivo común de adaptarse a las situaciones del mercado, la producción y oferta de los socios (Romero, 2009, pág. 44).
- 2. Cooperativas:** es una forma de asociación autónoma integrada de personas conformados voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes a través de una organización de

propiedad conjunta y democráticamente controlada (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA], 2017, pág. 6).

Tabla 1: *Comparación entre Enfoque Tradicional vs Cadena de Valor*

	Enfoque Tradicional	Cadena de Valor
Información compartida	Escasa o ninguna	Amplia
Objetivo primario	Costo/precio	Valor / Cantidad
Orientación	Commoditie	Producto diferenciado
Relación de poder	Desde la oferta	Desde la demanda
Estructura de la organización	Independiente	Interdependiente
Filosofía	Auto optimización	Optimización de la Cadena

Nota: Tomado de “Cadenas de Valor como estrategia: Las Cadenas de valor en el sector Agroalimentario (Iglesias, 2002, pág. 6)

La tabla anterior se puede resumir de la siguiente manera (Peña & Nieto, 2008, pág. 80):

- **Información compartida:** la información debe ser de doble vía, con el objeto de que todos actores dentro de la cadena estén informados sobre la situación de la empresa ante cualquier cambio que se pudiera dar.
- **Objetivo primario:** en el caso de los negocios tradicionales se busca el máximo beneficio comprando a precios bajos y revender a precios mayores; en la cadena de valor lo que se busca es dar valor agregado a los productos para obtener mejores beneficios.
- **Relación de poder:** consiste en satisfacer exitosamente las necesidades de los consumidores mediante la cooperación, comunicación y coordinación.
- **Estructura de la organización:** en el caso de los negocios tradicionales consiste en establecer alianzas para cumplir metas que no podrían ser alcanzadas por si mismos; en cadena de valor se trabaja de forma conjunta, sin rivalidades para alcanzar los objetivos propuestos.

- **Filosofía:** consiste en definir prácticas empresariales para lograr la diferenciación, estabilidad y posición dentro del mercado.

En este contexto Peña Nieto (2008) señala que es relevante acotar que no todos los actores de la cadena productiva están dispuestos a interactuar en una cadena de valor, ya que en este proceso se comparte información, negocios con otros actores y riesgos; sin embargo, bajo la cadena de valor es posible lograr estrategias complejas de diferenciación y esto se traduce en sostenibilidad en el largo plazo (pág. 80).

4.6 Área de Estudio

4.6.1 Datos del Cantón Balsas

De acuerdo con la información del GAD Municipal de Balsas (2020) , este cantón forma parte del Altiplano Orense y se identifica como un cantón eminentemente avícola, con áreas naturales de extraordinaria belleza, en los actuales momentos se está iniciando la producción de tilapia. Se encuentra en la zona ecuatorial meso térmico semi-húmedo. Clima característico de las regiones de latitudes bajas, localizadas entre 10° N y 10° S. El calor y humedad son altos y constantes a lo largo del año. La temperatura media del mes más frío supera los 18°C, y la media anual se sitúa por encima de los 21°C. Las precipitaciones anuales sobrepasan los 1300 mm. Duración del día y noche es igual. Se distinguen dos estaciones bien marcadas: una seca que va desde mayo o junio hasta octubre o noviembre y otra desde noviembre hasta abril. Es típico de la zona por su topografía presentar constantemente una precipitación horizontal o denominada de montaña, por la condensación existente de nubes y la presencia de neblina ya que Balsas se encuentra en la zona de barlovento de la cuenca del Río Puyango. Al no contar con una estación meteorológica, dentro de la jurisdicción cantonal se presentan los datos referenciales de la Estación Meteorológica de Marcabelí, estación más cercana al cantón.

4.6.2 Ubicación y límites

El cantón Balsas según datos del GAD municipal (2020) está ubicado al Sur de la Provincia del Oro y al Noroccidente de la Provincia del Loja. La ciudad de Balsas, cabecera cantonal, está ubicada en las coordenadas geográficas 3° 46'11'' Latitud Sur y 79° 50'18'' Longitud Oeste a 670 m s n m. Los límites cantonales son:

NORTE. - Cantón Piñas ----- SUR. - Provincia de Loja (Río Puyango)

ESTE. - Cantón Piñas ----- OESTE. -Cantón Marcabelí

Ilustración 15: *Ubicación geográfica del Cantón Balsas*



Nota: Mapa del Cantón Balsas (GAD, 2020)

4.6.3 División Política

Parroquias Urbanas

- Parroquia Balsas (Cabecera Cantonal)

Parroquias Rurales

- Parroquia Bellamaría

4.6.4 Clima

Según datos del GAD municipal (2020) la climatología de Balsas responde a varios como: latitud, altitud, dirección de cadenas montañosas, vegetación y vientos

provenientes del Océano Pacífico que encuentran a las estribaciones de la cordillera en dirección oeste–este produciendo precipitaciones con mayor intensidad en los lugares de mayor altura. La temperatura media del mes más frío supera los 18°C y la media anual se sitúa por encima de los 21°C. Es ecuatorial húmedo tropical, por hallarse entre estribaciones bajas de la cordillera Sur-Occidental de los Andes y llanuras. Distintivo determinante del sector. Los vientos atraen masas de aire húmedo.

4.6.5 Actividades del sector agrario

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT, 2019), el cantón Balsas goza de un clima que beneficia a las diversas actividades productivas como: la avicultura, porcicultura, agricultura y ganadería, el 38,02% de la zona agrícola está destinada para el cultivo de café. De acuerdo a información del Instituto Espacial Ecuatoriano (IEE), la mayor parte de la superficie destinada a la producción se identifica al uso pecuario, el 38,02% de la superficie se dedica a pasto cultivado, el 10% es de uso agrícola y un reducido 2% para actividades combinadas de agricultura y ganadería. En cuanto a la cría de animales menores, se destina una superficie de 111 hectáreas para planteles avícolas, mientras que para granjas porcinas se utiliza 16,5 hectáreas.

El principal producto agrícola es el cultivo de café, este ocupa una superficie de 583 hectáreas, mientras que el pasto cultivado para la crianza de ganado bovino ocupa un área de 38%. De esta manera se establece que la principal actividad de Balsas y la ganadería, seguida de la agricultura.

4.6.6 Datos del cantón Marcabelí

Según datos del GAD municipal de Marcabelí (2020), el cantón se sitúa en un ramal de la Cordillera de Platanillos, presenta un relieve montañoso en el que las costas fluctúan entre los 320 msnm hasta los 1280 msnm. El área urbana se ubica entre las cotas

440 y 520 msnm sobre un valle rodeado de cerros hacia el nor-este CERRO DEL TARRO, nor-oeste CERRO DEL OSO, sur-este (s/n) y sur-oeste CERRO EL CORRAL. Se debe rescatar este potencial de encontrarse entre cerros y montañas y la bondad que produce las vertientes de agua, para beneficiarse ecológicamente, y preservar la naturaleza para las futuras generaciones, otra bondad de la ubicación de Marcabelí es su potencial para ser explotado y explorado turísticamente, con un turismo ecológico muy requerido en la actualidad. (pág. 1)

4.6.7 Límites

Según datos del GAD municipal de Marcabelí (2020), el cantón Marcabelí limita al:

- Al norte con el cantón Piñas.
- Al sur con la Provincia de Loja.
- Al este con el cantón Balsas.
- Al oeste con el cantón Las Lajas.

Ilustración 16: Ubicación geográfica del cantón Marcabelí.



Nota: Mapa del Cantón Marcabelí (Datos generales del GAD, 2020)

4.6.8 División Política

Parroquias Urbanas

- Parroquia Marcabelí (Cabecera Cantonal)

Parroquias Rurales

- Parroquia El Ingenio

4.6.9 Clima

Según datos del GAD municipal de Marcabelí (2020), el cantón se encuentra en la zona climática tropical interandino y por consiguiente en Marcabelí se distinguen claramente dos estaciones al año, invierno y verano: El invierno se inicia en diciembre y termina en mayo, con un clima cálido y húmedo, con fuertes lluvias. El verano comienza en mayo y termina en los primeros días de diciembre, en esta temporada el clima es templado y saludable. En general, se expresa el clima como cálido seco. (pág. 3)

4.6.10 Actividades del sector agrario

Según datos del GAD municipal de Marcabelí (2020) Los habitantes se dedican a las faenas agrícolas y ganaderas, cultivan café, caña de azúcar, maíz, cultivos de ciclo corto, por iniciativa de sus habitantes industrializan la caña de azúcar granulada, panela y licor.

El café que se produce en esos parajes de la naturaleza, es de excelente calidad; y, tanto la ganadería como el cultivo de la caña de azúcar y de las gramíneas de ciclo corto, la cría de animales domésticos y muchas otras actividades productivas, constituyen fuentes de una economía en crecimiento. (pág. 6)

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT, 2015), en el cantón Marcabelí, el principal producto agrícola es el café caturra, que representa el

1,43% equivalente a 212,75 hectáreas de la superficie, la mayoría de estos cultivos se encuentran en la zona oriental y se producen bajo sombra, sin embargo cabe resaltar que este representativo producto ha disminuido, debido a la falta de tecnificación, envejecimiento de las plantas, deficiente manejo agrónomo y el aumento de la ganadería en las zonas cafetaleras, destruyendo considerablemente el sector productivo y dejando las áreas cafetaleras improductivas y contaminadas con una enfermedad producida por hongos llamada la Roya, matando así toda la producción y generando pérdidas considerables.

4.7 Marco Conceptual

TÉRMINOS RELACIONADOS EL CAFÉ

Almendra: “palabra que significa café listo para ser tostado” (Vanegas, 2017).

Arábigo: “palabra que expresa la variedad del café Arábica” (Vanegas, 2017).

Borboteo: “burbujas que se manifiestan del café recién hecho. Entre más burbujas produzca un café quiere decir que proviene de un café fresco” (Vanegas, 2017).

Brocado: “grano de café dañado por la broca. Es una especie de caries producida por ese insecto” (Vanegas, 2017).

Café almendra/café verde en almendra/endospermo/café trillado: “A partir de la cual se produce el café tostado y molido. Es básicamente el café pergamino sin su parte externa” (Vanegas, 2017).

Café en baba: “cereza de café que ha sido despulpado” (Vanegas, 2017).

Café cereza: “es el fruto del café que se recolecta maduro, compuesto de dos granos envueltos en una cascara” (Federación de Cafetaleros de Colombia, s.f.).

Café pasilla: “las pasillas son los granos de café que presentan defectos, como brocados, vinagres, negros, partidos, astillados” (Vanegas, 2017).

Café pergamino seco: “es el producto del beneficio del grano, el cual se obtiene después de quitarle la cascara y el mucílago, lavarlo y secarlo hasta una humedad del 12%” (Federación de Cafetaleros de Colombia, s.f.).

Cafeína: “alcaloide, encontrado en los granos del café, hojas de café, hojas de té, granos de cacao...El promedio de cafeína encontrado en el café crudo es de 1.5%. Sabor amargo estimulante en el café natural. El arábica contiene cerca de 1% de cafeína; el Robusta 2%; los cafés instantáneos entre 3 y 6% según el tipo de café” (Vanegas, 2017).

Cafetales: “área o lugar plantado de cafetos” (Vanegas, 2017).

Cafeto: “árbol que produce el café” (Vanegas, 2017).

Caficultura: “actividad agrícola cuyo objetivo es el cultivo y la producción de café” (Vanegas, 2017).

Cisco: “la película que cubre la almendra de café (endospermo). Esta es retirada generalmente en el proceso de trilla” (Vanegas, 2017).

Defoliación: “pérdida o caída de las hojas” (Vanegas, 2017).

Despulpado: “etapa del beneficio ecológico del café en la cual se separa los granos de café de la pulpa sin adición de agua” (Federación de Cafetaleros de Colombia, s.f.).

Germinador: “sitio donde brotan y comienzan a crecer las plantas de café” (Federación de Cafetaleros de Colombia, s.f.).

Mucílago: “sustancia hialina, incolora y más o menos turgente que recubre el fruto del café una vez se haya despulpado” (Federación de Cafetaleros de Colombia, s.f.).

Pulpa: “es la cáscara del grano del café formada por el exocarpio (epidermis) y parte del mesocarpio. En el beneficio ecológico la pulpa es uno de los subproductos y se depositan en fosas para su descomposición y posterior utilización en el cultivo” (Federación de Cafetaleros de Colombia, s.f.).

Trilla: “proceso en el cual al café pergamino seco se le extrae por medio de máquinas especializadas, la película o endocarpio que lo cubre, convirtiéndolo en café verde, para después clasificarlo según tamaño y calidad del grano” (Vanegas, 2017).

Tueste: “proceso que se le da al café en verde para desarrollar todas sus características de aroma y sabor. Existen varios tipos de tueste de menor a mayor temperatura final,

tueste ligero o rubio, tueste medio o de hábito de monje, color marrón y tueste oscuro que enmascara las características de un mal café y es de color marrón/negrusco” (Vanegas, 2017).

5. Metodología

Para el desarrollo de esta investigación se analizó la cadena de valor del café en los cantones Balsas y Marcabelí, provincia de El Oro, desde dos perspectivas, la independiente y la asociativa, para lo cual se utilizaron materiales, métodos y técnicas, que permitieron cumplir con los objetivos:

5.1 Materiales

Tabla 2: *Materiales utilizados en la investigación*

<i>Equipos de oficina</i>	<i>Herramientas de trabajo de campo</i>
<i>Computadora Portátil</i>	<i>Smartphone</i>
<i>Pen Drive</i>	<i>Modelos de encuestas</i>

Elaboración: Danilo Barros

5.2 Métodos

La presente investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo complementado con técnicas cualitativas, además en la investigación se utilizaron los siguientes métodos:

- **Método descriptivo:** Se empleó este método para identificar las características y cualidades que tienen cada uno de los actores de la cadena de valor del café, también permitió el mapeo de las cadenas de valor bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.
- **Método analítico:** Permitted analizar la situación actual de la población estudiada y los principales problemas que aqueja a este importante sector productivo.
- **Método sintético:** Ayudó a condensar toda la información obtenida a lo largo de la investigación.
- **Método comparativo:** Permitted realizar una comparación entre las diferencias y semejanzas de las cadenas de valor bajo la modalidad independiente y asociativa.

5.3 Técnicas

Con el fin de recopilar la información esencial para la investigación se elaboraron 7 cuestionarios, los cuales fueron aplicados directamente por el autor de la investigación de la siguiente forma:

Las encuestas: Se aplicaron a los actores de la cadena de valor: proveedores, productores, acopiadores, transformadores y comercializadores, con el fin de obtener variables y características para analizar la cadena de valor del café en los cantones Balsas y Marcabelí.

Las entrevistas: se aplicó a los actores directos e indirectos de la cadena de valor, como: presidentes de las asociaciones, técnicos del MAG, presidentes de las juntas parroquiales de los cantones Balsas y Marcabelí, quienes aportaron con información importante para este estudio.

5.4 Muestra

Según el (INEC, 2001), el cantón Balsas cuenta con 535 personas que se dedican a actividades de la agricultura, mientras que el cantón Marcabelí cuenta con 380 personas dedicadas a la agricultura (INEC, 2001), sin embargo, para efectos de obtención de la muestra, se lo realizará mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que, gran parte de los actores de la cadena de valor se encuentran en zonas rurales del cantón, que son de difícil acceso debido al mal estado de las vías y a la predisposición de los actores para brindar la información necesaria; además, se empleó la técnica de bola de nieve, ya que luego de encuestar a un productor, se obtuvo información sobre personas con características productivas similares, por lo que se ampliaba el rango de información.

Tabla 3: Actores Encuestados

Actores	Modalidad Asociativa		Modalidad Independiente		Total
	Balsas	Marcabelí	Balsas	Marcabelí	
Productores	7	17	16	9	49
Proveedores	1	1	2	4	8
Acopiadores	1	1	1	2	5
Transformadores	1	1	4	3	9
Comercializadores	1	1	4	4	10
TOTAL	11	21	27	22	81

Fuente: Población de estudio

Elaboración: Danilo Barros

5.5 Procedimiento

Como primer punto se realizó una exploración de información seleccionada referente a estudios realizados en torno al tema, en donde se identificó que la herramienta de estudio más adecuada para la creación de la cadena de valor es la metodología ValueLinks.

Luego, se estructuró las herramientas de recolección de datos, tomando como referencia el banco de preguntas expuesta en la guía metodológica del manual ValueLinks, para más adelante realizar el levantamiento de información correspondiente, aplicando las técnicas expuestas como es la encuesta y la entrevista.

Una vez organizada toda la información en una base de datos, el siguiente paso es determinar el tipo de cadena de valor que se estudiará, tomando en cuenta aspectos como el destino de producción; el tipo de producto y el tipo de relaciones que se establecen entre actores.

Después de establecer el tipo de cadena, se procede a dar cumplimiento al primer objetivo, permitiendo identificar los eslabones o fases de la cadena, es decir todo el proceso desde la provisión de insumos para el cultivo de café hasta la fase de

comercialización del mismo, de igual manera se identifica a los actores directos e indirectos dentro de la cadena de valor.

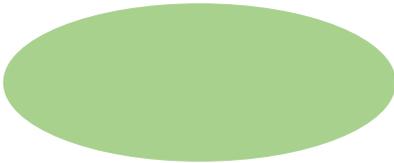
Para dar cumplimiento al segundo objetivo se realiza la caracterización de cadena de valor empleando el método descriptivo por medio de matrices en donde los componentes que conforman la estructura son: las actividades, la relación entre actores, los precios, los riesgos y oportunidades, pero sobre todo las debilidades y fortalezas.

Posteriormente en el tercer objetivo el proceso de diagramación se organizó toda la información de la caracterización, empleando la simbología propuesta en la Guía Metodológica del Manual ValueLinks (tabla 4), en donde se representa quiénes participan, que tipo de relación mantienen entre los actores, qué negociaciones se dan entre ellos y qué factores o condiciones determinan dichas negociaciones.

Para una mejor interpretación de los eslabones de la cadena de valor se los trazó de manera vertical y horizontal, lo cual permite identificar claramente los procesos, que actores participan en ellos, el destino del producto y comparar las cadenas de valor.

Por último, en el cuarto objetivo, se estructura diferentes cuadros comparativos para cada actor directo de la cadena, tanto en la modalidad independiente como en la asociativa, identificando la cadena de valor del café más competitiva en el mercado y al actor más vulnerable dentro de ella.

Tabla 4: Simbología del manual ValueLinks para mapeo de la Cadena de Valor

	Eslabón de la cadena de valor
	Operador de la cadena de valor
	Prestador de servicios operacionales
	Relación contractual formal
	Relación contractual esporádica
	Relación contractual exclusiva
	Mercado final
	Prestador de servicios de apoyo
	Organizaciones reguladoras

Fuente: Tomado de la Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor propuesta por (Castellanos, 2009, pág. 66)

Elaboración: Danilo Barros

6. Resultados

En determinada fase del proceso los actores de la cadena de valor son propietarios del producto, teniendo la posibilidad de aportar con un valor agregado al mismo, ya que la viabilidad de sus negocios a largo plazo es la condición básica para sobresalir y lograr el éxito mejorando así la cadena de valor.

Objetivo Específico 1. “Identificar cada uno de los eslabones y actores que conforman la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelf”.

A continuación, se indica los actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente del Cantón Balsas:

Tabla 5: *Actores de la cadena de valor bajo la modalidad independiente.*

ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1. Proveedor de insumos agrícolas	Prestadores de servicios operacionales
Locales comerciales del sector	Instituciones Bancarias: Son quienes se encargan de brindar financiamiento para impulsar el desarrollo de estas actividades productivas del sector, la principal institución financiera es BanEcuador entre otras. Transportistas: Encargados de movilizar la producción y los insumos a diferentes partes de la provincia y el País, entre ellos tenemos: Compañía de transporte Rutas Balseñas, Compañía de Transporte de carga pesada baciver S.A.
2. Productores	
Pequeños productores individuales calificados y no calificados del cantón Balsas.	
3. Acopiadores	Prestadores de servicios de apoyo
Acopiadores identificados en el cantón Balsas.	MAG: Brindan el asesoramiento técnico y capacitación a través de proyectos que vienen desarrollando como el proyecto de “Reactivación de la caficultura ecuatoriana” GAD Municipal de Balsas: organismo que impulsan las actividades productivas del Cantón, a través del desarrollo de proyectos de Reforestación y sistemas de riego.
4. Transformadores	
Productores individuales del sector que usan su propia producción para procesar el café bajo una marca y otros sin marca.	
5. Comercializadores	Organizaciones reguladoras
Personas encargadas de distribuir el producto a mercados locales y nacionales, estos pueden ser: Minoristas y Mayoristas	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA): Agencia De Regulación y Control Sanitario, otorga el registro sanitario, una certificación obligatoria para la comercialización de todos los productos de uso y consumo humano en el país. AGROCALIDAD: Agencia de Regulación y control fitosanitario y zoonosanitario, otorga certificación BPA (Buenas prácticas Agrícolas.
6. Consumidor final	
Consumidores a nivel local y nacional	

Continúa

	<p>Servicio de Rentas Internas (SRI): El Servicio de Rentas Internas es la institución que se encarga de gestionar la política tributaria, asegurando la recaudación destinada al fomento de la cohesión social. (SRI, s.f.)</p> <p>Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN): (Instituto Ecuatoriano de Normalización), otorga el sello de calidad, que es el reconocimiento a nivel nacional e internacional de un producto que se fabrica bajo un sistema de calidad aprobado. (INEN, s.f.)</p> <p>MINISTERIO DEL AMBIENTE: Es una organización que permita garantizar un ambiente sano y ecológicamente equilibrado con el objetivo de hacer del país, una nación que conserva y usa sustentablemente su biodiversidad, mantiene y mejora su calidad ambiental, promoviendo el desarrollo sustentable y la justicia social, reconociendo al agua, suelo y aire como recursos naturales estratégicos.</p>
--	--

Fuente: Encuesta aplicada a los actores directos de la cadena de valor.

Elaboración: Danilo Barros

A continuación, se indica los actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente del Cantón Marcabelí:

Tabla 6: Actores de la cadena de valor bajo la modalidad independiente.

ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1. Proveedor de insumos agrícolas	Prestadores de servicios operacionales
Locales comerciales del sector	Instituciones Bancarias: Son quienes se encargan de brindar financiamiento para impulsar el desarrollo de estas actividades productivas del sector, la principal institución financiera es BanEcuador entre otras. Transportistas: Encargados de movilizar la producción y los insumos a diferentes partes de la provincia y el País, entre ellos tenemos, Compañía de Transporte Carliviana S.A, Compañía de Transporte de carga pesada Marcabelí S.A.
2. Productores	
Pequeños productores individuales calificados y no calificados del cantón Marcabelí.	
3. Acopiadores	Prestadores de servicios de apoyo
Acopiadores identificados en el cantón y Marcabelí.	MAG: Brindan el asesoramiento técnico y capacitación a través de proyectos que vienen desarrollando como el proyecto de “Reactivación de la caficultura ecuatoriana” GAD Municipal de Marcabelí: Organismo encargado que impulsa el sector agrícola a través de proyectos como el de reactivación de zonas cafeteras.
4. Transformadores	
Productores individuales del sector que usan su propia producción para procesar el café bajo una marca y otros sin marca.	
5. Comercializadores	Organizaciones reguladoras
Personas encargadas de distribuir el producto a mercados locales y nacionales, estos pueden ser: Minoristas y Mayoristas	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA): Agencia De Regulación y Control Sanitario, otorga el registro sanitario, una certificación obligatoria para la
6. Consumidor final	

Continúa

<p>Consumidores a nivel local y nacional</p>	<p>comercialización de todos los productos de uso y consumo humano en el país.</p> <p>AGROCALIDAD: Agencia de Regulación y control fitosanitario y zoonosanitario, otorga certificación BPA (Buenas prácticas Agrícolas).</p> <p>Servicio de Rentas Internas (SRI): El Servicio de Rentas Internas es la institución que se encarga de gestionar la política tributaria, asegurando la recaudación destinada al fomento de la cohesión social. (SRI, s.f.)</p> <p>Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN): (Instituto Ecuatoriano de Normalización), otorga el sello de calidad, que es el reconocimiento a nivel nacional e internacional de un producto que se fabrica bajo un sistema de calidad aprobado. (INEN, s.f.)</p> <p>MINISTERIO DEL AMBIENTE: Es una organización que permita garantizar un ambiente sano y ecológicamente equilibrado con el objetivo de hacer del país, una nación que conserva y usa sustentablemente su biodiversidad, mantiene y mejora su calidad ambiental, promoviendo el desarrollo sustentable y la justicia social, reconociendo al agua, suelo y aire como recursos naturales estratégicos.</p>
--	---

Fuente: Encuesta aplicada a los actores directos de la cadena de valor

Elaboración: Danilo Barros

En la siguiente tabla se muestran las funciones que realizan cada uno de los eslabones de la cadena de valor modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí:

Tabla 7: *Eslabones de la cadena de valor, modalidad independiente con sus respectivas funciones.*

Provisión	Producción	Acopio	Transformación	Comercialización	Consumo
Número de proveedores:6	Número de productores:25	Número de acopiadores:3	Número de transformadores:7	Número de comercializadores:8	Tipo de mercado:2
Proveer de insumos orgánicos y agroquímicos.	Selección de semillas para elaborar los viveros.	Receptar la materia prima.	Recibir la materia prima acopiada.	Receptar el café empacado listo para la venta.	El producto está listo para ser consumido en el mercado local y nacional
Proveer plántulas y semillas de café.	Preparación de suelos para sembrar.	Pilar y Pesar la materia prima.	Limpiar y clasificar el café pilado.	Comercializar el café a los distintos puntos de venta acordados.	
	Fabricar el abono orgánico.	Seleccionar y clasificar el café según sea la calidad.	Tostar y moler el café seleccionado.		
	Realizar un control de plagas y enfermedades en el cultivo	Guardar el café en un área de almacenamiento.	Pesar y empacar el producto listo para la venta.		
	Cosechar el café seleccionado.	Buscar compradores y mercado.			

Fuente: Encuesta a los actores directos

Elaboración: Danilo Barros

A continuación, se indica los actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad Asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí:

Tabla 8: Actores de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa.

ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1. Proveedor de insumos agrícolas	Prestadores de servicios operacionales
Asociación Cafetalera APECAM y ASPROAGEDA.	<p>Instituciones Bancarias: Son quienes se encargan de brindar financiamiento para impulsar el desarrollo de estas actividades productivas del sector, la principal institución financiera es BanEcuador y las cooperativas de ahorro y crédito entre otras.</p> <p>Transportistas: Encargados de movilizar la producción y los insumos a diferentes partes de la provincia y el País, entre ellos tenemos: Compañía de transporte Rutas Balseñas, Compañía de Transporte Carliviana S.A, Compañía de Transporte de carga pesada Marcabelí S.A, Compañía de Transporte de carga pesada baciver S.A.</p> <p>Servicio de Pilado/Trillado: Las asociaciones en su acción de acopio ofrecen este servicio.</p>
2. Productores	
Los socios de APECAM Y ASPROAGEDA.	
3. Acopiadores	Prestadores de servicios de apoyo
APECAM Y ASPROAGEDA	<p>MAG: Brindan el asesoramiento técnico y capacitación a través de proyectos que vienen desarrollando como el proyecto de “Reactivación de la caficultura ecuatoriana” GAD Municipal de Balsas: organismo que impulsan las actividades productivas del Cantón, a través del desarrollo de proyectos de Reforestación y sistemas de riego.</p> <p>GAD Municipal de Marcabelí: Organismo encargado que impulsa el sector agrícola a través de proyectos como el de reactivación de zonas cafeteras.</p> <p>Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur (FAPECAFES): proporcionan de la misma forma asesoramiento y capacitaciones en temas de cultivo de café y cuidado.</p>
4. Transformadores	
Las asociaciones APECAM Y APROAGEDA	
5. Comercializadores	Organizaciones reguladoras
APECAM, vende la producción de café a FAPECAFES, quien a su vez se encarga de exportarlo a mercados internacionales bajo una licencia de exportación que la misma empresa posee.	<p>Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA): Agencia De Regulación y Control Sanitario, otorga el registro sanitario, una certificación obligatoria para la comercialización de todos los productos de uso y consumo humano en el país.</p> <p>AGROCALIDAD: Agencia de Regulación y control fitosanitario y zoonosanitario, otorga certificación BPA (Buenas prácticas Agrícolas).</p> <p>Servicio de Rentas Internas (SRI): El Servicio de Rentas Internas es la institución que se encarga de gestionar la política tributaria, asegurando la recaudación destinada al fomento de la cohesión social. (SRI, s.f.)</p>
ASPROAGEDA, comercializa todo su producto en el mercado nacional, y tiene visión a exportar.	
6. Consumidor final	Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN): (Instituto Ecuatoriano de
Consumidores a nivel local, nacional e internacional.	de

Continúa

	<p>Normalización), otorga el sello de calidad, que es el reconocimiento a nivel nacional e internacional de un producto que se fabrica bajo un sistema de calidad aprobado. (INEN, s.f.)</p> <p>MINISTERIO DEL AMBIENTE: Es una organización que permita garantizar un ambiente sano y ecológicamente equilibrado con el objetivo de hacer del país, una nación que conserva y usa sustentablemente su biodiversidad, mantiene y mejora su calidad ambiental, promoviendo el desarrollo sustentable y la justicia social, reconociendo al agua, suelo y aire como recursos naturales estratégicos.</p> <p>Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS): Esta entidad se encarga de supervisar y controlar a las organizaciones de la economía popular y solidaria.</p>
--	---

Fuente: Entrevistas aplicadas a los presidentes de las asociaciones

Elaboración: Danilo Barros

En la siguiente tabla se muestran las funciones que realizan cada uno de los eslabones de la cadena de valor modalidad asociativa de los cantones Balsas y Marcabellí:

Tabla 9: *Eslabones de la cadena de valor, modalidad asociativa con sus respectivas funciones.*

Provisión	Producción	Acopio	Transformación	Comercialización	Consumo
Número de proveedores:1	Número de productores:24	Número de acopiadores:2	Número de transformadores:2	Número de comercializadores:2	Tipo de mercado:3
Proveer de insumos y abonos orgánicos.	Selección de semillas para elaborar los viveros.	Receptar la materia prima.	Recibir la materia prima acopiada.	Receptar el café empacado listo para la venta.	El producto está listo para ser consumido en el mercado local, nacional e internacional.
Proveer plántulas y semillas de café.	Preparación de suelos para sembrar las plántulas.	Pilar y Pesar la materia prima.	Limpiar y clasificar el café pilado.	Comercializar el café de especialidad a los distintos puntos de venta acordados.	
Realizar la gestión necesaria para distribuir la maquinaria y equipos correspondientes.	Fabricar los abonos orgánicos (CHAMAE ES+).	Seleccionar y clasificar el café según sea la calidad.	Tostar y moler el café seleccionado.		
	Realizar un control de plagas y enfermedades en el cultivo.	Guardar el café en un área de almacenamiento.	Pesar y empacar el producto listo para la venta.		
	Cosechar el café seleccionado.				
	Realizar el proceso de despulpado.				

Fuente: Encuesta a los actores directos

Elaboración: Danilo Barros

Objetivo Específico 2: “Describir la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.”

En esta fase se identifica a cada uno de los actores que integran la cadena de valor bajo la modalidad independiente y asociativa, de tal manera que se pueda conocer aspectos como: características, actividades principales, relaciones con otros actores de la cadena, riesgos, oportunidades, debilidades y fortalezas.

MODALIDAD INDEPENDIENTE

a) PROVEEDORES DE BALSAS Y MARCABELÍ

Tabla 10: Caracterización de los proveedores bajo la modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	PROVEEDORES DE BALSAS	PROVEEDORES DE MARCABELÍ
Características	<p>Los proveedores de insumos agropecuarios se encuentran ubicados en la ciudad de Balsas en la parte céntrica, realizan ventas al por mayor y menor, además cuentan con permisos del MAG y de Agro calidad para ejercer sus actividades. Llevan dedicándose a la venta de insumos agrícolas entre 10 y 12 años. Los meses en los que tienen mayores ingresos son: Enero, febrero, marzo, abril y diciembre.</p> <p>Como garantía de la compra ofrecen a sus clientes devoluciones por defectos y capacitaciones acerca del uso del insumo, y como facilidades de pago les ofrecen créditos, el promedio de ventas de insumos mensualmente es de: 26 kilos de herbicidas, 14 kilos de abono, 70 kilos de insecticida y 30 kilos de fungicidas.</p>	<p>Los proveedores de insumos agropecuarios se encuentran ubicados en la ciudad de Marcabelí en la parte céntrica, realizan ventas al por mayor y menor, además cuentan con permisos del MAG y de Agro calidad para ejercer sus actividades. Llevan dedicándose a la venta de insumos agrícolas entre 7 y 20 años. Los meses en los que tienen mayores ingresos son: Enero, febrero, marzo, abril, octubre, noviembre y diciembre.</p> <p>Como garantía de la compra ofrecen a sus clientes devoluciones por defectos, asistencia técnica y capacitaciones acerca del uso del insumo, y como facilidades de pago les ofrecen créditos, el promedio de ventas de insumos mensualmente es de: 30 kilos de herbicidas, 87 kilos de abono, 30 kilos de insecticida, 40 kilos de fertilizantes y 10 kilos de fungicidas.</p>
Descripción de actividades	<p>Abastecen a los productores de café de insumos agrícolas necesarios para el cuidado y cultivo del café, como herbicidas, abonos, insecticidas y fungicidas, además actúan como técnicos capacitadores, brindando asistencia técnica y capacitaciones siempre y cuando el productor solicite el servicio.</p>	<p>Abastecen a los productores de café de insumos agrícolas necesarios para el cuidado y cultivo del café, como herbicidas, fertilizantes, abonos, insecticidas y fungicidas, además actúan como técnicos capacitadores, brindando asistencia técnica y capacitaciones siempre y cuando el productor solicite el servicio.</p>

Continúa

Relación entre actores	Se relacionan directamente con los productores del cantón Balsas de forma esporádica.	Se relacionan directamente con los productores del cantón Marcabelí de forma esporádica.
Ámbito de acciones	Sector rural del cantón Balsas.	Sector rural del cantón Marcabelí.
Precio	Fijan el precio de venta de sus productos en base a los precios de la competencia y al margen de utilidad En cuanto a los insumos agroquímicos que se emplean para el mantenimiento del cafetal, el precio promedio de un Matamontes es de \$8,00 el litro, un insecticida \$12,70 el litro y el fertilizante \$0,50 el kilo, mientras que el abono orgánico tiene un valor de \$5,00 dólares el saco, y el fungicida \$ 14,00 el galón.	Fijan el precio de venta de sus productos en base a los precios de la competencia y al margen de utilidad En cuanto a los insumos agroquímicos que se emplean para el mantenimiento del cafetal, el precio promedio de un Matamontes es de \$6,35 el litro, un insecticida \$12,70 el litro y el fertilizante \$3,9 el kilo, mientras que el abono tiene un valor de \$22,65 dólares el saco, y el fungicida \$ 13,85 el galón.
Riesgos	Crecimiento de cultivos de tipo orgánico en el sector por lo que el uso de productos agroquímicos decrece poco a poco.	Crecimiento de cultivos de tipo orgánico en el sector por lo que el uso de productos agroquímicos decrece poco a poco.
Oportunidades	Demanda creciente de insumos orgánicos para el cultivo del café.	Demanda creciente de insumos orgánicos para el cultivo del café.
Debilidades	Productos con periodos de caducidad cortos, que al no tener salida del local significaría pérdidas económicas	Productos con periodos de caducidad cortos, que al no tener salida del local significaría pérdidas económicas
Fortalezas	Su ubicación es crucial ya que la mayor parte de productores locales acuden a adquirir sus insumos en sus negocios, además ofrecen garantía a sus clientes.	Su ubicación es crucial ya que la mayor parte de productores locales acuden a adquirir sus insumos en sus negocios, además ofrecen garantía a sus clientes.

Fuente: Anexos: 98,99,100,101,102,103,104,105,106,107,108,109.

Elaboración: Danilo Barros

b) PRODUCTORES DE BALSAS Y MARCABELÍ

Es importante resaltar que el caficultor calificado representa al 12,5% de productores los cuales cuentan con las herramientas tecnológicas, técnicas y de formación, para ejercer y desempeñar dicha labor de manera precisa y eficiente, logrando una mayor productividad de sus cultivos, por otra parte, el 87,5% corresponde a los productores no calificados, que a la vez carecen de asesoramiento técnico y no cuentan con las herramientas necesarias, dependiendo únicamente de su conocimiento y destreza empírica para mantener su cultivo.

Tabla 11: Caracterización de los productores bajo la modalidad independiente del cantón Balsas.

VARIABLES	PRODUCTORES INDEPENDIENTES DE BALSAS
<p style="text-align: center;">Características</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 100% de caficultores son de género Masculino. ➤ La edad promedio de un caficultor es de 56 años y 36 años trabajando como caficultor. ➤ El 69% de los productores pertenece a la parroquia Balsas mientras que el 31% pertenece a la parroquia Bellamaria. ➤ El 94% es propietario del terreno en el que cultivan el café, mientras que el 6% arrienda el terreno. ➤ El 87,5% son productores no calificados mientras que el 12,5% son productores calificados. ➤ El productor posee un promedio de 7 hectáreas de terreno de las cuales 1,72 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 2688 plantas. ➤ El 45% de las fincas de los caficultores cuenta con agua, el 20% electricidad, 5 % teléfono y el 30 % no tiene ningún servicio público. ➤ El monto promedio para la producción anual es de \$1506,25, valor que costean gastos de alimentación, transporte, jornales de trabajo, insumos, entre otros. ➤ El 87,5% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 12,5% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador a 7 años plazo con un interés del 11%. ➤ El 44% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, mientras que el 56% no ha recibido ninguna capacitación. ➤ El 57% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura y Pesca), el 29% por la Asociación APECAM y el 14% por parte del GAD MUNICIPAL del cantón Balsas. ➤ En cuanto a la materia prima el 87,5% de los caficultores utiliza semillas y el 12,5% Plántulas de vivero. ➤ El 100% de la principal Variedad de café en el sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: Caturra Rojo (56%), Colombia 6 (19%), Típica (13%), Castilla (6%), Catimor (6%). ➤ El precio promedio en kg de la semilla de café Caturra rojo es de \$88,00 dólares. ➤ El precio promedio de cada Plántula de café es de \$0,50 centavos. ➤ El 43,75% de la materia prima es propia, el 18,75% comprada y el 37,50% donada por parte del MAG Y APECAM. ➤ El 50% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, y otros insumos de carácter agroquímico, el 25% usa matamontes, el 19% abono, el 6% fertilizantes. ➤ El 87,5% de las plantaciones tienen una edad de 2 a 10 años, mientras que el 12,5% tiene una edad de más de 21 años. ➤ El 87,5% de caficultores renueva su cultivo de 1 a 10 años y el 12,5% lo renueva de 11 a 20 años. ➤ El 56% son pequeños productores con una producción anual de 1 a 3 quintales, mientras que el 44% tienen una producción de 4 a 9 quintales al año. ➤ El 6% de los productores tienen cultivo bajo condiciones de riego, el 94% tienen cultivo temporal.

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 50% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 19% brinda la alimentación, el 6% alojamiento a los trabajadores a parte del salario. ➤ El 31% de los productores realizan control de plagas, el 31% control de enfermedades, el 13% control de sombra, el 6% desinfección de suelo y el 19% no realiza ningún control sanitario. ➤ El 63% de los productores no cuentan con ningún tipo de maquinaria, el 6% tiene marquesina, el 6% tiene rozadora, el 13% tiene despulpadora y el 13 % tiene molino. ➤ El 50% de productores vende el café seco, el 31% despulpado, el 6% cereza y el 13% molido. ➤ El 100% de productores no cuenta con marca propia ni patente, ni registro sanitario. ➤ Las exigencias de venta del producto son: 41% aroma del café, 30% tamaño del grano, 24% peso del café y 5% color del tostado. ➤ El 87,5% no recibe ningún apoyo de otra institución, el 12,5% recibe ayuda del MAG Y GAD MUNICIPAL. ➤ Los problemas más representativos en los cultivos son: 36% enfermedades, 27% Precios inestables, 24% problemas de riego y el 12% cambios climáticos. ➤ El 31% de los productores tiene otras fuentes de ingreso como es la porcicultura y avicultura, el 69% no cuenta con otras fuentes de ingresos. ➤ El 81% de los caficultores aplican prácticas de cuidado al medio ambiente, mientras que el 19% no realiza estas actividades. ➤ El 88% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria, el 6% nivel secundario y el 6% tercer nivel. ➤ El 56% de los productores están afiliados al seguro, de aquí el 89% son afiliados al seguro campesino y el 11% están afiliados al seguro general. ➤ Durante el proceso productivo no llevan ningún registro de los controles que le realizan al cultivo, dichos control lo realizan por cuenta propia de manera empírica.
<p style="text-align: center;">Descripción de Actividades</p>	<p>Luego de haber cultivado la semilla por medio de los viveros, proceden a plantarlas en sus fincas, donde después de un promedio de 2 a 2,5 años comienza a producir las plantaciones en un nivel mínimo, a partir de 3y 4 años la plantación produce a su nivel máximo.</p> <p>El proceso de cosecha por lo general lo realizan en su totalidad, dejando las plantas vacías, es decir, sin escoger el grano.</p> <p>El fermentado lo realizan, arrumando todo el café cosechado sobre el piso y lo cubren con un plástico durante 4 días y generalmente expuestas al sol.</p> <p>Para el proceso de secado, lo realizan en lonas sobre las superficies de tierra, o en algunos en marquesinas, hasta que el grano esté apto para pillarlo</p>
<p style="text-align: center;">Relación entre actores</p>	<p>Se relacionan con el acopiador y proveedor del cantón Balsas de manera esporádica y algunos con la asociación APECAM.</p>
<p style="text-align: center;">Precio</p>	<p>El precio promedio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: cereza \$100, despulpado \$115, seco \$109, molido \$470.</p>

Continúa

Riesgos	<p>En temporada de cosecha pueden estar expuestos a algún tipo de robo de la producción.</p> <p>Los cambios climáticos, desastres naturales (incendios forestales), las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya la broca y la cochinilla.</p> <p>Inestabilidad de precios e ingresos inciertos, pero sobre todo la falta de mercado en donde los productores puedan vender su café año a año.</p>
Oportunidades	<p>El clima del sector genera características óptimas para la producción cafetalera.</p> <p>Precios accesibles en lo que se refiere a la venta de café.</p> <p>Mercado selecto de consumidores de café de especialidad.</p>
Debilidades	<p>El productor desconoce cómo realizar controles preventivos a las plantas para evitar malformaciones de la raíz, mal del talluelo, excedente de sombra, entre otros.</p> <p>Terrenos en gran mayoría con escasez agua.</p> <p>Pérdida de cafetales por el mal uso de los insumos agroquímicos y semillas y retraso de lluvias que afectan a los cultivos.</p> <p>Falta de inversión para una mayor producción y control de sus cafetales.</p> <p>Falta de tecnificación y establecimiento de costos en los procesos productivos.</p> <p>Falta de control en las semillas para evitar defectos en los granos de café.</p> <p>Pensamientos conformistas ante la idea de trabajo conjunto ya sea por medio de cooperativas o asociaciones cafetaleras.</p> <p>Carecen de compradores exclusivos y algunos no cuentan con vehículo para transportar su producción.</p>
Fortalezas	<p>La mayor parte de productores poseen tierra de su propiedad, la tendencia está orientada hacia el cultivo orgánico, libre de agroquímicos.</p> <p>Participación de los miembros de la familia en la producción de café.</p>

Fuente: Anexos:8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47,48,49.

Elaboración: Danilo Barros

En el cantón Marcabelí el 33% representa a los productores no calificados mientras que el 67 % enfrasca a los calificados, esto se debe a que en Cantón existe mayor dinamismo para mejorar el desarrollo de este sector agrícola.

Tabla 12: Caracterización de los productores bajo la modalidad independiente del cantón Marcabelí.

VARIABLES	PRODUCTORES INDEPENDIENTES DE MARCABELÍ
Características	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 100% de caficultores son de género Masculino. ➤ La edad promedio de un caficultor es de 57 años y 37 años trabajando como caficultor. ➤ El 78% de los productores pertenece a la parroquia Marcabelí mientras que el 22% pertenece a la parroquia El Ingenio. ➤ El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café. ➤ El 67% son productores no calificados mientras que el 33% son productores calificados. ➤ El productor posee un promedio de 12,52 hectáreas de terreno de las cuales 2,83 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 3100 plantas. ➤ El 42% de las fincas de los caficultores cuenta con agua, el 33% electricidad, y el 25% no tiene ningún servicio público. ➤ El monto promedio para la producción anual es de \$2217, valor que costean gastos de alimentación, transporte, jornales de trabajo, insumos, entre otros.

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 89% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 11% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador a 7 años plazo con un interés del 11%. ➤ El 56% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, mientras que el 44% no ha recibido ninguna capacitación. ➤ El 40% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura y Pesca), el 60% por la Asociación APECAM. ➤ En cuanto a la materia prima el 44% de los caficultores utiliza semillas y el 56% Plántulas de vivero. ➤ El 100% de la principal Variedad de café en el sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: Caturra Rojo (11%), Colombia 6 (78%), Catimor (11%). ➤ El precio promedio en kg de la semilla de café Catimor es de \$50,00 dólares. ➤ El precio promedio de cada Plántula de café de Colombia 6 es de \$0,30 centavos. ➤ El 56% de la materia prima es propia, el 22% comprada y el 22% donada por parte del MAG Y APECAM. ➤ El 33% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, y otros insumos de carácter agroquímico, el 44% usa matamontes, el 11% abono, el 11% fertilizantes. ➤ El 100% de las plantaciones tienen una edad de 2 a 10 años. ➤ El 100% de caficultores renueva su cultivo de 1 a 10 años. ➤ El 33% son pequeños productores con una producción anual de 1 a 3 quintales, mientras que el 67% tienen una producción de 4 a 9 quintales al año. ➤ El 11% de los productores tienen cultivo bajo condiciones de riego, el 89% tienen cultivo temporal. ➤ El 67% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 33% brinda la alimentación, el 11% alojamiento a los trabajadores a parte del salario. ➤ El 22% de los productores realizan control de plagas, el 22% control de enfermedades, el 56% control de sombra. ➤ El 89% de los productores no cuentan con ningún tipo de maquinaria, el 11 % tiene molino. ➤ El 89% de productores vende el café seco y el 11% molido. ➤ El 89% de productores no cuenta con marca propia ni patente, ni registro sanitario, el 11% si tiene patente y registro sanitario. ➤ Las exigencias de venta del producto son: 42% aroma del café, 32% tamaño del grano, 5% certificación de calidad, 21% peso del café. ➤ El 100% no recibe ningún apoyo de otra institución. ➤ Los problemas más representativos en los cultivos son: 37% enfermedades, 32% Precios inestables, 16% problemas de riego y el 16% cambios climáticos. ➤ El 11% de los productores tiene otras fuentes de ingreso como es la porcicultura y avicultura, el 89% no cuenta con otras fuentes de ingresos. ➤ El 56% de los caficultores aplican prácticas de cuidado al medio ambiente, mientras que el 44% no realiza estas actividades. ➤ El 89% de los productores tienen un nivel de estudio de Continúa primaria, el 11% nivel secundario. ➤ El 56% de los productores están afiliados al seguro, de aquí el 100% son afiliados al seguro campesino.
--	---

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Durante el proceso productivo no llevan ningún registro de los controles que le realizan al cultivo, dichos control lo realizan por cuenta propia de manera empírica.
Descripción de Actividades	<p>Luego de haber cultivado la semilla por medio de los viveros, proceden a plantarlas en sus fincas, donde después de un promedio de 2 a 2,5 años comienza a producir las plantaciones en un nivel mínimo, a partir de 3y 4 años la plantación produce a su nivel máximo.</p> <p>El proceso de cosecha por lo general lo realizan en su totalidad, dejando las plantas vacías, es decir, sin escoger el grano.</p> <p>El fermentado lo realizan, arrumando todo el café cosechado sobre el piso y lo cubren con un plástico durante 4 días y generalmente expuestas al sol.</p> <p>Para el proceso de secado, lo realizan en lonas sobre las superficies de tierra, o en algunos en marquesinas, hasta que el grano esté apto para pilarlo</p>
Relación entre actores	Se relacionan con el acopiador y proveedor del cantón Balsas de manera esporádica y algunos con la asociación APECAM.
Precio	El precio promedio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: seco \$104, molido \$240.
Riesgos	<p>En temporada de cosecha pueden estar expuestos a algún tipo de robo de la producción.</p> <p>Los cambios climáticos, desastres naturales (incendios forestales), las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya la broca y la cochinilla, el ojo de gallina.</p> <p>Inestabilidad de precios e ingresos inciertos, pero sobre todo la falta de mercado en donde los productores puedan vender su café año a año.</p>
Oportunidades	<p>El clima del sector genera características óptimas para la producción cafetalera.</p> <p>Precios accesibles en lo que se refiere a la venta de café.</p> <p>Mercado selecto de consumidores de café de especialidad.</p>
Debilidades	<p>El productor desconoce cómo realizar controles preventivos a las plantas para evitar malformaciones de la raíz, mal del talluelo, excedente de sombra, entre otros.</p> <p>Terrenos en gran mayoría con escasez agua.</p> <p>Pérdida de cafetales por el mal uso de los insumos agroquímicos y semillas y retraso de lluvias que afectan a los cultivos.</p> <p>Falta de inversión para una mayor producción y control de sus cafetales.</p> <p>Falta de tecnificación y establecimiento de costos en los procesos productivos.</p> <p>Falta de control en las semillas para evitar defectos en los granos de café.</p> <p>Pensamientos conformistas ante la idea de trabajo conjunto ya sea por medio de cooperativas o asociaciones cafetaleras.</p> <p>Carecen de compradores exclusivos y algunos no cuentan con vehículo para trasportar su producción.</p>
Fortalezas	<p>La mayor parte de productores poseen tierra de su propiedad, la tendencia está orientada hacia el cultivo orgánico, libre de agroquímicos.</p> <p>Participación de los miembros de la familia en la producción de café.</p>

Fuente: Anexos:51,52,53,54,55,56,57,58,59,60,61,62,63,64,65,67,68,69,70,71,72,73,74,75,76,77,78,79, 80,81,82,83,84,85,86,87,88,89,90,91,92,93,94,95,96.

Elaboración: Danilo Barros

c) ACOPIADORES DE BALSAS Y MARCABELÍ

El acopiador en la cadena de valor constituye la primera conexión entre el productor y el transformador. Este se encarga de receiptar la producción y forma lotes uniformes para luego venderlos a otros intermediarios más grandes o transportistas comerciantes.

Tabla 13: Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	ACOPIADORES DE BALSAS	ACOPIADORES DE MARCABELÍ
Características	La producción generada por productores no calificados en el cantón Balsas es transportada al único centro de acopio identificado en la ciudad y en menor parte la producción es enviada a centros de acopio de Chaguarpamba. Antes de adquirir el producto se realiza una inspección identificando aspectos como: la calidad del café, tamaño y aroma. Ofrecen el servicio de pilado a los productores locales.	La producción generada por productores no calificados en el cantón Marcabelí es transportada a los 2 centros de acopio identificados en la ciudad. Antes de adquirir el producto se realiza una inspección identificando aspectos como: la calidad del café, tamaño y aroma. Ofrecen el servicio de pilado a los productores locales y de la provincia de Loja.
Descripción de actividades	Una vez receiptada la producción se procede a controlar el peso y al realizar este proceso, el acopiador efectúa el pago en efectivo al productor. Se tiene en cuenta que el precio por quintal fluctúa en torno a la calidad del café y aroma. Por último, el acopiador agrega el valor del servicio de apilar y lo distribuye a los diferentes comerciantes locales, con un pequeño margen de utilidad.	Una vez receiptada la producción se procede a controlar el peso y al realizar este proceso, el acopiador efectúa el pago en efectivo al productor. Se tiene en cuenta que el precio por quintal fluctúa en torno a la calidad del café y aroma. Por último, el acopiador agrega el valor del servicio de apilar y lo distribuye a los diferentes comerciantes locales, con un pequeño margen de utilidad.
Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con los productores de las parroquias del cantón.	Se relaciona esporádicamente con los productores de las parroquias del cantón y de la provincia de Loja.
Ámbito de acciones	Ámbito local y nacional.	Ámbito local y nacional.
Precio	El precio del servicio de pilado de un quintal de café bola seco es de \$5,00.	El precio del servicio de pilado de un quintal de café bola seco es de \$5,00.
Riesgos	Poca Producción local de café y precios inestables en el mercado Competencia desleal con otros acopiadores, que traen el producto de Perú a precios muy bajos.	Disminución de la producción local de café y precios inestables en el mercado. Competencia desleal con otros acopiadores, que traen el producto de Perú a precios muy bajos.
Oportunidades	Sector altamente productivo. Infraestructura vial en buen estado.	Sector altamente productivo. Infraestructura vial en buen estado.
Debilidades	Falta de financiamiento para adquirir mayores cantidades de café, contratar trabajadores o invertir en maquinaria	Falta de financiamiento para adquirir mayores cantidades de café, contratar trabajadores o invertir en maquinaria

Continúa

	nueva, además, no llevan un adecuado proceso contable.	nueva, además, no llevan un adecuado proceso contable.
Fortalezas	Cuentan con una infraestructura adecuada y con las principales máquinas para realizar todo el proceso. La forma de pago la realizan al contado.	Cuentan con una infraestructura adecuada y con las principales máquinas para realizar todo el proceso. La forma de pago la realizan al contado. Instalaciones Propias.

Fuente: Anexos: 110,111,112,113,114,115,116,117,118,119

Elaboración: Danilo Barros

d) TRANSFORMADORES DE BALSAS Y MARCABELÍ

En esta cuarta fase del eslabón de la cadena de valor se realiza el proceso de transformación y se cumple con las funciones de tostar, moler y empaquetar el café procesado para próximamente su comercialización.

Tabla 14: Caracterización de los transformadores bajo la modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	TRANSFORMADORES DE BALSAS	TRANSFORMADORES DE MARCABELÍ
Características	Para la transformación del café cuentan con maquinaria como tostadora, molino industrial y balanza electrónica. Tienen una capacidad de transformación promedio de 330 quintales al año. Utilizan los desechos de la transformación del café como abono orgánico. Tienen como proyección futura llegar a exportar su producto. Generalmente compran materia prima a los productores independientes no calificados del sector y de la provincia de Loja. Tienen un promedio de transformación de 1.5 quintales diarios. No llevan ningún registro de procesamiento	Para la transformación del café cuentan con maquinaria como tostadora, molino industrial y balanza electrónica. Tienen una capacidad de transformación promedio de 383 quintales al año. Utilizan los desechos de la transformación del café como abono orgánico. Tienen como proyección futura llegar a exportar su producto. Generalmente compran materia prima a los productores independientes no calificados del sector. Tienen un promedio de transformación de 1.8 quintales diarios. No llevan ningún registro de procesamiento
Descripción de actividades	Este proceso inicia desde la recepción del café ya pilado debidamente seleccionado, luego es enviado a la tostadora en donde se calienta previamente hasta una temperatura de 200 grados C a 220 grados C, luego para obtener un punto óptimo se toma como referencia la pirolisis que es cuando el café empieza a crujir, es ahí cuando el café adquiere un color de tueste ligero. El mercado objetivo no tiene mayores exigencias de calidad, sin embargo, en	Este proceso inicia desde la recepción del café ya pilado debidamente seleccionado, luego es enviado a la tostadora en donde se calienta previamente hasta una temperatura de 200 grados C a 220 grados C, luego para obtener un punto óptimo se toma como referencia la pirolisis que es cuando el café empieza a crujir, es ahí cuando el café adquiere un color de tueste ligero.

Continúa

	<p>este proceso de transformación no lo clasifican por tamaños lo que causa tostados desiguales en donde los granos más pequeños se queman en menor tiempo dando como resultado grandes variaciones en su sabor, agrio, ácido, amargo etc.</p> <p>Una vez terminado este proceso se deja enfriar el café para continuar con la molienda, teniendo en cuenta todos los controles de limpieza para evitar mezcla de sabores.</p> <p>Finalmente llega la etapa de pesar y empacar el producto para posteriormente ser comercializado.</p>	<p>El mercado objetivo no tiene mayores exigencias de calidad, sin embargo, en este proceso de transformación no lo clasifican por tamaños lo que causa tostados desiguales en donde los granos más pequeños se queman en menor tiempo dando como resultado grandes variaciones en su sabor, agrio, ácido, amargo etc.</p> <p>Una vez terminado este proceso se deja enfriar el café para continuar con la molienda, teniendo en cuenta todos los controles de limpieza para evitar mezcla de sabores.</p> <p>Finalmente llega la etapa de pesar y empacar el producto para posteriormente ser comercializado.</p>
Destino del café	En lo que respecta al café comercial, el principal mercado es a nivel local, y ciudades como Machala, Quito, Guayaquil y Loja.	El principal mercado es a nivel local y a la ciudad de Machala.
Relación entre actores	Los transformadores de café comercial se relacionan esporádicamente con los clientes del sector y las comercializadoras a nivel local y nacional.	Los transformadores de café comercial se relacionan esporádicamente con los clientes del sector y las comercializadoras a nivel local y nacional.
Ámbito de acciones	La distribución del café es a nivel local y nacional.	La distribución del café es a nivel local y nacional.
Precio	El precio de tostar y moler el café es de \$35,00 dólares por quintal.	El precio de tostar y moler el café es de \$35,00 dólares por quintal.
Riesgos	<p>El principal riesgo es que desconoce si el café que están transformando ha sido cultivado con el uso de agroquímicos, o es orgánico por lo que no tienen garantías de su calidad.</p> <p>Accidentes laborales en el uso de maquinaria y equipos para la transformación del grano de café.</p>	<p>El principal riesgo es que desconoce si el café que están transformando ha sido cultivado con el uso de agroquímicos, o es orgánico por lo que no tienen garantías de su calidad.</p> <p>Accidentes laborales en el uso de maquinaria y equipos para la transformación del grano de café.</p>
Debilidades	<p>Carecen de equipos tecnificados para realizar un adecuado proceso de transformación, optimizando tiempo.</p> <p>En parte tienden a una cultura de conformismo, no buscan expandir el mercado.</p>	<p>Carecen de equipos tecnificados para realizar un adecuado proceso de transformación, reduciendo tiempos.</p> <p>En parte tienden a una cultura de conformismo, no buscan expandir el mercado.</p>
Fortalezas	<p>Cuentan con un mercado establecido.</p> <p>El café es un producto con una gran demanda en el sector.</p>	<p>Cuentan con un mercado establecido.</p> <p>El café es un producto con una gran demanda en el sector.</p>

Fuente: Anexos: 120,121,122,123,124,125,126,127

Elaboración: Danilo Barros

e) COMERCIALIZADORES DE BALSAS Y MARCABELÍ

El siguiente eslabón es la fase de comercialización que consiste en adquirir y poner a la venta el producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

Tabla 15: Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	COMERCIALIZADORES DE BALSAS	COMERCIALIZADORES DE MARCABELÍ
Características	Cuenta con puntos propios de venta en el sector y se dedican a vender en pequeñas cantidades. La venta la realizan en efectivo, ya que la relación establecida con los clientes es esporádica y más que todo porque las ventas las realiza al por menor. Un comercializador vende promedio 172 libras de café molido al mes. Cabe destacar que el cliente adquiere su producto comprobando el aroma, el color y el peso del café molido. Las marcas de café comercial que destacan son las siguientes: “El Criollito”, “Tío Guido”, cabe resaltar que existen comercializadores que venden su producto de manera tradicional sin ningún tipo de marca.	Cuenta con puntos propios de venta en el sector y se dedican a vender en pequeñas cantidades. La venta la realizan en efectivo, ya que la relación establecida con los clientes es esporádica y más que todo porque las ventas las realiza al por menor. Un comercializador vende promedio 130 libras de café molido al mes. Cabe destacar que el cliente adquiere su producto comprobando el aroma, el color y el peso del café molido. Las marcas de café comercial que destacan son las siguientes: “Marcafé” y “Doña María”, cabe resaltar que existen comercializadores que venden su producto de manera tradicional sin ningún tipo de marca.
Descripción de actividades	El propietario(a) es el encargado de abastecerse de café molido para poder exponer en su local y despachar los pedidos en pequeñas cantidades en las diferentes tiendas del sector.	El propietario(a) es el encargado de abastecerse de café molido para poder exponer en su local y despachar los pedidos en pequeñas cantidades en las diferentes tiendas del sector.
Destino del café	El principal mercado del producto es a nivel local y ciudades como Machala, Quito y Piñas.	El principal mercado es a nivel local y a la ciudad de Balsas.
Relación entre actores	Los comercializadores del café comercial, establecen una relación esporádica con los transformadores y el cliente o consumidor.	Los comercializadores del café comercial, establecen una relación esporádica con los transformadores y el cliente o consumidor.
Ámbito de acciones	La distribución del café es a nivel local y nacional.	La distribución del café es a nivel local y nacional.
Precio	El precio de venta del café comercial varía desde \$2,50 hasta los \$3,00 por libra.	El precio de venta del café comercial varía desde \$2,00 hasta los \$3,00 por libra.

Continúa

Riesgos	Existen comercializadores que venden su producto sin registro sanitario. Surgimiento de nuevas marcas de café comercial y fluctuación de precios.	Existen comercializadores que venden su producto sin registro sanitario. Surgimiento de nuevas marcas de café comercial y fluctuación de precios.
Debilidades	Carece de un adecuado estudio de mercado, planes de marketing, planes estratégicos que les permita mejorar su nivel de productividad y de competitividad.	Carece de un adecuado estudio de mercado, planes de marketing, planes estratégicos que les permita mejorar su nivel de productividad y de competitividad.
Oportunidades	Existe buena demanda del producto	Existe buena demanda del producto
Fortalezas	Cuentan con los mejores cafés de la provincia y el país, gracias a su aroma y buen sabor. Mantienen precios competitivos. Es un producto de gran consumo en la provincia y el País.	Cuentan con los mejores cafés de la provincia y el país, gracias a su aroma y buen sabor. Mantienen precios competitivos. Es un producto de gran consumo en la provincia y el País.

Fuente: Anexos: 128,129,130,131,132,133,134,135,136,137

Elaboración: Danilo Barros

MODALIDAD ASOCIATIVA

Para la Caracterización de la Cadena de Valor del Café Bajo la Modalidad Asociativa se utilizó la información recopilada de las dos organizaciones como son “APECAM” Y “ASPROAGEDA” a las que pertenecen los productores que trabajan bajo esta modalidad en los cantones Balsas y Marcabelí.

Tabla 16: Datos generales de las asociaciones

Nº	NOMBRE	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN	Nº DE SOCIOS
1	APECAM	Provincia de El Oro Marcabelí Av. Santos Paucar Nro. S/N	Asociación de Pequeños Productores de Cafés Especiales y Productores Alternativos “APECAM” dedicada al cultivo de Inició sus actividades comerciales el 27/05/2002 como sociedades. El Sr. Álvaro Nole, presidente de la Asociación de Cafetaleros de Marcabelí (APECAM)	La asociación está integrada aproximadamente por 86 socios, quienes poseen la certificación orgánica.
2	ASPROAGEDA	Provincia de El Oro Marcabelí	Asociación de Producción Agropecuaria Edén De los Andes	En la actualidad ASPROAGEDA tiene 104 socios,

Continúa

		Av. Manuel Gallardo Nro. S/N (Miguel Iturralde)	"ASPROAGEDA" dedicada al cultivo de café inicio sus actividades comerciales el 26/07/2016 como sociedades. El Sr. Kléver Ríos, representante de la asociación.	de los cuales 22 participan activamente en este emprendimiento
--	--	---	---	--

Fuente: Entrevista a los presidentes de las asociaciones.

Elaboración: Danilo Barros

a) PROVEEDORES

Estas dos asociaciones son el principal proveedor de insumos de los productores asociados, gracias al apoyo que reciben de entidades públicas como el MAG y de la Federación Regional de Café (FAPECAFES), por lo que integran primer eslabón de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa.

Tabla 17: *Caracterización de los proveedores bajo la modalidad asociativa*

VARIABLES	PROVEEDORES
Características	Las asociaciones cafetaleras se encargan de clasificar la mejor semilla, mismas que son entregadas a sus socios para la creación de viveros y mantener un producto de calidad y con un gran rendimiento, además imparten capacitaciones a sus socios en temas relacionados al tratamiento de cultivos, elaboración de insumos orgánicos para fortalecer los cultivos de café, es de esta manera incentivan a todos los socios para que puedan entregar un café de calidad y 100% orgánico. La Asociación también comercializa plántulas de las subvariedades acawá, catucaí, obatá, paraíso, entre otras para sus socios y para los caficultores de la provincia de El Oro.
Descripción de actividades	La asociación es la principal proveedora de las semillas e insumos para sus socios, quienes, a través de la gestión realizada por sus administradores, consiguen el apoyo de instituciones públicas, como el GAD, la prefectura de El Oro y principalmente de la Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur del Ecuador (FAPECAFES). La asociación realiza asistencia técnica para aquellos productores que lo soliciten, solventando las dudas y capacitando al caficultor para que controle su cultivo.
Relación entre actores	Se relacionan de manera exclusiva con los productores asociados a APECAM Y ASPROAGEDA de los cantones Balsas y Marcabelí.
Ámbito de acciones	Sector rural del cantón Marcabelí.
Precio	La asociación facilita las plántulas de vivero al público en general a un valor promedio de 0,30 ctvs. hasta 0,50 ctvs, mientras que estas son donadas a sus socios.

Continúa

Riesgos	El principal riesgo es que los socios usen de manera inapropiada los insumos orgánicos en las plantaciones y afecten la producción considerablemente.
Debilidades	Dificultad en la elaboración de insumos orgánicos para tratar algunas enfermedades nuevas de las plantaciones. Poca comunicación entre directivos y socios.
Oportunidades	Tienen el apoyo de los caficultores quienes son los principales beneficiarios, en cuanto a la elaboración de insumos orgánicos, siendo esta, la nueva tendencia de cultivo.
Fortalezas	Conocimiento en la elaboración de algunos fertilizantes y abonos orgánicos. Tienen la capacidad para controlar y erradicar de manera orgánica las enfermedades y plagas comunes que asechan los cafetales. Cuentan con personal técnico capacitado para realizar análisis de las semillas de café en el laboratorio, y determinar si pueden ser usados como semillas reproductivas. Poseen semillas que aseguran el rendimiento y la calidad, en base a resultados de sus cafetales. Producción 100% orgánica.

Fuente: Anexos: 138,139

Elaboración: Danilo Barros

b) PRODUCTORES

En este segundo eslabón se encuentran los productores que son aquellos caficultores que pertenecen a las dos asociaciones. Los productores deben entregar toda la producción anual exclusivamente a la asociación a la que pertenecen, en sacos de 60 kg Net. de café. Este eslabón tiene las siguientes características:

Tabla 18: *Caracterización de productores de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa en el cantón Balsas.*

VARIABLES	PRODUCTORES ASOCIADOS DE BALSAS
Características	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 100% de caficultores son de género Masculino. ➤ La edad promedio de un caficultor es de 58 años y 33 años trabajando como caficultor. ➤ El 86% de los productores pertenece a la parroquia Balsas mientras que el 14% pertenece a la parroquia Bellamaría. ➤ El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café. ➤ El 100% son productores calificados. ➤ El productor posee un promedio de 8,29 hectáreas de terreno de las cuales 2,29 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 3057 plantas. ➤ El 36% de las fincas de los caficultores cuenta con agua, el 18% electricidad, 18 % teléfono y el 27 % no tiene ningún servicio público.

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El monto promedio para la producción anual es de \$1300, valor que costean gastos de alimentación, transporte, jornales de trabajo, insumos, entre otros. ➤ El 57% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 43% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador a 7 años plazo con un interés del 11%. ➤ El 100% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café. ➤ El 43% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura y Pesca), el 57% por la Asociación APECAM. ➤ En cuanto a la materia prima el 86% de los caficultores utiliza semillas y el 14% Plántulas de vivero. ➤ El 100% de la principal Variedad de café en el sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: Caturra Rojo (14%), Catucaí (57%), Brasileño (14%), Bourbon rojo (14%). ➤ El precio promedio en kg de la semilla de café Bourbon rojo es de \$80,00 dólares. ➤ El 14% de la materia prima es propia, el 14% comprada y el 71% donada por parte del MAG Y APECAM. ➤ El 100% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, y otros insumos de carácter agroquímico, del cual el 57% utiliza abono orgánico. ➤ El 100% de las plantaciones tienen una edad de 2 a 10 años. ➤ El 100% de caficultores renueva su cultivo de 1 a 10 años. ➤ El 14% son pequeños productores con una producción anual de 1 a 3 quintales, mientras que el 86% tienen una producción promedio de 4 a 9 quintales al año. ➤ El 14% de los productores tienen cultivo bajo condiciones de riego, el 86% tienen cultivo temporal. ➤ El 43% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 100% no brinda beneficios al trabajador. ➤ El 43% de los productores realizan control de plagas, el 28,5% control de enfermedades, el 28,5% control de sombra. ➤ El 57% de los productores no cuentan con ningún tipo de maquinaria, el 14% tiene marquesina, el 29% tiene despulpadora. ➤ El 57% de productores vende el café despulpado, el 43% café seco. ➤ El 100% de productores no cuenta con marca propia ni patente, ni registro sanitario. ➤ Las exigencias de venta del producto son: 50% aroma del café, 17% tamaño del grano, 8% peso del café y 25% certificación de calidad. ➤ El 86% no recibe ningún apoyo de otra institución, el 14% recibe ayuda del MAG Y GAD MUNICIPAL. ➤ Los problemas más representativos en los cultivos son: 31% enfermedades, 15% Precios inestables, 15% problemas de riego y el 23% cambios climáticos, 15% financiamiento. ➤ El 14% de los productores tiene otras fuentes de ingreso como es la porcicultura y avicultura, el 86% no cuenta con otras fuentes de ingresos. ➤ El 100% de los caficultores aplican prácticas de cuidado al medio ambiente. ➤ El 86% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria, y el 14% de tercer nivel.
--	---

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 43% de los productores están afiliados al seguro, de aquí el 67% son afiliados al seguro campesino y el 33% están afiliados al seguro general. ➤ La característica principal de los caficultores asociados es que cada una de sus fincas cuentan con certificaciones orgánicas de calidad debidamente rotuladas en sus fincas/domicilios.
Descripción de Actividades	<p>El productor asociado es el encargado del manejo de la tierra, siembra, control de sombra, control de plagas y enfermedades de la planta y cosecha, todo esto debidamente asesorado por los técnicos de la asociación, quienes mantienen los cultivos constantemente supervisados. Una vez iniciada la cosecha por medio del desgrane o pepiteo, en donde escogen únicamente los frutos rojos, proceden a realizar el boyado para separar los granos con defectos; posterior a esto llevan el café seleccionado a la despulpadora en donde retiran la corteza del grano de café, para continuar con el proceso de fermentación, el cual consiste en despegar la miel del grano de café con la ayuda de tanques de agua, este proceso no debe estar expuesto al sol, a una temperatura adecuada y a una altura ideal por un lapso de 12 a 14 horas; posteriormente se podrece a lavar el café fermentado y se envía a las marquesinas para dar continuidad al proceso de secado.</p> <p>El secado debe realizarse de manera uniforme de tal modo que todo el café se seque de forma pareja, para ello el productor debe estar pendiente de cada fase de este proceso porque de ello depende la calidad del grano. Una vez el grano de café cumpla las características especificadas por la asociación el productor transporta este café a la asociación en donde los someten a procesos de control de calidad y análisis en el laboratorio. La producción de café es enviada a los almacenes de acopio de la organización en donde se encargan de almacenar toda la producción para transportarla.</p>
Relación entre actores	Los caficultores tienen una relación contractual establecida formalmente con las asociaciones ASPROGEDA Y ASOPECAM las que toma el papel de transformador para procesar el café y comercializarlo a nivel nacional e internacional.
Precio	El precio promedio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: despulpado \$198, seco \$110.
Riesgos	Los cambios climáticos, desastres naturales (incendios forestales), las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya la broca y la cochinilla y el ojo de gallina.
Oportunidades	Manejo de nuevas tecnologías, especialmente de los productores con mayor experiencia y preparación en temas de café. Precios accesibles en lo que se refiere a la venta de café. Mercado selecto de consumidores de café de especialidad.
Debilidades	El factor edad es una de las debilidades del sector cafetalero, pues la mayoría de caficultores sobrepasan los 64 años de edad. Los jóvenes están abandonando los campos para emigrar a las ciudades, y poco a poco los cultivos van disminuyendo. Uso de grandes cantidades de agua en el proceso de boyado y lavado del café. Poca comunicación con los directivos de la Asociación.
Fortalezas	Productores que trabajan en equipo y dispuestos a aprender. Mejores precios para su café. Facilidades de financiamiento por parte de la asociación.

Continúa

	Tienen capacidad para valorar su café, potenciando la capacidad de negociación con los compradores. Poseen fincas con certificación orgánica.
--	--

Fuente: Anexos: 8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47,48,49.

Elaboración: Danilo Barros

Tabla 19: Caracterización de productores de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa en el cantón Marcabelí.

VARIABLES	PRODUCTORES ASOCIADOS DE MARCABELÍ
Características	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 94% de caficultores son de género Masculino y el 6% son de género femenino. ➤ La edad promedio de un caficultor es de 55 años y 33 años trabajando como caficultor. ➤ El 59% de los productores pertenece a la parroquia Marcabelí mientras que el 41% pertenece a la parroquia El Ingenio. ➤ El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café. ➤ El 100% son productores calificados. ➤ El productor posee un promedio de 19,18 hectáreas de terreno de las cuales 3,24 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 3376 plantas. ➤ El 62% de las fincas de los caficultores cuenta con agua, el 19% electricidad, y el 19 % no tiene ningún servicio público. ➤ El monto promedio para la producción anual es de \$4006, valor que costean gastos de alimentación, transporte, jornales de trabajo, insumos, entre otros. ➤ El 53% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 47% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador a 7 años plazo con un interés del 11%. ➤ El 88% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, el 12% no ha recibido capacitaciones. ➤ El 27% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura y Pesca), el 73% por la Asociación APECAM. ➤ En cuanto a la materia prima el 88% de los caficultores utiliza semillas y el 12% Plántulas de vivero. ➤ El 100% de la principal Variedad de café en el sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: castilla (24%), Caturra Rojo (6%), Catimor (6%), Catucaí (6%), Sachimor (24%), Colombia 6 (35%). ➤ El precio promedio en kg de la semilla de café Colombia 6 es de \$ 50,00, Sachimor \$20,00. ➤ El 12% de la materia prima es propia, el 12% comprada y el 76% donada por parte del MAG Y APECAM. ➤ El 100% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, y otros insumos de carácter agroquímico, del cual el 18% utiliza abono orgánico. ➤ El 94% de las plantaciones tienen una edad de 2 a 10 años y el 6% tienen 21 o más años. ➤ El 82% de caficultores renueva su cultivo de 1 a 10 años y el 18% de 11 a 20 años. ➤ El 53% son pequeños productores con una producción anual de 1 a 3 quintales, mientras que el 47% tienen una producción promedio de 4 a 9 quintales al año.

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 18% de los productores tienen cultivo bajo condiciones de riego, el 76% tienen cultivo temporal, el 6% ambas condiciones. ➤ El 59% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 24% brinda alimentación y el 6% alojamiento. ➤ El 47% de los productores realizan control de plagas, el 29% control de enfermedades, el 18% control de sombra y el 6% ningún control. ➤ El 18% de los productores no cuentan con ningún tipo de maquinaria, el 65% tiene despulpadora, el 12% tiene marquesina y el 6% tiene Molino. ➤ El 76% de productores vende el café despulpado, el 18% café seco y el 6% tostado. ➤ El 100% de productores no cuenta con marca propia ni patente. ➤ El 59% cuenta con registro sanitario, el 41% no tiene registro sanitario. ➤ Las exigencias de venta del producto son: 36% aroma del café, 40% tamaño del grano, 17% peso del café y 7% certificación de calidad. ➤ El 94% no recibe ningún apoyo de otra institución, el 6% recibe ayuda del MAG Y GAD MUNICIPAL. ➤ Los problemas más representativos en los cultivos son: 32% enfermedades, 17% Precios inestables, 17% problemas de riego y el 27% cambios climáticos, 7% financiamiento. ➤ El 6% de los productores tiene otras fuentes de ingreso como es la porcicultura y avicultura y sus profesiones, el 94% no cuenta con otras fuentes de ingresos. ➤ El 100% de los caficultores aplican prácticas de cuidado al medio ambiente. ➤ El 88% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria, el 6% secundaria y el 6% de tercer nivel. ➤ El 82% de los productores están afiliados al seguro, de aquí el 36% son afiliados al seguro campesino y el 64% están afiliados al seguro general. ➤ La característica principal de los caficultores asociados es que cada una de sus fincas cuentan con certificaciones orgánicas de calidad debidamente rotuladas en sus fincas/domicilios.
<p>Descripción de Actividades</p>	<p>El productor asociado es el encargado del manejo de la tierra, siembra, control de sombra, control de plagas y enfermedades de la planta y cosecha, todo esto debidamente asesorado por los técnicos de la asociación, quienes mantienen los cultivos constantemente supervisados. Una vez iniciada la cosecha por medio del desgrane o pepiteo, en donde escogen únicamente los frutos rojos, proceden a realizar el boyado para separar los granos con defectos; posterior a esto llevan el café seleccionado a la despulpadora en donde retiran la corteza del grano de café, para continuar con el proceso de fermentación, el cual consiste en despegar la miel del grano de café con la ayuda de tanques de agua, este proceso no debe estar expuesto al sol, a una temperatura adecuada y a una altura ideal por un lapso de 12 a 14 horas; posteriormente se podrece a lavar el café fermentado y se envía a las marquesinas para dar continuidad al proceso de secado. El secado debe realizarse de manera uniforme de tal modo que todo el café se seque de forma pareja, para ello el productor debe estar pendiente de cada fase de este proceso porque de ello depende la calidad del grano. Una vez el grano de café cumpla las características especificadas por la asociación el productor transporta este café a la</p>

Continúa

	asociación en donde los someten a procesos de control de calidad y análisis en el laboratorio. La producción de café es enviada a los almacenes de acopio de la organización en donde se encargan de almacenar toda la producción para transportarla.
Relación entre actores	Los caficultores tienen una relación contractual establecida formalmente con las asociaciones ASPROGEDA Y ASOPECAM las que toma el papel de transformador para procesar el café y comercializarlo a nivel nacional e internacional.
Precio	El precio promedio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: despulpado \$214, seco \$102, tostado \$240.
Riesgos	Los cambios climáticos, desastres naturales (incendios forestales), las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya la broca y la cochinilla y el ojo de gallina.
Oportunidades	Manejo de nuevas tecnologías, especialmente de los productores con mayor experiencia y preparación en temas de café. Precios accesibles en lo que se refiere a la venta de café. Mercado selecto de consumidores de café de especialidad.
Debilidades	El factor edad es una de las debilidades del sector cafetalero, pues la mayoría de caficultores sobrepasan los 64 años de edad. Los jóvenes están abandonando los campos para emigrar a las ciudades, y poco a poco los cultivos van disminuyendo. Uso de grandes cantidades de agua en el proceso de boyado y lavado del café. Poca comunicación con los directivos de la Asociación.
Fortalezas	Productores que trabajan en equipo y dispuestos a aprender. Mejores precios para su café. Facilidades de financiamiento por parte de la asociación. Tienen capacidad para valorar su café, potenciando la capacidad de negociación con los compradores. Poseen fincas con certificación orgánica.

Fuente: Anexos: 51,52,53,54,55,56,57,58,59,60,61,62,63,64,65,67,68,69,70,71,72,73,74,75,76,77,78,79, 80,81,82,83,84,85,86,87,88,89,90,91,92,93,94,95,96.

Elaboración: Danilo Barros

c) ACOPIADORES

El tercer eslabón es el de acopio, esta función es realizada por las dos asociaciones. El café es seleccionado, clasificado y almacenado en lotes para posteriormente ser vendido o transformado. La caracterización de los acopiadores se describe a continuación:

Tabla 20: Caracterización de los acopiadores en cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	ACOPIADORES DE CAFÉ	
	APECAM	ASPROGEDA
Características	Generalmente la asociación cumple la función de organizar el café en el centro de acopio de APECAM, quienes trabajan con grandes cantidades de café	Acopian la producción de sus socios y de otros productores independientes que producen café orgánico. El estado en que acopian el café es en bola seco,

Continúa

	<p>provenientes de caficultores asociados. Producción debidamente seleccionada y enviada al centro de almacenamiento de FAPECAFES en la ciudad de Catamayo. Los técnicos son quienes hacen uso de instrumentos tecnificados para llevar el control y registro del café acopiado. El control que le realizan se basa en el olor del café, el grado de humedad del grano de café, medir el tamaño del grano y clasificarlo mediante mallas estableciendo las siguientes medidas: Europa: Café sobre malla 15</p>	<p>Llevar un adecuado control y registro de la producción que ingresa a la bodega, el cual es almacenado temporalmente hasta que se complete la cantidad adecuada para ser procesada y finalmente comercializada a nivel local y nacional.</p>
Descripción de actividades	<p>Se encargan de organizar y agrupar la producción de café de los socios, generalmente el estado en el que acopian el café es pergamino seco. Una vez receptado el café de los socios se somete a pruebas de eficacia realizadas en el laboratorio de la asociación para determinar la calidad de grano, el grado de humedad, características organolépticas, entre otras particularidades que determina su precio. Una vez evaluado se procede a la clasificación del café según tamaño del grano y se los distribuye por lotes para próximamente ser transportados a la ciudad de Catamayo al área de almacenamiento de FAPECAFES. Una parte de la producción de café es enviada a el área de transformación de APECAM en donde lo tuestan y muelen para luego comercializarlo en presentaciones de 450 gramos bajo la marca de Apecam Café de especialidad.</p>	<p>Una vez que llega la producción a la bodega (en bola seco), es pesado y sometido a un proceso de control para luego someterlo al proceso de trillado en las piladoras del sector, culminado este proceso se procede al proceso de clasificado y limpieza de impurezas del café en estado verde, para posteriormente enviado al centro de transformación de la asociación en donde realizan lo que es el tueste y molienda del mismo, para luego ser empaquetado y comercializado en presentaciones de 400gr bajo la marca café Don Pachito.</p>
Relación entre actores	<p>APECAM se relaciona exclusivamente con los socios productores de los cantones Balsas y Marcabelí. Cumple la función de tres actores dentro de la cadena de valor desde acopiador, transformador, hasta comercializador.</p>	<p>La asociación cafetalera se relaciona exclusivamente con sus socios de Marcabelí y esporádicamente con productores independientes del sector.</p>
Ámbito de acciones	<p>Ámbito local y nacional e internacional.</p>	<p>Ámbito local y nacional.</p>
Precio	<p>En el caso de APECAM como adquiere el café en un estado despulpado, ofrece el servicio de tueste y molienda de café el cual tiene un precio promedio de \$ 15,00 por quintal.</p>	<p>En el caso de ASPROAGEDA envía su café a Trillar en los centros de pilado del sector y tiene un costo de \$25,00 dólares por quintal.</p>
Riesgos	<p>La baja producción del campo que no le permita cumplir con los cupos para exportar. Altos costos para el proceso de exportación de café.</p>	<p>Ruptura de acuerdos comerciales por incumplimientos de calidad. Baja producción Local.</p>
Oportunidades	<p>Creciente demanda de café pergamino en el mercado internacional. Sector altamente productivo</p>	<p>El café es un producto con una gran demanda tanto en el ámbito local como nacional.</p>

Continúa

Debilidades	Falta de financiamiento para la creación de nuevos proyectos dentro de la asociación. Al hacer los acuerdos de compra-venta, la asociación debe esperar alrededor de 30 días hábiles para recibir el pago por el lote vendido.	Falta de financiamiento para la creación de nuevos proyectos dentro de la asociación e impulsar la producción local.
Fortalezas	Llevar un adecuado proceso de costos de producción. Cuentan con la infraestructura y maquinaria adecuada para el almacenamiento de café acopiado. Son una organización que se enfocan en el café orgánico especial, no reciben café de productores ajenos a la organización. Cada vez innovan procesos.	Cuentan con la infraestructura y maquinaria adecuada para el almacenamiento y procesamiento de café. Son una organización que se enfocan en el café orgánico. Son una asociación con una visión a exportar su producto.

Fuente: Anexos: 138,139

Elaboración: Danilo Barros

d) TRANSFORMADORES

Una vez que las Asociaciones terminan su papel de acopiador, dan inicio al proceso de transformación, que se encuentra debidamente controlado por el personal técnico perteneciente a la misma. La producción que transforman actualmente está destinada solo al mercado nacional.

Tabla 21: *Caracterización de los transformadores en cadena de valor del café bajo la modalidad Asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.*

VARIABLES	TRANSFORMADORES DE CAFÉ	
	APECAM	ASPROAGEDA
Características	APECAM se caracteriza por contar con la maquinaria necesaria para la transformación del café, tienen instalaciones estandarizadas para cada proceso, cuenta con personal especializado. La capacidad de transformación que tiene la tostadora actualmente es de 20 kilos/h. Están enfocados en un mercado local nacional e internacional.	ASPROAGEDA cuenta actualmente con un nuevo centro de procesamiento de café de especialidad. Es importante mencionar que poseen infraestructura altamente equipada para la transformación de café y que están enfocados por el momento en el mercado local y nacional, aunque se encuentran gestionando los trámites para lograr exportar su producto y ampliar su mercado.
Descripción de actividades	El café en pergamino seco es enviado a la Federación regional de café, FAPECAFES misma encargada de exportar el producto, la asociación APECAM hace quedar un remanente de la producción acopiada, que la utilizan para transformarla. El proceso de	ASPROAGEDA, tuesta y muele el grano de café su propia planta procesadora, además empaacan el café tostado y molido bajo estándares de seguridad para conservar su aroma, en presentaciones de 400g. con un perfil de tueste y molido medio. Es

Continúa

	transformación da inicio con el trillado, clasificado y limpieza de impurezas, para posteriormente continuar con el tostado y molido de café, Terminado el proceso, el café es enviado a los molinos para finalmente proceder con el pesado y empacado en fundas especiales de aluminio con válvulas de dosificación de alta calidad. Con este proceso se obtiene Café orgánico de especialidad APECAM en presentaciones de 450 gramos que es comercializado a nivel local y nacional.	importante mencionar que durante el proceso de transformación se lleva un adecuado y meticuloso registro del café que van procesando, esto se debe a que estos datos serán ilustrados en el envase, en la parte informativa del producto.
Relación entre actores	Exclusivamente con el encargado de acopiar en la asociación, que es quien le entrega el café que se transformará, pero también con los comercializadores que se encargan de vender el café molido.	Exclusivamente con el encargado de acopiar en la asociación, ellos mismos se encargan de transformarlo y comercializarlo a nivel local y nacional.
Precio	El precio del proceso de Tostado y molido y empacado de un quintal de café es de \$30,00.	El precio del proceso de Tostado y molido y empacado de un quintal de café es de \$30,00.
Riesgos	Competidores-transformadores nacionales que visitan el cantón y realizan prácticas desleales de comercialización precio-calidad. Contrabando de café a precios más bajos que desincentiva la producción local.	La aparición de competencia desleal que comercialice café con precios y calidad menores.
Oportunidades	Crecer en el mercado internacional.	Competir con otras marcas de café a nivel Nacional.
Debilidades	Falta de inversión para adquirir mejores equipos, con mayor capacidad de transformación, que permita aprovechar los recursos y el tiempo de transformación, asegurando la calidad del proceso.	En el caso de ASPROAGEDA no contar con equipos de trillado de café lo cual a largo plazo sería una buena inversión.
Fortalezas	Se encuentran establecidos en el mercado, debido a su trayectoria. Reciben ayuda directa por parte de instituciones públicas, en especial por el Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG. Cuentan con mano de obra calificada con un amplio conocimiento en temas de café.	Ofrecen un café de especialidad orgánico con estándares de calidad y con registro sanitario. Gran sentido de colaboración y búsqueda del desarrollo agrícola cafetalero.

Fuente: Anexos:138,139

Elaboración: Danilo Barros

e) COMERCIALIZADORES

Finalmente, el eslabón de comercialización aquí la asociación APECAM tiene dos formas de comercialización, para el mercado nacional, bajo la marca APECAM, producto tostado y molido; y, para el mercado internacional, en grano verde, a través de

FAPECAFES, mientras que la asociación ASPROAGEDA realiza la comercialización únicamente a nivel local y nacional de café tostado y molido bajo la marca Don Pachito.

Tabla 22: Caracterización de los comercializadores en cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	COMERCIALIZADORES DE CAFÉ	
	APECAM	ASPROAGEDA
Características	En este caso la asociación a través de FAPECAFES, llevan a cabo el proceso de comercialización del Café pergamino, a mercado internacional. FAPECAFES cuenta con licencia de exportador por lo que comercializa al exterior directamente. Mientras que el café transformado, luego de ser receiptado proceden a envasarlo en presentaciones de 450g. Cabe destacar que ofertan café 100 % orgánico de especialidad.	Cada presentación de café va acompañada de una breve explicación, donde notarán lo que se está comercializando, esta explicación contiene datos como: perfil del café, fecha de tueste, variedad, origen, finca, cosecha, peso neto y proceso. La comercialización de este producto se da en las principales tiendas de la localidad y enviado a Machala, Guayaquil.
Descripción de actividades	El café es empacado en envases especializados de papel aluminio que ayuda a conservar el aroma y la calidad. Se controla el peso de cada presentación de café y una vez realizado este proceso, lo tienen listo para la venta. Una vez listo el producto es comercializado a nivel local y nacional. FAPECAFES Se encarga de clasificar por lotes de calidad y destino en bolsas de 70 kg. <ul style="list-style-type: none"> • Se encarga del proceso de comercialización del café al exterior, con permisos y trámites establecidos. • Exporta alrededor de 20- 25 contenedores por año, y cada contenedor equivale a 550 quintales. • Se hace uso del incoterm FOB, es decir, se entrega la mercancía poniéndola a bordo del buque, en el puerto designado por el comprador, que en este caso es en Manta. 	El café es empacado en envases con válvulas unidireccionales. Se controla el peso de cada presentación de café y una vez realizado este proceso, lo tienen listo para la venta. Una vez listo el producto es comercializado a nivel local y nacional.
Relación entre actores	Se relaciona formalmente con las 6 asociaciones base y con los clientes del exterior.	Relación esporádica con Clientes / consumidores.
Destino del café	El destino del café en grano verde es principalmente American Coffe de Alemania y a otros países como Francia y Estados Unidos.	El mercado actual de ASPROAGEDA es el local y nacional, principalmente a tiendas del sector y a la ciudad de Machala y Guayaquil.
Precio	El precio del café que vende APECAM	El precio del café que vende ASPROAGEDA

Continúa

	En presentación de 450 gr. el precio en fábrica es de \$2,25 y precio de venta al público en \$4,00 dólares.	En presentación de 400 gr. el precio en fábrica es de \$2,50 y precio de venta al público en \$4,00 dólares.
Riesgos	<p>Existencia de diversos requerimientos y trámites, que se convierten en trabas a la hora de exportar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado competitivo en el que participan exportadores de gran calidad de café de todo el mundo como Colombia, Vietnam, etc. • Desplome de los precios internacionales de café. • El Ecuador no tiene reconocimiento como productor de café. • Posibles retrasos en la entrega de la mercancía a puerto por múltiples causas, como demoras en el transporte, complicaciones aduaneras, documentos incompletos. • Economía del país inestable. • Aumento de tasa, aranceles. • Cambios modificaciones en las reglamentaciones para exportar tanto en el país de origen como destino. Productos estropeados, robados o perdidos en el transporte. 	<p>Gran cantidad de marcas en el mercado, y competencia desleal.</p> <p>Bajo consumo de café Especial a nivel local.</p>
Oportunidades	<p>Producto de consumo masivo a nivel internacional.</p> <p>Demanda creciente de productos orgánicos en el país.</p>	<p>Tienen capacidad de competir con grandes marcas de café de especialidad y expandir su mercado internacional.</p>
Debilidades	<p>La baja producción de café para satisfacer la demanda del mercado nacional e internacional.</p>	<p>Falta de posicionamiento en el mercado local y nacional.</p>
Fortalezas	<p>Producto con estándares de calidad orientado a la producción orgánica.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negociación directa con el cliente. • Acceso a mercados especiales de café. • Certificaciones internacionales como: Fairtrade internacional (comercio justo); USDA (producción orgánica); Agricultura Ecológica (productos orgánicos y cuidado del medio ambiente) y SPP (símbolo de pequeños productores). 	<p>El producto cuenta con estándares de calidad. Excelente diseño de la imagen del producto, y su packaging.</p> <p>Además, cuenta con registro sanitario.</p> <p>Es un producto 100% orgánico.</p>

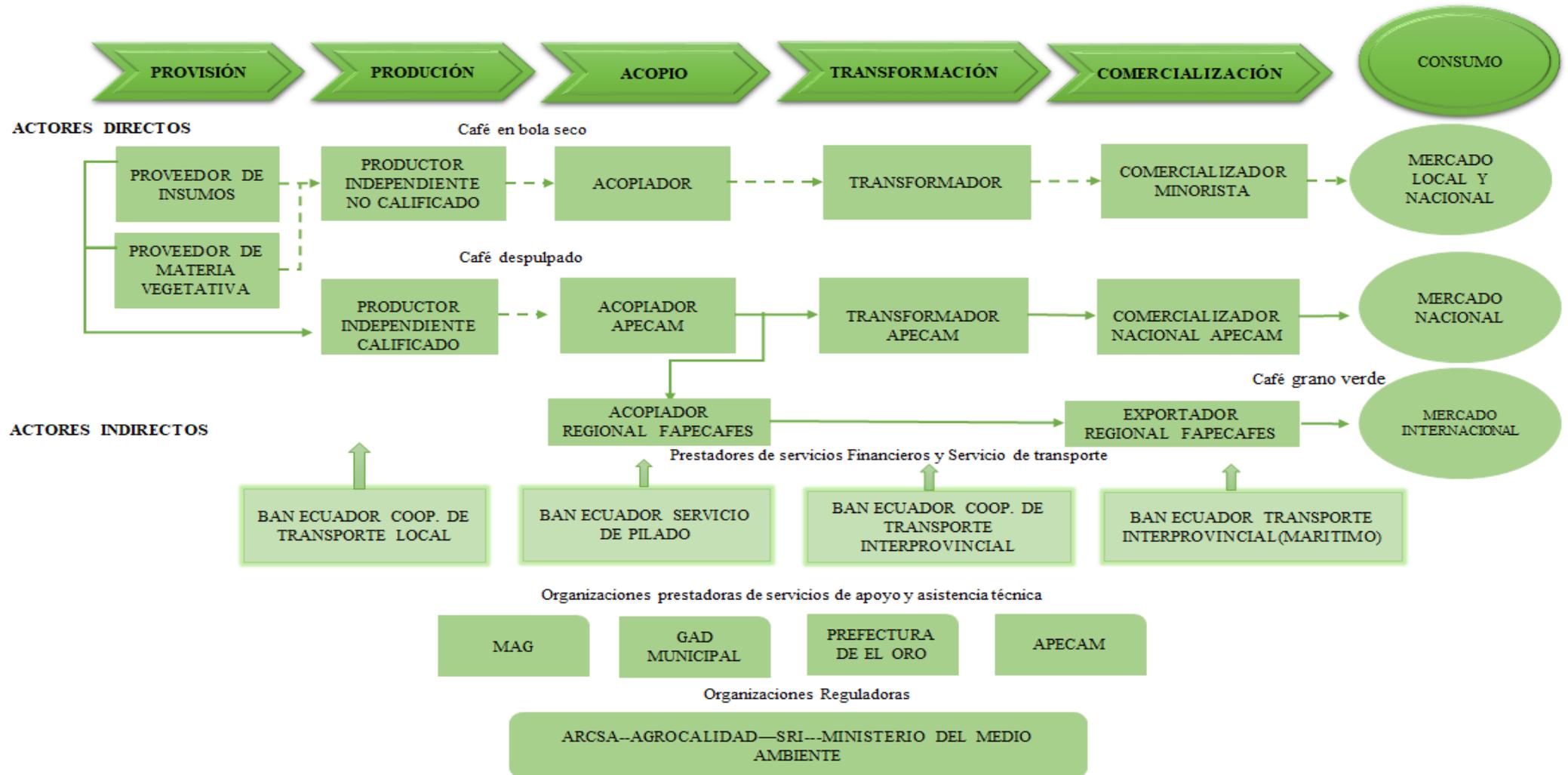
Fuente: Anexos:138,139

Elaboración: Danilo Barros

Objetivo 3: “Diagramar la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí”.

Una vez concluida la descripción de cada uno de los eslabones de la cadena de valor, se procede a analizar la información obtenida de cada uno de los encuestados en las diferentes modalidades de trabajo, para posteriormente estructurar y plantear las cadenas de valor en ambas modalidades considerando todo el proceso de producción de café, desde la provisión hasta la comercialización. Para la elaboración de las cadenas de valor se tomó en cuenta la simbología ValueLinks expuesta en la guía metodológica (tabla 4).

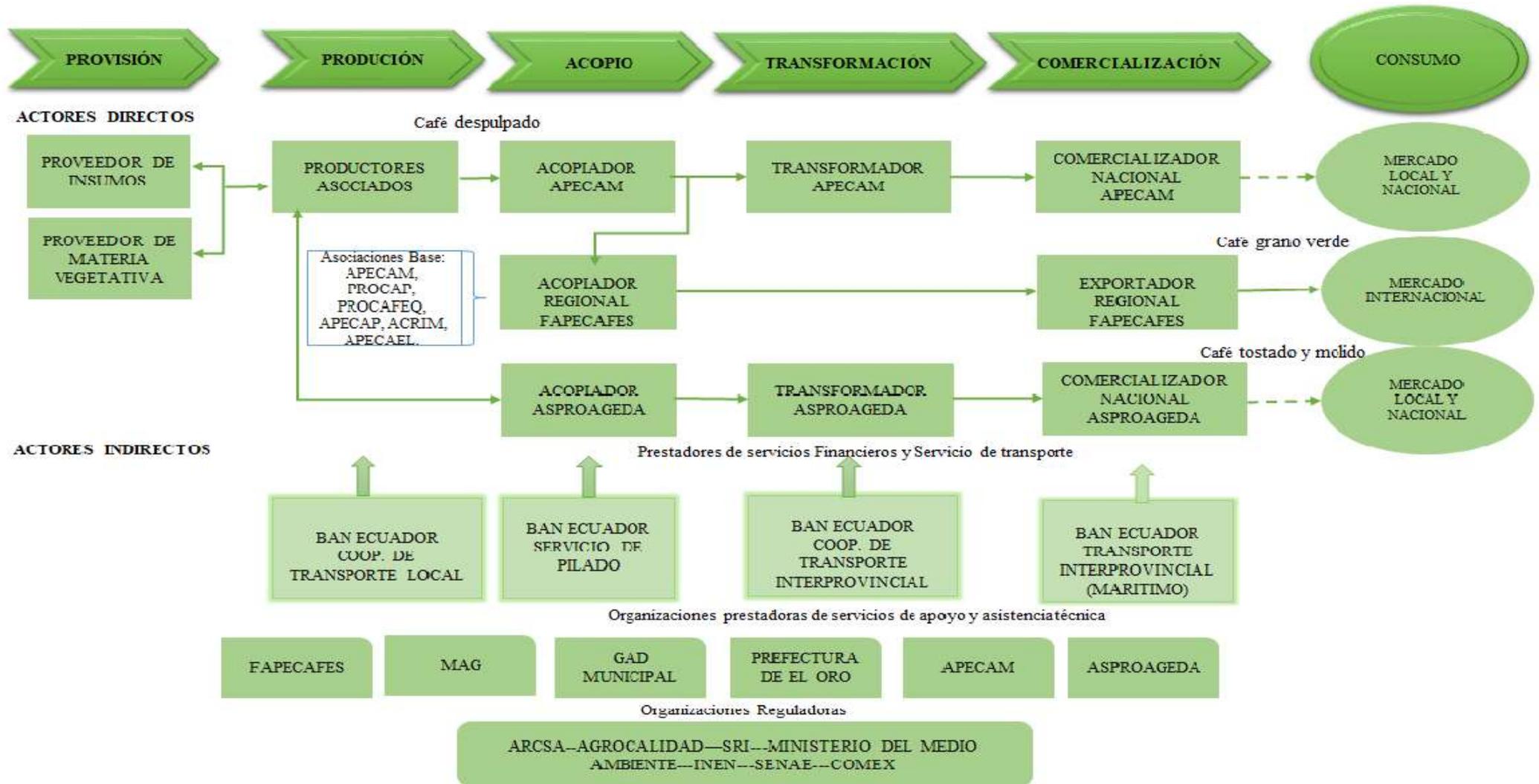
Ilustración 17: Mapeo de la cadena de valor del café, Modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí de la provincia de El Oro.



Fuente: Tabla 10-11-12-13-14-15

Elaboración: Danilo Barros

Ilustración 18: Mapeo de la cadena de valor del café, Modalidad Asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí de la provincia de El Oro



Fuente: Anexos: Tabla 17,18,19,20,21,22

Elaboración: Danilo Barros

Mapeo de Costos

Es importante recalcar que en cada eslabón de la cadena de valor existen diferentes actividades que requieren de un costo el cual debe ser cubierto para así poder avanzar al siguiente eslabón y completar el proceso productivo. En las siguientes tablas (23y 24) se determinan los costos establecidos para poder transformar un quintal de café a lo largo de la cadena de valor en la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí, para lo cual se ha hecho uso de las siguientes categorías: verticalmente está 1° precio de compra de un quintal, 2° costos inmersos en la generación de valor agregado, 3° Utilidad obtenida y 4° Precio en que vende el quintal de café al siguiente actor. De manera horizontal se encuentran los eslabones: Producción en donde se incluyen todos los procesos desde siembra, control, nutrición, cosecha, y pos cosecha hasta obtener 1 quintal de café en bola seco, estado en el que se comercializa, Acopio en el que se encuentra inmerso el proceso de pilar, clasificar y limpiar, Transformación consiste en tostar, moler y empaçar el café, cabe recalcar que de un quintal pilado el 75% se convierte en café tostado y molido por lo tanto para obtener 1 quintal (tostado y molido) se usan 1,33 quintales de café pilado $[(1\text{qqx}100\%)/75\%=1,33]$, Comercialización incluyen los costos para que el producto llegue al consumidor final.

Tabla 23: Mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente

	PRODUCCIÓN Café en bola seco	ACOPIO Café pilado	TRANSFORMACIÓN Café tostado y molido	COMERCIALIZACIÓN Tostado y molido 1lb	CONSUMO Unidades de 1lb
PRECIO DE VENTA	\$107,00	\$118,00	\$240,00	\$3,00	\$3,00
UTILIDAD	\$23,00	\$6,00	\$48,06	\$0,45	-
COSTOS	\$84,00	\$5,00	\$35,00	\$0,15	-
PRECIO DE COMPRA (USD/QQ)	-	\$107,00 (1qq)	\$156,94 (1,33 qq)	\$2,40 (1 libra)	-

Fuente: Encuestas

Elaboración: Danilo Barros

Tabla 24: Mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad Asociativa

	PRODUCCIÓN Café en pergamino seco	ACOPIO Café pilado	TRANSFORMACIÓN Café tostado y molido	COMERCIALIZACIÓN Tostado y molido 1lb	CONSUMO Unidades de 1lb
PRECIO DE VENTA	\$185,00	\$210,00	\$325	\$4,00	\$4,00
UTILIDAD	\$61,00	\$10,00	\$15,70	\$0,50	-
COSTOS	\$124,00	\$15,00	\$30,00	\$0,25	-
PRECIO DE COMPRA (USD/QQ)	-	\$185,00 (1qq)	\$279,30 (1,33 qq)	\$3,25 (450 gramos)	-

Fuente: Encuestas

Elaboración: Danilo Barros

Objetivo Específico 4: “Comparar las cadenas de valor del café bajo las modalidades asociativa e independiente en los cantones Balsas y Marcabelí.”

Finalmente se realiza la comparación de los actores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa estableciendo los principales puntos y aspectos de cada modalidad.

Tabla 25: Comparación de los proveedores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y modalidad asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	MODALIDAD INDEPENDIENTE	MODALIDAD ASOCIATIVA
Características	Los proveedores de insumos agropecuarios se encuentran ubicados en la parte céntrica de ciudad, realizan ventas al por mayor y menor, además cuentan con permisos del MAG, GAD Municipal y de Agro calidad para ejercer sus actividades. Ofrecen productos agroquímicos como: herbicidas, insecticidas, fungicidas, fertilizantes y abonos para los cultivos. Como garantía de la compra ofrecen a sus clientes devoluciones por defectos y capacitaciones acerca del uso del insumo, y como facilidades de pago les ofrecen crédito.	La Asociaciones se encargan de proveer de semillas, plántulas y abono para la producción del café, además se encargan de brindar la respectiva asistencia técnica y capacitaciones sobre el proceso productivo del café de manera orgánica ya que su producto se caracteriza por ser 100% orgánico y cumplir con estándares de calidad.
Descripción de actividades	Abastecen a los productores de café de insumos agrícolas necesarios para el cuidado y cultivo del café, como herbicidas, abonos, insecticidas y fungicidas, además actúan como técnicos capacitadores, brindando asistencia técnica y capacitaciones siempre y cuando el productor solicite el servicio.	Las asociaciones APECAM y ASPROAGEDA abastecen a los productores de insumos agrícolas, plántulas y semillas de la mejor calidad para una producción garantizada y orgánica.
Relación entre actores	Se relacionan directamente con los productores de los cantones Balsas y Marcabelí.	
Ámbito de acciones	Sector rural de los cantones Balsas y Marcabelí.	
Precio	Fijan el precio de venta de sus productos en base a los precios de la competencia y al margen de utilidad. En cuanto a los insumos agroquímicos que se emplean para el mantenimiento del cafetal, el precio promedio de un Matamontes es de \$6,35 a \$8,00 el litro, un insecticida \$12,70 el litro y el fertilizante \$0,50 a \$3,90 el kilo,	La asociación facilita las plántulas de vivero al público en general a un valor promedio de 0,30 ctvs. hasta 0,50 ctvs, mientras que estas son donadas a sus socios.

Continúa

	mientras que el abono orgánico tiene un valor de \$5,00 a \$22,65 dólares el saco, y el fungicida \$ 14,00 el galón.	
Riesgos	Crecimiento de cultivos de tipo orgánico en el sector por lo que el uso de productos agroquímicos decrece poco a poco.	Mal uso de los insumos por parte de los productores. Producto expuesto a la presencia de plagas y enfermedades que afectan desde la siembra.
Oportunidades	Demanda creciente de insumos orgánicos y agroquímicos para el cultivo del café.	Sector con gran inclinación a la producción cafetalera por lo que la venta es constante. Iniciativa que tiene apoyo y respaldo de los caficultores del sector quienes son los principales beneficiados.
Debilidades	Productos con periodos de caducidad cortos, que al no tener salida del local significaría pérdidas económicas	Débil compromiso de los socios de las organizaciones Débil comunicación entre directivos y socios.
Fortalezas	Su ubicación es crucial ya que la mayor parte de productores locales acuden a adquirir sus insumos en sus negocios, además ofrecen garantía a sus clientes.	Conocimiento en la elaboración de fertilizantes y abonos orgánicos.

Fuente: Tabla 10 ,17

Elaboración: Danilo Barros

Tabla 26: Comparación de los productores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y modalidad asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	CANTÓN BALSAS		CANTÓN MARCABELÍ	
	INDEPENDIENTES	ASOCIADOS	INDEPENDIENTES	ASOCIADOS
Características	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 100% de caficultores son de género Masculino. ➤ La edad promedio de un caficultor es de 56 años y 36 años trabajando como caficultor. ➤ El 69% de los productores pertenece a la parroquia Balsas mientras que el 31% pertenece a la parroquia Bellamaría. ➤ El 94% es propietario del terreno en el que cultivan el café, mientras que el 6% arrienda el terreno. ➤ El 87,5% son productores no calificados mientras que el 12,5% son productores calificados. ➤ El productor posee un promedio de 7 hectáreas de terreno de las cuales 1,72 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 2688 plantas. ➤ El 45% de las fincas de los caficultores cuenta con agua, el 20% electricidad, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 100% de caficultores son de género Masculino. ➤ La edad promedio de un caficultor es de 58 años y 33 años trabajando como caficultor. ➤ El 86% de los productores pertenece a la parroquia Balsas mientras que el 14% pertenece a la parroquia Bellamaría. ➤ El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café. ➤ El 100% son productores calificados. ➤ El productor posee un promedio de 8,29 hectáreas de terreno de las cuales 2,29 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 3057 plantas. ➤ El 36% de las fincas de los caficultores cuenta con agua, el 18% electricidad, 18 % 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 100% de caficultores son de género Masculino. ➤ La edad promedio de un caficultor es de 57 años y 37 años trabajando como caficultor. ➤ El 78% de los productores pertenece a la parroquia Marcabelí mientras que el 22% pertenece a la parroquia El Ingenio. ➤ El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café. ➤ El 67% son productores no calificados mientras que el 33% son productores calificados. ➤ El productor posee un promedio de 12,52 hectáreas de terreno de las cuales 2,83 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 3100 plantas. ➤ El 42% de las fincas de los caficultores cuenta 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 94% de caficultores son de género Masculino y el 6% son de género femenino. ➤ La edad promedio de un caficultor es de 55 años y 33 años trabajando como caficultor. ➤ El 59% de los productores pertenece a la parroquia Marcabelí mientras que el 41% pertenece a la parroquia El Ingenio. ➤ El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café. ➤ El 100% son productores calificados. ➤ El productor posee un promedio de 19,18 hectáreas de terreno de las cuales 3,24 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 3376 plantas. ➤ El 62% de las fincas de los caficultores cuenta

Continúa

	<p>5 % teléfono y el 30 % no tiene ningún servicio público.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El monto promedio para la producción anual es de \$1506,25, valor que costean gastos de alimentación, transporte, jornales de trabajo, insumos, entre otros. ➤ El 87,5% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 12,5% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador a 7 años plazo con un interés del 11%. ➤ El 44% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, mientras que el 56% no ha recibido ninguna capacitación. ➤ El 57% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura), el 29% por la Asociación APECAM y el 14% por parte del GAD MUNICIPAL del cantón Balsas. 	<p>teléfono y el 27 % no tiene ningún servicio público.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El monto promedio para la producción anual es de \$1300, valor que costean gastos de alimentación, transporte, jornales de trabajo, insumos, entre otros. ➤ El 57% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 43% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador a 7 años plazo con un interés del 11%. ➤ El 100% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café. ➤ El 43% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura), el 57% por la Asociación APECAM. ➤ En cuanto a la materia prima el 86% de los caficultores utiliza semillas y el 14% Plántulas de vivero. 	<p>con agua, el 33% electricidad, y el 25% no tiene ningún servicio público.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El monto promedio para la producción anual es de \$2217, valor que costean gastos de alimentación, transporte, jornales de trabajo, insumos, entre otros. ➤ El 89% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 11% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador a 7 años plazo con un interés del 11%. ➤ El 56% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, mientras que el 44% no ha recibido ninguna capacitación. ➤ El 40% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura), el 60% por la Asociación APECAM. 	<p>con agua, el 19% electricidad, y el 19 % no tiene ningún servicio público.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El monto promedio para la producción anual es de \$4006, valor que costean gastos de alimentación, transporte, jornales de trabajo, insumos, entre otros. ➤ El 53% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 47% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador a 7 años plazo con un interés del 11%. ➤ El 88% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, el 12% no ha recibido capacitaciones. ➤ El 27% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura), el 73% por la Asociación APECAM. ➤ En cuanto a la materia prima el 88% de los
--	---	---	--	--

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ En cuanto a la materia prima el 87,5% de los caficultores utiliza semillas y el 12,5% Plántulas de vivero. ➤ El 100% de la principal Variedad de café en el sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: Caturra Rojo (56%), Colombia 6 (19%), Típica (13%), Castilla (6%), Catimor (6%). ➤ El precio promedio en kg de la semilla de café Caturra rojo es de \$88,00 dólares. ➤ El precio promedio de cada Plántula de café es de \$0,50 centavos. ➤ El 43,75% de la materia prima es propia, el 18,75% comprada y el 37,50% donada por parte del MAG Y APECAM. ➤ El 50% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, y otros insumos de carácter agroquímico, el 25% usa matamontes, el 19% abono, el 6% fertilizantes. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 100% de la principal Variedad de café en el sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: Caturra Rojo (14%), Catucaí (57%), Brasileño (14%), Bourbón rojo (14%). ➤ El precio promedio en kg de la semilla de café Bourbón rojo es de \$80,00 dólares. ➤ El 14% de la materia prima es propia, el 14% comprada y el 71% donada por parte del MAG Y APECAM. ➤ El 100% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, y otros insumos de carácter agroquímico, del cual el 57% utiliza abono orgánico. ➤ El 100% de las plantaciones tienen una edad de 2 a 10 años. ➤ El 100% de caficultores renueva su cultivo de 1 a 10 años. ➤ El 14% son pequeños productores con una producción anual de 1 a 3 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ En cuanto a la materia prima el 44% de los caficultores utiliza semillas y el 56% Plántulas de vivero. ➤ El 100% de la principal Variedad de café en el sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: Caturra Rojo (11%), Colombia 6 (78%), Catimor (11%). ➤ El precio promedio en kg de la semilla de café Catimor es de \$50,00 dólares. ➤ El precio promedio de cada Plántula de café de Colombia 6 es de \$0,30 centavos. ➤ El 56% de la materia prima es propia, el 22% comprada y el 22% donada por parte del MAG Y APECAM. ➤ El 33% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, y otros insumos de carácter agroquímico, el 44% usa matamontes, el 11% abono, el 11% fertilizantes. 	<p>caficultores utiliza semillas y el 12% Plántulas de vivero.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El 100% de la principal Variedad de café en el sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: castilla (24%), Caturra Rojo (6%), Catimor (6%), Catucaí (6%), Sachimor (24%), Colombia 6 (35%). ➤ El precio promedio en kg de la semilla de café Colombia 6 es de \$ 50,00, Sachimor \$20,00. ➤ El 12% de la materia prima es propia, el 12% comprada y el 76% donada por parte del MAG Y APECAM. ➤ El 100% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, y otros insumos de carácter agroquímico, del cual el 18% utiliza abono orgánico. ➤ El 94% de las plantaciones tienen una edad de 2 a 10 años y el 6% tienen 21 o más años.
--	--	---	---	---

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 87,5% de las plantaciones tienen una edad de 2 a 10 años, mientras que el 12,5% tiene una edad de más de 21 años. ➤ El 87,5% de caficultores renueva su cultivo de 1 a 10 años y el 12,5% lo renueva de 11 a 20 años. ➤ El 56% son pequeños productores con una producción anual de 1 a 3 quintales, mientras que el 44% tienen una producción de 4 a 9 quintales al año. ➤ El 6% de los productores tienen cultivo bajo condiciones de riego, el 94% tienen cultivo temporal. ➤ El 50% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 19% brinda la alimentación, el 6% alojamiento a los trabajadores a parte del salario. ➤ El 31% de los productores realizan control de plagas, el 31% control de enfermedades, el 13% control de sombra, el 6% 	<p>quintales, mientras que el 86% tienen una producción promedio de 4 a 9 quintales al año.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El 14% de los productores tienen cultivo bajo condiciones de riego, el 86% tienen cultivo temporal. ➤ El 43% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 100% no brinda beneficios al trabajador. ➤ El 43% de los productores realizan control de plagas, el 28,5% control de enfermedades, el 28,5% control de sombra. ➤ El 57% de los productores no cuentan con ningún tipo de maquinaria, el 14% tiene marquesina, el 29% tiene despulpadora. ➤ El 57% de productores vende el café despulpado, el 43% café seco. ➤ El 100% de productores no cuenta con marca propia ni patente, ni registro sanitario. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 100% de las plantaciones tienen una edad de 2 a 10 años. ➤ El 100% de caficultores renueva su cultivo de 1 a 10 años. ➤ El 33% son pequeños productores con una producción anual de 1 a 3 quintales, mientras que el 67% tienen una producción de 4 a 9 quintales al año. ➤ El 11% de los productores tienen cultivo bajo condiciones de riego, el 89% tienen cultivo temporal. ➤ El 67% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 33% brinda la alimentación, el 11% alojamiento a los trabajadores a parte del salario. ➤ El 22% de los productores realizan control de plagas, el 22% control de enfermedades, el 56% control de sombra. ➤ El 89% de los productores no cuentan 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 82% de caficultores renueva su cultivo de 1 a 10 años y el 18% de 11 a 20 años. ➤ El 53% son pequeños productores con una producción anual de 1 a 3 quintales, mientras que el 47% tienen una producción promedio de 4 a 9 quintales al año. ➤ El 18% de los productores tienen cultivo bajo condiciones de riego, el 76% tienen cultivo temporal, el 6% ambas condiciones. ➤ El 59% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 24% brinda alimentación y el 6% alojamiento. ➤ El 47% de los productores realizan control de plagas, el 29% control de enfermedades, el 18% control de sombra y el 6% ningún control. ➤ El 18% de los productores no cuentan con ningún tipo de maquinaria, el 65% tiene despulpadora, el 12%
--	---	---	---	--

Continúa

	<p>desinfección de suelo y el 19% no realiza ningún control sanitario.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El 63% de los productores no cuentan con ningún tipo de maquinaria, el 6% tiene marquesina, el 6% tiene rozadora, el 13% tiene despulpadora y el 13% tiene molino. ➤ El 50% de productores vende el café seco, el 31% despulpado, el 6% cereza y el 13% molido. ➤ El 100% de productores no cuenta con marca propia ni patente, ni registro sanitario. ➤ Las exigencias de venta del producto son: 41% aroma del café, 30% tamaño del grano, 24% peso del café y 5% color del tostado. ➤ El 87,5% no recibe ningún apoyo de otra institución, el 12,5% recibe ayuda del MAG Y GAD MUNICIPAL. ➤ Los problemas más representativos en los cultivos son: 36% enfermedades, 27% Precios inestables, 24% problemas de riego y el 12% cambios climáticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las exigencias de venta del producto son: 50% aroma del café, 17% tamaño del grano, 8% peso del café y 25% certificación de calidad. ➤ El 86% no recibe ningún apoyo de otra institución, el 14% recibe ayuda del MAG Y GAD MUNICIPAL. ➤ Los problemas más representativos en los cultivos son: 31% enfermedades, 15% Precios inestables, 15% problemas de riego y el 23% cambios climáticos, 15% financiamiento. ➤ El 14% de los productores tiene otras fuentes de ingreso como es la porcicultura y avicultura, el 86% no cuenta con otras fuentes de ingresos. ➤ El 100% de los caficultores aplican prácticas de cuidado al medio ambiente. ➤ El 86% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria, y el 14% de tercer nivel. 	<p>con ningún tipo de maquinaria, el 11% tiene molino.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El 89% de productores vende el café seco y el 11% molido. ➤ El 89% de productores no cuenta con marca propia ni patente, ni registro sanitario, el 11% si tiene patente y registro sanitario. ➤ Las exigencias de venta del producto son: 42% aroma del café, 32% tamaño del grano, 5% certificación de calidad, 21% peso del café. ➤ El 100% no recibe ningún apoyo de otra institución. ➤ Los problemas más representativos en los cultivos son: 37% enfermedades, 32% Precios inestables, 16% problemas de riego y el 16% cambios climáticos. ➤ El 11% de los productores tiene otras fuentes de ingreso como es la porcicultura y avicultura, el 89% no cuenta con otras fuentes de ingresos. 	<p>tiene marquesina y el 6% tiene Molino.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El 76% de productores vende el café despulpado, el 18% café seco y el 6% tostado. ➤ El 100% de productores no cuenta con marca propia ni patente. ➤ El 59% cuenta con registro sanitario, el 41% no tiene registro sanitario. ➤ Las exigencias de venta del producto son: 36% aroma del café, 40% tamaño del grano, 17% peso del café y 7% certificación de calidad. ➤ El 94% no recibe ningún apoyo de otra institución, el 6% recibe ayuda del MAG Y GAD MUNICIPAL. ➤ Los problemas más representativos en los cultivos son: 32% enfermedades, 17% Precios inestables, 17% problemas de riego y el 27% cambios climáticos, 7% financiamiento. ➤ El 6% de los productores tiene otras fuentes de ingreso como es la porcicultura y avicultura
--	---	---	---	--

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 31% de los productores tiene otras fuentes de ingreso como es la porcicultura y avicultura, el 69% no cuenta con otras fuentes de ingresos. ➤ El 81% de los caficultores aplican prácticas de cuidado al medio ambiente, mientras que el 19% no realiza estas actividades. ➤ El 88% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria, el 6% nivel secundario y el 6% tercer nivel. ➤ El 56% de los productores están afiliados al seguro, de aquí el 89% son afiliados al seguro campesino y el 11% están afiliados al seguro general. ➤ Durante el proceso productivo no llevan ningún registro de los controles que le realizan al cultivo, dichos control lo realizan por cuenta propia de manera empírica. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 43% de los productores están afiliados al seguro, de aquí el 67% son afiliados al seguro campesino y el 33% están afiliados al seguro general. ➤ La característica principal de los caficultores asociados es que cada una de sus fincas cuentan con certificaciones orgánicas de calidad debidamente rotuladas en sus fincas/domicilios. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 56% de los caficultores aplican prácticas de cuidado al medio ambiente, mientras que el 44% no realiza estas actividades. ➤ El 89% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria, el 11% nivel secundario. ➤ El 56% de los productores están afiliados al seguro, de aquí el 100% son afiliados al seguro campesino. ➤ Durante el proceso productivo no llevan ningún registro de los controles que le realizan al cultivo, dichos control lo realizan por cuenta propia de manera empírica. 	<p>y sus profesiones, el 94% no cuenta con otras fuentes de ingresos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El 100% de los caficultores aplican prácticas de cuidado al medio ambiente. ➤ El 88% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria, el 6% secundaria y el 6% de tercer nivel. ➤ El 82% de los productores están afiliados al seguro, de aquí el 36% son afiliados al seguro campesino y el 64% están afiliados al seguro general. ➤ La característica principal de los caficultores asociados es que cada una de sus fincas cuentan con certificaciones orgánicas de calidad debidamente rotuladas en sus fincas/domicilios.
Descripción de Actividades	Luego de haber cultivado la semilla por medio de los viveros, proceden a plantarlas en sus fincas, donde	El productor asociado es el encargado del manejo de la tierra, siembra, control de sombra,	Luego de haber cultivado la semilla por medio de los viveros, proceden a plantarlas en sus	El productor asociado es el encargado del manejo de la tierra, siembra, control de sombra,

Continúa

	<p>después de un promedio de 2 a 2,5 años comienza a producir las plantaciones en un nivel mínimo, a partir de 3y 4 años la plantación produce a su nivel máximo.</p> <p>El proceso de cosecha por lo general lo realizan en su totalidad, dejando las plantas vacías, es decir, sin escoger el grano.</p> <p>El fermentado lo realizan, arrumando todo el café cosechado sobre el piso y lo cubren con un plástico durante 4 días y generalmente expuestas al sol. Para el proceso de secado, lo realizan en lonas sobre las superficies de tierra, o en algunos en marquesinas, hasta que el grano esté apto para pillarlo</p>	<p>control de plagas y enfermedades de la planta y cosecha, todo esto debidamente asesorado por los técnicos de la asociación, quienes mantienen los cultivos constantemente supervisados. Una vez iniciada la cosecha por medio del desgrane o pepiteo, en donde escogen únicamente los frutos rojos, proceden a realizar el boyado para separar los granos con defectos; posterior a esto llevan el café seleccionado a la despulpadora en donde retiran la corteza del grano de café, para continuar con el proceso de fermentación, el cual consiste en despegar la miel del grano de café con la ayuda de tanques de agua, este proceso no debe estar expuesto al sol, a una temperatura adecuada y a una altura ideal por un lapso de 12 a 14 horas; posteriormente se podrece a lavar el café fermentado y se envía a las marquesinas para dar continuidad al proceso de secado.</p> <p>El secado debe realizarse de manera uniforme de tal modo que todo el café se seque de forma pareja, para ello el productor debe estar pendiente de cada fase de este proceso porque de ello depende la calidad del grano. Una vez el grano de café cumpla las características especificadas por la</p>	<p>fincas, donde después de un promedio de 2 a 2,5 años comienza a producir las plantaciones en un nivel mínimo, a partir de 3y 4 años la plantación produce a su nivel máximo.</p> <p>El proceso de cosecha por lo general lo realizan en su totalidad, dejando las plantas vacías, es decir, sin escoger el grano.</p> <p>El fermentado lo realizan, arrumando todo el café cosechado sobre el piso y lo cubren con un plástico durante 4 días y generalmente expuestas al sol. Para el proceso de secado, lo realizan en lonas sobre las superficies de tierra, o en algunos en marquesinas, hasta que el grano esté apto para pillarlo</p>	<p>control de plagas y enfermedades de la planta y cosecha, todo esto debidamente asesorado por los técnicos de la asociación, quienes mantienen los cultivos constantemente supervisados. Una vez iniciada la cosecha por medio del desgrane o pepiteo, en donde escogen únicamente los frutos rojos, proceden a realizar el boyado para separar los granos con defectos; posterior a esto llevan el café seleccionado a la despulpadora en donde retiran la corteza del grano de café, para continuar con el proceso de fermentación, el cual consiste en despegar la miel del grano de café con la ayuda de tanques de agua, este proceso no debe estar expuesto al sol, a una temperatura adecuada y a una altura ideal por un lapso de 12 a 14 horas; posteriormente se podrece a lavar el café fermentado y se envía a las marquesinas para dar continuidad al proceso de secado.</p> <p>El secado debe realizarse de manera uniforme de tal modo que todo el café se seque de forma pareja, para ello el productor debe estar pendiente de cada fase de este proceso porque de ello depende la calidad del grano. Una vez el grano de café cumpla las características especificadas por la</p>
--	--	---	--	---

Continúa

		<p>asociación el productor transporta este café a la asociación en donde los someten a procesos de control de calidad y análisis en el laboratorio.</p> <p>La producción de café es enviada a los almacenes de acopio de la organización en donde se encargan de almacenar toda la producción para transportarla.</p>		<p>asociación el productor transporta este café a la asociación en donde los someten a procesos de control de calidad y análisis en el laboratorio.</p> <p>La producción de café es enviada a los almacenes de acopio de la organización en donde se encargan de almacenar toda la producción para transportarla.</p>
Relación entre actores	<p>Se relacionan con el acopiador y proveedor del cantón Balsas de manera esporádica y algunos con la asociación APECAM.</p>	<p>Los caficultores tienen una relación contractual establecida formalmente con las asociaciones ASPROGEDA Y APECAM las que toma el papel de transformador para procesar el café y comercializarlo a nivel nacional e internacional.</p>	<p>Se relacionan con el acopiador y proveedor del cantón Balsas de manera esporádica y algunos con la asociación APECAM.</p>	<p>Los caficultores tienen una relación contractual establecida formalmente con las asociaciones ASPROGEDA Y ASOPECAM las que toma el papel de transformador para procesar el café y comercializarlo a nivel nacional e internacional.</p>
Precio	<p>El precio promedio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: cereza \$100, despulpado \$115, seco \$109, molido \$470.</p>	<p>El precio promedio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: despulpado \$198, seco \$110.</p>	<p>El precio promedio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: seco \$104, molido \$240.</p>	<p>El precio promedio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: despulpado \$214, seco \$102, tostado \$240.</p>
Riesgos	<p>En temporada de cosecha pueden estar expuestos a algún tipo de robo de la producción.</p> <p>Los cambios climáticos, desastres naturales (incendios forestales), las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya la broca y la cochinilla.</p> <p>Inestabilidad de precios e ingresos inciertos, pero sobre todo la falta de mercado en donde los productores puedan vender su café año a año.</p>	<p>Los cambios climáticos, desastres naturales (incendios forestales), las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya la broca y la cochinilla y el ojo de gallina.</p>	<p>En temporada de cosecha pueden estar expuestos a algún tipo de robo de la producción.</p> <p>Los cambios climáticos, desastres naturales (incendios forestales), las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya la broca y la cochinilla, el ojo de gallina.</p> <p>Inestabilidad de precios e ingresos inciertos, pero sobre todo la falta de mercado en donde los</p>	<p>Los cambios climáticos, desastres naturales (incendios forestales), las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya la broca y la cochinilla y el ojo de gallina.</p>

Continúa

			productores puedan vender su café año a año.	
Oportunidades	<p>El clima del sector genera características óptimas para la producción cafetalera.</p> <p>Precios accesibles en lo que se refiere a la venta de café.</p> <p>Mercado selecto de consumidores de café de especialidad.</p>	<p>Manejo de nuevas tecnologías, especialmente de los productores con mayor experiencia y preparación en temas de café.</p> <p>Precios accesibles en lo que se refiere a la venta de café.</p> <p>Mercado selecto de consumidores de café de especialidad.</p>	<p>El clima del sector genera características óptimas para la producción cafetalera.</p> <p>Precios accesibles en lo que se refiere a la venta de café.</p> <p>Mercado selecto de consumidores de café de especialidad.</p>	<p>Manejo de nuevas tecnologías, especialmente de los productores con mayor experiencia y preparación en temas de café.</p> <p>Precios accesibles en lo que se refiere a la venta de café.</p> <p>Mercado selecto de consumidores de café de especialidad.</p>
Debilidades	<p>El productor desconoce cómo realizar controles preventivos a las plantas para evitar malformaciones de la raíz, mal del talluelo, excedente de sombra, entre otros.</p> <p>Terrenos en gran mayoría con escasez agua.</p> <p>Pérdida de cafetales por el mal uso de los insumos agroquímicos y semillas y retraso de lluvias que afectan a los cultivos.</p> <p>Falta de inversión para una mayor producción y control de sus cafetales.</p> <p>Falta de tecnificación y establecimiento de costos en los procesos productivos.</p> <p>Falta de control en las semillas para evitar defectos en los granos de café.</p> <p>Pensamientos conformistas ante la idea de trabajo conjunto ya sea por medio de cooperativas o asociaciones cafetaleras.</p> <p>Carecen de compradores exclusivos y algunos no cuentan</p>	<p>El factor edad es una de las debilidades del sector cafetalero, pues la mayoría de caficultores sobrepasan los 64 años de edad. Los jóvenes están abandonando los campos para emigrar a las ciudades, y poco a poco los cultivos van disminuyendo.</p> <p>Uso de grandes cantidades de agua en el proceso de boyado y lavado del café.</p> <p>Poca comunicación con los directivos de la Asociación.</p>	<p>El productor desconoce cómo realizar controles preventivos a las plantas para evitar malformaciones de la raíz, mal del talluelo, excedente de sombra, entre otros.</p> <p>Terrenos en gran mayoría con escasez agua.</p> <p>Pérdida de cafetales por el mal uso de los insumos agroquímicos y semillas y retraso de lluvias que afectan a los cultivos.</p> <p>Falta de inversión para una mayor producción y control de sus cafetales.</p> <p>Falta de tecnificación y establecimiento de costos en los procesos productivos.</p> <p>Falta de control en las semillas para evitar defectos en los granos de café.</p> <p>Pensamientos conformistas ante la idea de trabajo conjunto ya sea por medio de cooperativas o asociaciones cafetaleras.</p>	<p>El factor edad es una de las debilidades del sector cafetalero, pues la mayoría de caficultores sobrepasan los 64 años de edad. Los jóvenes están abandonando los campos para emigrar a las ciudades, y poco a poco los cultivos van disminuyendo.</p> <p>Uso de grandes cantidades de agua en el proceso de boyado y lavado del café.</p> <p>Poca comunicación con los directivos de la Asociación.</p>

Continúa

	con vehículo para transportar su producción.		Carecen de compradores exclusivos y algunos no cuentan con vehículo para transportar su producción.	
Fortalezas	La mayor parte de productores poseen tierra de su propiedad, la tendencia está orientada hacia el cultivo orgánico, libre de agroquímicos. Participación de los miembros de la familia en la producción de café.	Productores que trabajan en equipo y dispuestos a aprender. Mejores precios para su café. Facilidades de financiamiento por parte de la asociación. Tienen capacidad para valorar su café, potenciando la capacidad de negociación con los compradores. Poseen fincas con certificación orgánica.	La mayor parte de productores poseen tierra de su propiedad, la tendencia está orientada hacia el cultivo orgánico, libre de agroquímicos. Participación de los miembros de la familia en la producción de café.	Productores que trabajan en equipo y dispuestos a aprender. Mejores precios para su café. Facilidades de financiamiento por parte de la asociación. Tienen capacidad para valorar su café, potenciando la capacidad de negociación con los compradores. Poseen fincas con certificación orgánica.

Fuente: Tablas 11,12,18,19.

Elaboración: Danilo Barros

Tabla 27: Comparación de los acopiadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y modalidad asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	MODALIDAD INDEPENDIENTE		MODALIDAD ASOCIATIVA	
	ACOPIADORES DE BALSAS	ACOPIADORES DE MARCABELÍ	APECAM	ASPROGEDA
Características	La producción generada por productores no calificados en el cantón Balsas es transportada al único centro de acopio identificado en la ciudad y en menor parte la producción es enviada a centros de acopio de Chaguarpamba. Antes de adquirir el producto se realiza una inspección identificando aspectos como: la calidad del café, tamaño y aroma. Ofrecen el servicio de pilado a los productores locales.	La producción generada por productores no calificados en el cantón Marcabelí es transportada a los 2 centros de acopio identificados en la ciudad. Antes de adquirir el producto se realiza una inspección identificando aspectos como: la calidad del café, tamaño y aroma. Ofrecen el servicio de pilado a los productores locales y de la provincia de Loja.	Generalmente la asociación cumple la función de organizar el café en el centro de acopio de APECAM, quienes trabajan con grandes cantidades de café provenientes de caficultores asociados. Producción debidamente seleccionada y enviada al centro de almacenamiento de FAPECAFES en la ciudad de Catamayo. Los técnicos son quienes hacen uso de instrumentos tecnificados para	Acopian la producción de sus socios y de otros productores independientes que producen café orgánico. El estado en que acopian el café es en bola seco, Llevan un adecuado control y registro de la producción que ingresa a la bodega, el cual es almacenado temporalmente hasta que se complete la cantidad adecuada para ser procesada y finalmente

Continúa

			llevar el control y registro del café acopiado. El control que le realizan se basa en el olor del café, el grado de humedad del grano de café, medir el tamaño del grano y clasificarlo mediante mallas estableciendo las siguientes medidas: Europa: Café sobre malla 15	comercializada a nivel local y nacional.
Descripción de actividades	<p>Una vez receptada la producción se procede a controlar el peso y al realizar este proceso, el acopiador efectúa el pago en efectivo al productor. Se tiene en cuenta que el precio por quintal fluctúa en torno a la calidad del café y aroma.</p> <p>Por último, el acopiador agrega el valor del servicio de apilar y lo distribuye a los diferentes comerciantes locales, con un pequeño margen de utilidad.</p>	<p>Se encargan de organizar y agrupar la producción de café de los socios, generalmente el estado en el que acopian el café es pergamino seco. Una vez receptado el café de los socios se somete a pruebas de eficacia realizadas en el laboratorio de la asociación para determinar la calidad de grano, el grado de humedad, características organolépticas, entre otras particularidades que determina su precio. Una vez evaluado se procede a la clasificación del café según tamaño del grano y se los distribuye por lotes para próximamente ser transportados a la ciudad de Catamayo al área de almacenamiento de FAPECAFES. Una parte de la producción de café es enviada a el área de transformación de APECAM en donde lo tuestan y muelen para luego comercializarlo en presentaciones de 450 gramos bajo la marca de Apecam Café de especialidad.</p>	<p>Una vez que llega la producción a la bodega (en bola seco), es pesado y sometido a un proceso de control para luego someterlo al proceso de trillado en las piladoras del sector , culminado este proceso se procede al proceso de clasificado y limpieza de impurezas del café en estado verde, para posteriormente enviado al centro de transformación de la asociación en donde realizan lo que es el tueste y molienda del mismo, para luego ser empaquetado y comercializado en presentaciones de 400gr bajo la marca café Don Pachito.</p>	

Continúa

Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con los productores de las parroquias del cantón y de la provincia de Loja.		APECAM se relaciona exclusivamente con los socios productores de los cantones Balsas y Marcabelí. Cumple la función de tres actores dentro de la cadena de valor desde acopiador, transformador, hasta comercializador.	La asociación cafetalera se relaciona exclusivamente con sus socios de Marcabelí y esporádicamente con productores independientes del sector.
Ámbito de acciones	Ámbito local y nacional.		Ámbito local y nacional e internacional.	Ámbito local y nacional.
Precio	El precio del servicio de pilado de un quintal de café bola seco es de \$5,00.	El precio del servicio de pilado de un quintal de café bola seco es de \$5,00.	En el caso de APECAM como adquiere el café en un estado despulpado, ofrece el servicio de tueste y molienda de café el cual tiene un precio promedio de \$ 15,00 por quintal.	En el caso de ASPROGEDA envía su café a Trillar en los centros de pilado del sector y tiene un costo de \$25,00 dólares por quintal.
Riesgos	Poca Producción local de café y precios inestables en el mercado Competencia desleal con otros acopiadores, que traen el producto de Perú a precios muy bajos.	Disminución de la producción local de café y precios inestables en el mercado. Competencia desleal con otros acopiadores, que traen el producto de Perú a precios muy bajos.	La baja producción del campo que no le permita cumplir con los cupos para exportar. Altos costos para el proceso de exportación de café.	Ruptura de acuerdos comerciales por incumplimientos de calidad. Baja producción Local.
Oportunidades	Sector altamente productivo. Infraestructura vial en buen estado.		Creciente demanda de café pergamino en el mercado internacional. Sector altamente productivo	El café es un producto con una gran demanda tanto en el ámbito local como nacional.
Debilidades	Falta de financiamiento para adquirir mayores cantidades de café, contratar trabajadores o invertir en maquinaria nueva, además, no llevan un adecuado proceso contable.		Falta de financiamiento para la creación de nuevos proyectos dentro de la asociación e impulsar la producción local.	
Fortalezas	Cuentan con una infraestructura adecuada y con las principales máquinas para realizar todo el proceso. La forma de pago la realizan al contado. Instalaciones Propias.		Llevar un adecuado proceso de costos de producción. Cuentan con la infraestructura y maquinaria adecuada para el almacenamiento de café acopiado.	Cuentan con la infraestructura y maquinaria adecuada para el almacenamiento y procesamiento de café.

Continúa

		Son una organización que se enfocan en el café orgánico especial, no reciben café de productores ajenos a la organización. Cada vez innovan procesos.	Son una organización que se enfocan en el café orgánico. Son una asociación con una visión a exportar su producto.
--	--	--	---

Fuente: Tablas 13,20.

Elaboración: Danilo Barros

Tabla 28: Comparación de los transformadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y modalidad asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	MODALIDAD INDEPENDIENTE		MODALIDAD ASOCIATIVA	
	TRANSFORMADORES DE BALSAS	TRANSFORMADORES DE MARCABELÍ	APECAM	ASPROGEDA
Características	Para la transformación del café cuentan con maquinaria como tostadora, molino industrial y balanza electrónica. Tienen una capacidad de transformación promedio de 330 quintales al año. Utilizan los desechos de la transformación del café como abono orgánico. Tienen como proyección futura llegar a exportar su producto. Generalmente compran materia prima a los productores independientes no calificados del sector y de la provincia de Loja.	Para la transformación del café cuentan con maquinaria como tostadora, molino industrial y balanza electrónica. Tienen una capacidad de transformación promedio de 383 quintales al año. Utilizan los desechos de la transformación del café como abono orgánico. Tienen como proyección futura llegar a exportar su producto. Generalmente compran materia prima a los productores independientes no calificados del sector.	APECAM se caracteriza por contar con la maquinaria necesaria para la transformación del café, tienen instalaciones estandarizadas para cada proceso, cuenta con personal especializado. La capacidad de transformación que tiene la tostadora actualmente es de 20 kilos/h. Están enfocados en un mercado local nacional e internacional.	ASPROGEDA cuenta actualmente con un nuevo centro de procesamiento de café de especialidad. Es importante mencionar que poseen infraestructura altamente equipada para la transformación de café y que están enfocados por el momento en el mercado local y nacional, aunque se encuentran gestionando los trámites para lograr exportar su producto y ampliar su mercado.

Continúa

	Tienen un promedio de transformación de 1.5 quintales diarios. No llevan ningún registro de procesamiento	Tienen un promedio de transformación de 1.8 quintales diarios. No llevan ningún registro de procesamiento		
Descripción de actividades	<p>Este proceso inicia desde la recepción del café ya pilado debidamente seleccionado, luego es enviado a la tostadora en donde se calienta previamente hasta una temperatura de 200 grados C a 220 grados C, luego para obtener un punto óptimo se toma como referencia la pirolisis que es cuando el café empieza a crujir, es ahí cuando el café adquiere un color de tueste ligero.</p> <p>El mercado objetivo no tiene mayores exigencias de calidad, sin embargo, en este proceso de transformación no lo clasifican por tamaños lo que causa tostados desiguales en donde los granos más pequeños se queman en menor tiempo dando como resultado grandes variaciones en su sabor, agrio, ácido, amargo etc.</p> <p>Una vez terminado este proceso se deja enfriar el café para continuar con la molienda, teniendo en cuenta todos los controles de limpieza para evitar mezcla de sabores.</p> <p>Finalmente llega la etapa de pesar y empacar el producto para posteriormente ser comercializado.</p>		<p>El café en pergamino seco es enviado a la Federación regional de café, FAPECAFES misma encargada de exportar el producto, la asociación APECAM hace quedar un remanente de la producción acopiada, que la utilizan para transformarla. El proceso de transformación da inicio con el trillado, clasificado y limpieza de impurezas, para posteriormente continuar con el tostado y molido de café, Terminado el proceso, el café es enviado a los molinos para finalmente proceder con el pesado y empacado en fundas especiales de aluminio con válvulas de dosificación de alta calidad. Con este proceso se obtiene Café orgánico de especialidad APECAM en presentaciones de 450 gramos que es comercializado a nivel local y nacional.</p>	<p>ASPROAGEDA, tuesta y muele el grano de café su propia planta procesadora, además empacan el café tostado y molido bajo estándares de seguridad para conservar su aroma, en presentaciones de 400g. con un perfil de tueste y molido medio. Es importante mencionar que durante el proceso de transformación se lleva un adecuado y meticuloso registro del café que van procesando, esto se debe a que estos datos serán ilustrados en el envase, en la parte informativa del producto.</p>
Destino del café	En lo que respecta al café comercial, el principal mercado es a nivel local, y ciudades como Machala, Quito, Guayaquil y Loja.	El principal mercado es a nivel local y a la ciudad de Machala.	El destino del café en grano verde es principalmente American Coffe de Alemania y a otros países como Francia y Estados Unidos.	El mercado actual de ASPROAGEDA es el local y nacional, principalmente a tiendas del sector y a la ciudad de Machala y Guayaquil.
Relación entre actores	Los transformadores de café comercial se relacionan esporádicamente con los clientes del sector y las comercializadoras a nivel local y nacional.		Exclusivamente con el encargado de acopiar en la asociación, que es quien le entrega el café que se transformará, pero también con los comercializadores que se encargan de vender el café molido.	Exclusivamente con el encargado de acopiar en la asociación, ellos mismos se encargan de transformarlo y comercializarlo a nivel local y nacional.

Continúa

Ámbito de acciones	La distribución del café es a nivel local y nacional.	Se relaciona formalmente con las 6 asociaciones base y con los clientes del exterior.	Relación esporádica con Clientes / consumidores.
Precio	El precio de tostar y moler el café es de \$35,00 dólares por quintal.	El precio del proceso de Tostado y molido y empacado de un quintal de café es de \$30,00.	El precio del proceso de Tostado y molido y empacado de un quintal de café es de \$30,00.
Riesgos	El principal riesgo es que desconoce si el café que están transformando ha sido cultivado con el uso de agroquímicos, o es orgánico por lo que no tienen garantías de su calidad. Accidentes laborales en el uso de maquinaria y equipos para la transformación del grano de café.	Competidores-transformadores nacionales que visitan el cantón y realizan prácticas desleales de comercialización precio-calidad. Contrabando de café a precios más bajos que desincentiva la producción local.	La aparición de competencia desleal que comercialice café con precios y calidad menores.
Oportunidades	Gran demanda de café en la localidad. Producto de consumo masivo a nivel internacional.	Crecer en el mercado internacional.	Competir con otras marcas de café a nivel Nacional y lograr exportar.
Debilidades	Carecen de equipos tecnificados para realizar un adecuado proceso de transformación, optimizando tiempo. En parte tienden a una cultura de conformismo, no buscan expandir el mercado.	Falta de inversión para adquirir mejores equipos, con mayor capacidad de transformación, que permita aprovechar los recursos y el tiempo de transformación, asegurando la calidad del proceso.	En el caso de ASPROGEDA no contar con equipos de trillado de café lo cual a largo plazo sería una buena inversión.
Fortalezas	Cuentan con un mercado establecido. El café es un producto con una gran demanda en el sector.	Se encuentran establecidos en el mercado, debido a su trayectoria. Reciben ayuda directa por parte de instituciones públicas, en especial por el Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG. Cuentan con mano de obra calificada con un amplio conocimiento en temas de café.	Ofrecen un café de especialidad orgánico con estándares de calidad y con registro sanitario. Gran sentido de colaboración y búsqueda del desarrollo agrícola cafetalero.

Fuente: Tablas 14,21.

Elaboración: Danilo Barros

Tabla 29: Comparación de los comercializadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y modalidad asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí.

VARIABLES	MODALIDAD INDEPENDIENTE		MODALIDAD ASOCIATIVA	
	COMERCIALIZADORES DE BALSAS	COMERCIALIZADORES DE MARCABELÍ	APECAM	ASPROAGEDA
Características	<p>Cuentan con puntos propios de venta en el sector y se dedican a vender en pequeñas cantidades. La venta la realizan en efectivo, ya que la relación establecida con los clientes es esporádica y más que todo porque las ventas las realiza al por menor. Un comercializador vende promedio 172 libras de café molido al mes. Cabe destacar que el cliente adquiere su producto comprobando el aroma, el color y el peso del café molido. Las marcas de café comercial que destacan son las siguientes: “El Criollito”, “Tío Guido”, cabe resaltar que existen comercializadores que venden su producto de manera tradicional sin ningún tipo de marca.</p>	<p>Cuentan con puntos propios de venta en el sector y se dedican a vender en pequeñas cantidades. La venta la realizan en efectivo, ya que la relación establecida con los clientes es esporádica y más que todo porque las ventas las realiza al por menor. Un comercializador vende promedio 130 libras de café molido al mes. Cabe destacar que el cliente adquiere su producto comprobando el aroma, el color y el peso del café molido. Las marcas de café comercial que destacan son las siguientes: “Marcafé” y “Doña María”, cabe resaltar que existen comercializadores que venden su producto de manera tradicional sin ningún tipo de marca.</p>	<p>En este caso la asociación a través de FAPECAFES, llevan a cabo el proceso de comercialización del Café pergamino, a mercado internacional. FAPECAFES cuenta con licencia de exportador por lo que comercializa al exterior directamente. Mientras que el café transformado, luego de ser receptado proceden a envasarlo en presentaciones de 450g. Cabe destacar que ofertan café 100 % orgánico de especialidad.</p>	<p>Cada presentación de café va acompañada de una breve explicación, donde notarán lo que se está comercializando, esta explicación contiene datos como: perfil del café, fecha de tueste, variedad, origen, finca, cosecha, peso neto y proceso. La comercialización de este producto se da en las principales tiendas de la localidad y enviado a Machala, Guayaquil.</p>
Descripción de actividades	<p>El propietario(a) es el encargado de abastecerse de café molido para poder exponer en su local y despachar los pedidos en pequeñas cantidades en las diferentes tiendas del sector.</p>		<p>El café es empacado en envases especializados de papel aluminio que ayuda a conservar el aroma y la calidad. Se controla el peso de cada presentación de café y una vez</p>	<p>El café es empacado en envases con válvulas unidireccionales. Se controla el peso de cada presentación de café y una vez realizado este proceso, lo tienen</p>

Continúa

			<p>realizado este proceso, lo tienen listo para la venta. Una vez listo el producto es comercializado a nivel local y nacional.</p> <p>FAPECAFES Se encarga de clasificar por lotes de calidad y destino en bolsas de 70 kg.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se encarga del proceso de comercialización del café al exterior, con permisos y trámites establecidos. • Exporta alrededor de 20- 25 contenedores por año, y cada contenedor equivale a 550 quintales. • Se hace uso del incoterm FOB, es decir, se entrega la mercancía poniéndola a bordo del buque, en el puerto designado por el comprador, que en este caso es en Manta. 	listo para la venta. Una vez listo el producto es comercializado a nivel local y nacional.
Destino del café	El principal mercado del producto es a nivel local y ciudades como Machala, Quito y Piñas.	El principal mercado es a nivel local y a la ciudad de Balsas.	El destino del café en grano verde es principalmente American Coffee de Alemania y a otros países como Francia y Estados Unidos.	El mercado actual de ASPROAGEDA es el local y nacional, principalmente a tiendas del sector y a la ciudad de Machala y Guayaquil.
Relación entre actores	Los comercializadores del café comercial, establecen una relación esporádica con los transformadores con el cliente o consumidor.		Se relaciona formalmente con las 6 asociaciones base y con los clientes del exterior.	Relación esporádica con Clientes / consumidores.
Ámbito de acciones	La distribución del café es a nivel local y nacional.		La distribución del café es a nivel local y nacional e internacional.	
Precio	El precio de venta del café comercial varía desde \$2,50 hasta los \$3,00 por libra.	El precio de venta del café comercial varía desde \$2,00 hasta los \$3,00 por libra.	El precio del café que vende APECAM En presentación de 450 gr. el precio en fábrica es de \$2,25 y precio de venta al público en \$4,00 dólares.	El precio del café que vende ASPROAGEDA En presentación de 400 gr. el precio en fábrica es de \$2,50 y precio de venta al público en \$4,00 dólares.

Continúa

Riesgos	Existen comercializadores que venden su producto sin registro sanitario. Surgimiento de nuevas marcas de café comercial y fluctuación de precios.	Existencia de diversos requerimientos y trámites, que se convierten en trabas a la hora de exportar. <ul style="list-style-type: none"> • Mercado competitivo en el que participan exportadores de gran calidad de café de todo el mundo como Colombia, Vietnam, etc. • Desplome de los precios internacionales de café. • El Ecuador no tiene reconocimiento como productor de café. • Posibles retrasos en la entrega de la mercancía a puerto por múltiples causas, como demoras en el transporte, complicaciones aduaneras, documentos incompletos. • Economía del país inestable. • Aumento de tasa, aranceles. • Cambios modificaciones en las reglamentaciones para exportar tanto en el país de origen como destino. Productos estropeados, robados o perdidos en el transporte. 	Gran cantidad de marcas en el mercado, y competencia desleal. Bajo consumo de café Especial a nivel local.
Debilidades	Carece de un adecuado estudio de mercado, planes de marketing, planes estratégicos que les permita mejorar su nivel de productividad y de competitividad.	La baja producción de café para satisfacer la demanda del mercado nacional e internacional.	Falta de posicionamiento en el mercado local y nacional.
Oportunidades	Existe buena demanda del producto.	Producto de consumo masivo a nivel internacional. Demanda creciente de productos orgánicos en el país.	Tienen capacidad de competir con grandes marcas de café de especialidad y expandir su mercado internacional.
Fortalezas	Cuentan con los mejores cafés de la provincia y el país, gracias a su aroma y buen sabor.	Producto con estándares de calidad orientado a la producción orgánica.	El producto cuenta con estándares de calidad. Excelente diseño de la

Continúa

	<p>Mantienen precios competitivos. Es un producto de gran consumo en la provincia y el País.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Negociación directa con el cliente. • Acceso a mercados especiales de café. • Certificaciones internacionales como: Fairtrade internacional (comercio justo); USDA (producción orgánica); Agricultura Ecológica (productos orgánicos y cuidado del medio ambiente) y SPP (símbolo de pequeños productores). 	<p>imagen del producto, y su packaging. Además, cuenta con registro sanitario. Es un producto 100% orgánico.</p>
--	--	---	--

Fuente: Tablas 15,22.

Elaboración: Danilo Barros

7. Discusión

De acuerdo al Informe de Rendimientos Objetivos Café grano Oro (2019) dentro de las principales actividades productivas que se desarrollan en el Ecuador está la producción de café, con sembríos en 19 provincias del país debido a su importancia económica y generación de empleo. El rendimiento nacional durante el 2019 fue de 0,30 t/ha a nivel nacional, y 0,22t/ha en la provincia de El Oro, si se compara con el 2018 el rendimiento nacional fue de 0,44t/ha, lo cual evidencia un notable decrecimiento en la producción de café a nivel provincial.

Dentro de la cadena de valor del café en los cantones Balsas y Marcabelí se puede identificar dos modalidades de producción, la tradicional y asociativa, que pueden compararse a breves rasgos con la cadena de valor del café en el Ecuador establecida en el Área de Desarrollo Territorial PUKARA propuesta por Pila Laines (2019) (ilustración 4), donde los eslabones de la cadena identificados son 4: el primer eslabón es el de producción en el cual constan los productores cafetaleros de las 6 comunidades, el segundo eslabón es la transformación en el cual participa un solo actor; el tercer eslabón presenta un circuito corto de comercialización; y el cuarto eslabón está representado por el consumidor.

La cadena de valor bajo la modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí consta de seis eslabones: el primero lo conforman los proveedores de insumos agrícolas del sector; el segundo eslabón lo integran los productores no calificados; el tercer eslabón compuesto por los acopiadores; el cuarto se encuentran los transformadores, en el quinto eslabón están los comercializadores a nivel local y nacional; y finalmente en el sexto eslabón se encuentran los consumidores.

Por otro lado, con respecto a la modalidad asociativa en ambos cantones; existen seis eslabones dentro de la cadena de valor del café, en el primer eslabón están los proveedores de insumos agrícolas y material vegetativo; en el segundo, se encuentran los productores asociados del sector ; el tercero está integrado por los acopiadores, que son las asociaciones APECAM Y ASPROAGEDA; mismas que representan el cuarto eslabón de transformación; y el quinto eslabón son los comercializadores, en el caso de APECAM comercializa dentro del mercado local- nacional , y lo referente a mercado internacional lo realiza a través del acopiador regional FAPECAFES, que es quien realiza la exportación del mismo. Por otro lado, la asociación ASPROAGEDA distribuye su producto a nivel local y nacional, con visión de exportación, finalmente en el sexto eslabón se encuentran los consumidores.

Con respecto al segundo objetivo se muestra la comparación entre el productor a nivel nacional y los resultados de la presente investigación bajo la modalidad independiente y asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí: El caficultor a nivel nacional según el MAG en el informe de Rendimientos Objetivos Café Grano Oro (2019) menciona que la edad promedio de los caficultores a nivel nacional es de 53 años, cabe recalcar que la educación se considera un aspecto fundamental para lograr adaptarse a las nuevas tendencias de cultivo y mejora continua de los sistemas de producción, a nivel nacional el agricultor cafetalero cuenta con 7 años de educación que representa a la primaria; el 63% de caficultores fueron capacitados con temas relacionados a la producción del café, mismo que en un 97% fueron impartidas por el MAG; solo el 5% accedió a un crédito agrícola; en las prácticas agronómicas la cantidad de material vegetativo de *coffea arábica* es de 3,015pl/ha. Y la sub-variedad Sarchimor es la más usada a nivel nacional. El 89% de caficultores no tuvo acceso al riego y entre los principales problemas del sector el 58% menciona que son las plagas y enfermedades,

10% falta de agua, 16% otro y 16% ninguno. En el cantón Balsas el caficultor independiente cuenta con las siguientes características: La edad promedio de un caficultor es de 56 años y lleva 36 años dedicándose a esa actividad, el 88% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria, el 6% nivel secundario y el 6% tercer nivel, el 94% de caficultores es propietario del terreno en el que cultivan el café, mientras que el 6% arrienda el terreno, el productor posee un promedio de 7 hectáreas de terreno de las cuales 1,72 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 2688 plantas por hectárea, el 44% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, mientras que el 56% no ha recibido ninguna capacitación, el 57% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura), el 29% por la Asociación APECAM y el 14% por parte del GAD MUNICIPAL del cantón Balsas, el 87,5% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 12,5% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador, la variedad de café dominante en este sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: Caturra Rojo (56%), Colombia 6 (19%), Típica (13%), Castilla (6%), Catimor (6%), el 50% de cultivos son de carácter orgánico mientras que el restante utilizan algún tipo de agroquímicos, los problemas más representativos en los cultivos son: 36% enfermedades, 27% Precios inestables, 24% problemas de riego y el 12% cambios climáticos. Por el contrario, el productor bajo la modalidad Asociativa del cantón Balsas tiene un promedio de edad de 58 años y 33 años trabajando como caficultor, el 86% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria, el 14% de tercer nivel, el 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café y son productores calificados, el productor posee un promedio de 8,29 hectáreas de terreno de las cuales 2,29 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 3057 plantas por hectárea, el 100% de los

caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, el 43% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura), el 57% por la Asociación APECAM, el 57% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 43% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador, la variedad dominante de café en el sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: Caturra Rojo (14%), Catucaí (57%), Brasileño (14%), Bourbon rojo (14%), el 100% de cultivos son de carácter orgánico y los problemas más representativos en los cultivos son: 31% enfermedades, 15% Precios inestables, 15% problemas de riego y el 23% cambios climáticos, 15% financiamiento. En cuanto a los resultados de la modalidad independiente del cantón Marcabelí tenemos que la edad promedio del caficultor es de 57 años y 37 años trabajando como caficultor, el 89% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria mientras que el 11% nivel secundario, el 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café, el productor posee un promedio de 12,52 hectáreas de terreno de las cuales 2,83 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 3100 plantas por hectárea, el 56% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, mientras que el 44% no ha recibido ninguna capacitación, el 40% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura), el 60% por la Asociación APECAM, el 89% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 11% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador, la variedad dominante de café es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: Caturra Rojo (11%), Colombia 6 (78%), Catimor (11%), el 33% de cultivos son de carácter orgánico el resultante utilizan agroquímicos y los problemas más representativos en los cultivos son: 37% enfermedades, 32% Precios inestables, 16%

problemas de riego y el 16% cambios climáticos. Por el contrario, el productor bajo la modalidad Asociativa del cantón Marcabelí tiene un promedio de edad de 55 años y 33 años trabajando como caficultor, el 88% de los productores tienen un nivel de estudio de primaria, el 6% secundaria y el 6% de tercer nivel, el 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café, el productor posee un promedio de 19,18 hectáreas de terreno de las cuales 3,24 hectáreas están destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 3376 plantas por hectárea, el 88% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, el 12% no ha recibido capacitaciones, el 27% de las capacitaciones las realiza el MAG (Ministerio de Agricultura), el 73% por la Asociación APECAM, el 53% de los productores hacen uso de su propio capital para desarrollar estas actividades productivas, mientras que el 47% acuden a préstamos en instituciones financieras, siendo entre las principales BanEcuador, la variedad de café dominante en el sector es la Arábica, dentro de esta tenemos las subvariedades más representativas que son: castilla (24%), Caturra Rojo (6%), Catimor (6%), Catucaí (6%), Sachimor (24%), Colombia 6 (35%), el 100% de cultivos son de carácter orgánico y los problemas más representativos en los cultivos son: 32% enfermedades, 17% Precios inestables, 17% problemas de riego y el 27% cambios climáticos, 7% financiamiento.

Tras describir y analizar los diferentes resultados obtenidos en los cantones Balsas y Marcabelí, frente a los estadísticos más relevantes del caficultor nacional se puede determinar que existen similitudes en cuanto a lo relacionado con la edad de los caficultores, el nivel de educación, la capacidad de cultivo por hectáreas, las enfermedades, las capacitaciones, por otra parte, existen diferencias considerables respecto a la subvariedades de café más representativas y los créditos bancarios ya que la mayor parte de productores de los cantones Balsas y Marcabelí trabajan en base a su capital propio.

Para el desarrollo del tercer objetivo se ha puesto a consideración la diagramación de las cadenas de valor sujetas a comparación en este caso la cadena de valor en café (*Coffea arabica*) en el Área de Desarrollo Territorial PUKARA propuesta por Pila Laines (2019) (ilustración 4), presenta un circuito corto de comercialización, debido a la carencia de intermediarios, acopiadores o piladores, la concentración de actores es en el eslabón de producción y un solo actor en el eslabón de transformación, se encuentra en una etapa inicial ya que se encuentra en proceso de reactivación de la zona cafetalera y por tanto sus eslabones muestran debilidades tanto en el aspecto técnico y económico, los eslabones de la cadena no reflejan conexiones debido a la inexistencia de volúmenes de producción necesarios para satisfacer a los mercados. Por otro lado en la investigación se ha empleado la metodología Value Links de GTZ (Cooperación Técnica Alemana) establecida por Landero Vargas (2009), para caracterización de la cadena de valor en donde se realiza un análisis de la información existente sobre la cadena o sector a analizar, esto incluye estudios del sector de la cadena que puedan aportar datos (económicos, de mercado, etc.) y se realiza un sondeo de los actores involucrados en la cadena de forma participativa (operadores, prestadores de servicios, instituciones reguladoras y organismos de cooperación), de tal manera que la metodología aplicada se constituye en un mecanismo esencial para caracterizar una cadena de valor ya que nos facilita las herramientas adecuadas para el desarrollo de la misma.

Por ultimo en el cuarto objetivo se podría decir que en la cadena de valor bajo la modalidad independiente predominan las prácticas de cultivo ancestrales y carecen de tecnificación en los procesos de producción, pues gran parte de caficultores no cuentan con la maquinaria y equipos necesarios para mantener el café de manera orgánica lo cual se ve reflejado en la calidad de su producto y el precio de venta, además interactúan en un mercado inestable debido a que las relaciones con los actores son esporádicas y la

fluctuación de precios son variables debido a la competencia desleal, a diferencia de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa que cuenta con una gran ventaja competitiva gracias al trabajo en conjunto y facilidades que las asociaciones ofrecen al productor como maquinaria, insumos orgánicos, capacitaciones entre otros, logrando así una mayor productividad y rentabilidad, dando como resultado un café de calidad con destino al mercado nacional e internacional gracias a los estándares de calidad que este cumple. Este es el caso de la asociación APECAM, que envía parte de su producción al acopiador regional, FAPECAFES, quien se encarga de reunir la producción de 6 asociaciones (PROCAP, APECAP, APECAEL, PROCAFEQ, APECAM Y ACRIM), ubicadas en El Oro, Loja y Zamora, para exportarla.

8. Conclusiones

Como resultado de la investigación se puede concluir lo siguiente:

- En la cadena de valor de ambas modalidades figuran las siguientes características, con respecto a los proveedores, su principal actividad es la venta de insumos orgánicos, agroquímicos y de materia prima vegetativa, en cuanto a los productores se encargan de la siembra, el cuidado del cultivo, la cosecha y la venta; el acopiador cumple las funciones de receptar, pesar, almacenar y pilar el café acopiado; el transformador es el encargado de receptar, almacenar, tostar, moler, pesar y empacar el café transformado, finalmente el comercializador es quien se encarga de la distribución y venta del producto a nivel local y nacional e internacional.
- Las organizaciones de regulación y control como INEN, ARCSA, AGROCALIDAD, SRI, y ADUANA se encargan de supervisar, inspeccionar y vigilar las actividades sean estas de producción, tributarias, financieras o comerciales, mediante el cumplimiento de normas lo que hace de vital importancia su participación en la creación de procesos organizados y claros que en vez de convertirse en obstáculos sean un impulso para la generación de mejoras en las actividades de cada uno de los actores de la cadena de valor del café.
- El factor más importante para el aumento de la productividad agrícola del café es la inversión en el mejoramiento de plantaciones y la infraestructura directamente asociada a la producción.
- Los productores independientes de café, realizan la selección de su semilla de siembra para el establecimiento de sus plantaciones de café y no optan a la compra

de plantas de café, mientras que los productores asociados obtienen semillas de calidad y más resistentes a las enfermedades.

- La modalidad asociativa es más sustentable y competitiva respecto a la modalidad independiente, principalmente por la organización, trabajo conjunto y la capacidad de cultivo por hectárea que corresponde a un valor promedio de 3216 plantas por hectárea, mientras que la modalidad independiente tiene un promedio de cultivo de 2894 plantas por hectárea.
- En relación a la inversión, el caficultor asociado requiere de un valor promedio de \$2653 dólares para cubrir los respectivos gastos para el cuidado del cultivo mientras que productor independiente mantiene su producción con un valor promedio de \$ 1861 dólares.
- Solo los pequeños productores que están organizados en cooperativas y / o asociaciones, tienen fácil acceso a créditos para el levantamiento de cosecha y tecnificación en su finca.
- La asistencia técnica que actualmente reciben los pequeños productores independientes de café no les es atractiva ya que esta se concentra en el seguimiento y monitoreo a la inversión en el caso de los que reciben financiamiento crediticio y en el caso de los productores que reciben el apoyo de la asistencia técnica por otras fuentes esta es más teórica y no les brindan apoyo de Materiales e Insumos para facilitar y mejorar los procesos productivos.
- El 100% de caficultores asociados posee la certificación orgánica a diferencia de los productores independientes con un 41,5% que cuentan con esta certificación.
- La productividad bajo la modalidad asociativa es significativa frente a la modalidad independiente, debido a que del 100% de caficultores asociados el 86%

produce de 4 a 9 qq por hectárea, mientras que del 100% de caficultores independientes el 44% produce la misma proporción.

- Referente a la comercialización el café que se produce bajo la modalidad independiente es distribuido a mercados locales y nacionales, mientras que la producción bajo la modalidad asociativa se comercializa a mercados tanto nacionales internacionales ya que cumple con estándares de calidad y por ende obtienen mejores precios.
- El productor independiente está expuesto a la inestabilidad de precios, a la competencia desleal y a la falta de mercado, mientras que los productores asociados mantienen un mercado estable y con precios cómodos, sin embargo, los riesgos que les afectan son las plagas y enfermedades existentes en el medio, debido a que no usan agroquímicos para contrarrestar estas calamidades.
- En cuanto al precio de venta, el productor asociado es quien recibe un margen de ganancia mayor, esto se debe a los procesos productivos bajo estándares de calidad y a la accesibilidad a mercados internacionales, mientras que el caficultor independiente es víctima del proceso de negociación por parte de intermediarios, recibiendo así lo que ellos les ofrecen.
- En la modalidad independiente se determinaron dos tipos de relaciones, la relación contractual esporádica que se encuentra inmersa entre los proveedores de insumos y materia prima vegetativa con el productor no calificado, y se extiende a lo largo de la cadena productiva hasta llegar al consumidor; y la relación contractual formal, que se establece entre el productor calificado con los proveedores de insumos orgánicos y materias primas vegetativas, dicha relación se mantiene en todos los eslabones de la cadena productiva. En la asociativa existe una relación

directa construyendo de este modo una relación contractual formal entre los actores que interviene dentro de todo el proceso productivo.

- Finalmente, en la comparación de la cadena de valor de ambas modalidades se determinó que la modalidad asociativa es más competitiva y favorable, gracias a las capacitaciones y experiencias compartidas en equipo, permitiendo así lograr un mayor conocimiento en el manejo de sus cultivos, teniendo como resultado una producción tecnificada y de calidad.

9. Recomendaciones

A partir de las anteriores conclusiones y en base a un proceso de reflexión sobre las mismas, se hacen las recomendaciones que se enuncian a continuación.

- Se recomienda retomar la investigación en años posteriores, debido a que, cuando se levantó la información, gran parte de los caficultores se encontraban en un proceso de recuperación de sus plantaciones debido a las enfermedades que afectó al cultivo casi en su totalidad.
- Se sugiere promover la producción de café bajo la modalidad Asociativa en los productores independientes en los cantones Balsas y Marcabelí a través de talleres informativos en torno a la asociatividad y sus ventajas, además invitar a los asociados de APECAM y ASPROAGEDA a que compartan sus experiencias, porque al lograr asociarlos se pueden obtener mejores resultados, para el productor, y por ende a la producción local; de esta manera tener una sola cadena de valor altamente competitiva y con mayor poder de negociación en el mercado.
- Promover la producción cafetalera por medio de eventos, ferias, concursos de gran importancia para dar a conocer el café de especialidad orgánico de APECAM y ASPROAGEDA, ya que esta es una forma de posesionarse de forma más estratégica en el mercado atrayendo inversión extranjera.
- Fomentar y apoyar la canalización de recursos de inversión dirigidos a el aumento de la productividad agrícola cafetalera, producción diversificada y al mismo tiempo escalonada.
- Los proyectos desarrollados por el MAG y GAD municipales deben ser socializados, antes y durante el proceso de ejecución, con la finalidad de que cada

vez más productores de las zonas rurales se beneficien del proyecto y contribuyan a la reactivación cafetalera de ambos cantones.

- Fortalecer la organización de productores y el liderazgo dentro las comunidades rurales son esenciales para sostener o implementar prácticas agrícolas adaptadas al clima a nivel de finca y a nivel de comunidad.
- Se debe hacer hincapié en lograr aumentar la productividad por área de café bajo manejo orgánico de forma tal de pasar de un manejo de cero nutriciones a plantaciones sanas y fuertes capaces de tolerar la presencia de enfermedades y plagas recurrentes.
- Es necesario un escalamiento de las prácticas exitosas de control de roya hacia todos los productores de forma tal de establecer una barrera biológica que impida el avance de esta enfermedad y otras plagas propias del cultivo.
- Se recomienda que las instituciones públicas del estado se involucren en este sector productivo y transformen las zonas secas en zonas de regadío, a través de la implementación de un sistema de captación y acumulación de aguas lluvias, empleando así sistemas de riego en los sectores más afectados, logrando una mayor productividad del cultivo.
- Finalmente se recomienda que las instituciones públicas y privadas relacionadas con la producción de café promuevan y acompañen la asociatividad en las cadenas de valor por las ventajas que se tiene respecto a la modalidad independiente.

10. Bibliografía

- Abarca Anchundia, J., & Armendáriz Tubón, D. (2014). *Estudio de la cadena productiva de café de altura en la parroquia La Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura*. Imbabura. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3057/1/T-UCE-0005-463.pdf>
- Acosta, L. (Mayo de 2006). *Agrocadenas de Valor y Alianzas Productivas: Herramientas de apoyo a la agricultura familiar en el contexto de la globalización*. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe, Santiago de Chile. Obtenido de http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/prior/comagric/pdf/agroca d.pdf
- Alvarado Soto, M., & Rojas Cuberto, G. (2007). *El cultivo y beneficiado del café* (Vol. Segunda Reimpresión). Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Amézaga, C., Rodríguez, D., Núñez, M., & Herrera, D. (2013). *Orientaciones estratégicas para el fortalecimiento de la gestión asociativa*. San Salvador, El Salvador. Obtenido de <http://repiica.iica.int/docs/B3246e/B3246e.pdf>
- Batista, I. (2018). *Enfermedades del cultivo del café*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. República Dominicana: Universidad ISA.
- Betancur, M., Ospina, D., & Uribe, D. (s.f). *Cambios en las prácticas del caficultor tradicional*. Efi. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3735/Cambios%20en%20las%20pr%C3%A1cticas%20del%20caficultor%20tradicional%20-%20articulo.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Bravo Vélez, D., Cobacango Villavicencio, L., Cuétara Sánchez, L., & García Rabelo, M. (2019). Perspectiva del valor compartido en la cadena global de valor del café en Manabí. *Revista San Gregorio*. Obtenido de <http://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/1115>
- Capella, R. (3 de 30 de 2012). *Salitup*. Obtenido de <https://www.salutip.com/2012/03/fases-del-crecimiento-y-produccion-del.html>
- Castellanos, Z. (2009). *Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor*. Inwent.
- Comisión Europea. (Julio de 2018). *Análisis de la cadena de valor de café*. Honduras. Obtenido de <https://europa.eu/capacity4dev/file/79812/download?token=bnHqqeEf>
- Delgado, P., Larco, A., García, C., Alcívar, R., Chilán, W., & Patiño, M. (2002). *Manejo de la broca del fruto*. Manta: Feriva.
- FAO. (2015). *Desarrollo de cadenas de valor alimentarias sostenibles*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Roma: FAO 2015. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i3953s.pdf>
- FAO, O. d. (14 de Junio de 2012). *Análisis de la cadena de valor del café con enfoque de seguridad alimentaria y nutricional de Nicaragua*. Nicaragua. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-as545s.pdf>

- Federación de Cafetaleros de Colombia. (s.f.). Recuperado el 16 de 11 de 2020, de <https://federaciondecafeteros.org/static/files/13Glosario.pdf>
- Francés, A. (2001). *Estrategias para la Empresa en la América Latina*. Caracas: IESA.
- GAD. (2020). Obtenido de <http://www.balsas.gob.ec/index.php/canton/datos-generales>
- GAD. (2020). *Datos generales del GAD*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760001230001_BORRADOR%20plan%20de%20desarrollo_diagnostico_17-03-2015_11-42-52.pdf
- García, J. (09 de Octubre de 2012). *Que son trabajadores independientes*. Obtenido de https://cijuf.org.co/sites/cijuf.org.co/files/documentos_interes/Circular%2013%20de%202012.pdf
- Gliessman, S. R. (2007). Agroecología: promoviendo una transición hacia la sostenibilidad. *Ecosistemas*, 13-23. Obtenido de <https://www.revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/download/134/131>
- Godínez Montoya, L., Figueroa Hernández, E., & Pérez Soto, F. (2015). *La producción y el consumo del café*. España: ECORFAN. Obtenido de file:///C:/Users/Daniela/Desktop/Libro_caf%C3%A9_con%20fecha.pdf
- Gómez Posada, S. (29 de Mayo | de 2019). *quécafé*. Obtenido de <https://quecafe.info/sistemas-de-cultivo-de-cafe-como-cultivar-cafe/>
- GTZ, C. T. (2007). *Manual ValueLinks - Metodología para el fomento de la cadena de valor*. Alemania. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/004114306a5bbd6b10340>
- Heyden, D. v., & Camacho, P. (2004). *Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas*. Lima, Perú: Línea Andina S.A.C. Obtenido de <https://www.avsf.org/public/posts/554/gui-a-metodologica-para-el-analisis-de-cadenas-productivas.pdf>
- Iglesias, D. (2002). *Cadenas de Valor como estrategia: Las Cadenas de valor en el sector Agroalimentario*. Argentina: INTA - Instituto Nacional de de Tecnología Agropecuaria. Obtenido de <https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-cadenasdevalor.pdf>
- INEC. (2001). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/El_Oro/Fasciculo_Marcabeli.pdf
- INEC. (2001). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/El_Oro/Fasciculo_Balsas.pdf
- INEN. (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.ec/inen>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA]. (2017). *Institucionalidad de apoyo a la asociatividad en América Latina y el Caribe: un análisis en países seleccionados*. San Jose, Costa Rica. Obtenido de <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/6326/BVE18019624e.pdf;jsessionid=9AED3F295BA80905306CAA6A33AE0CB7?sequence=1>

- Jansen, H., & Torero, M. (2006). *Resumen de la literatura de cadenas de valor agropecuarias en cinco países centroamericanos*. San José -Costa Rica:: Instituto Internacional para la Investigación de Políticas Alimenticias (IFPRI). Obtenido de http://simas.org.ni/media/Resumen_de_litterature_de_cadenas_de_valor_en_5_paises-Jansen_2006.pdf
- Jason, D. (2006). *Identificación de las oportunidades de mercado y mercadeo en cadenas de valor*. Centro para la competitividad de Ecoempresas, Turrialba-Costa Rica. Obtenido de http://201.207.189.89/bitstream/handle/11554/7017/Identificacion_de_las_oportunidades_de_mercado_y_mercadeo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Landero Vargas, M. L. (Marzo de 2009). *Guía Metodológica para la implementación talleres fomento cadena de valor*. Obtenido de <https://www.bivica.org/files/metodologia-value-links.pdf>
- Lema, V. (2019). *Informe de rendimientos objetivos de café (grano oro) 2019*. Obtenido de http://sipa.agricultura.gob.ec/descargas/estudios/rendimientos/cafe/rendimiento_cafe_2019.pdf
- MAGAP. (2016). *Texto unificado de legislación secundaria del MAGAP*. Lexis. Obtenido de http://www.emurplag.gob.ec/sites/default/files/TextUniMagap_0.pdf
- Martín Gotteland & Saturnino de Pablo. (Junio de 2007). Algunas verdades sobre el café. *Revista Chilena de Nutrición*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-75182007000200002&script=sci_arttext&lng=en
- Massa Sánchez , P., & Jiménez Torres, A. (Julio - Diciembre de 2015). Producción de Café y variables climáticas: El caso Espíndola, Ecuador. *Economía*, XL(40), 117-137. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1956/195648804006.pdf>
- Mendez Vicente, G. (2018). *DIAGNOSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFE ECUATORIANO DURANTE EL PERIODO: 2014-2015*. Machala. Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12414/3/DE00001_TRABAJODE TITULACION.pdf
- Michael, P. (2006). *Ventaja Competitiva* (Vol. Quinta reimpresión). México: CECSA.
- Monard Palacios, N. E. (06 de Diciembre de 2018). *Análisis de la cadena de valor del café y propuesta de estrategias de comercialización en la cafetería "El Cafecito"*. Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15870/An%3%a1lisis%20de%20la%20cadena%20de%20valor%20del%20caf%3%a9%20y%20propuesta%20de%20estratgias%20de%20comercializaci%3%b3n%20en%20la%20cafet.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Monteros Guerrero, A. (2016). *Rendimiento de Café Grano Seco en el Ecuador 2016*. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://docplayer.es/29340888-Rendimientos-de-cafe-grano-seco-en-el-ecuador-2016.html>

- Nutz, N., & Sievers, M. (2016). *Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor*. Ginebra: Primera publicación. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_541432.pdf
- PDOT. (2015). *Plan de ordenamiento y desarrollo territorial del cantón Marcabelí*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0760001230001_PDOT%20MARCABELI%202015%20DIAGNOSTICO_02-04-2016_08-45-15.pdf
- PDOT. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Balsas*. Obtenido de <file:///C:/Users/Daniela/Downloads/Gobierno%20Aut%C3%B3nomo%20Descentralizado%20Municipal%20de%20Balsas%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial.pdf>
- Peña, Y., & Nieto, P. y. (2008). Cadenas de valor: un enfoque para las agrocadenas. *Revista Equidad y Desarrollo N° 9:77-85*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5166596.pdf>
- Pila Laines, J. (Julio de 2019). *Análisis de cadena de valor en café (Coffea arabica) en el Área de Desarrollo Territorial PUKARA*. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19516/1/T-UCE-0004-CAG-145.pdf>
- Ponce, L., Orellana, K., Acuña, I., Alemán, J., & Fuentes Figueroa, T. (2018). Situación de La Caficultura Ecuatoriana: Perspectivas. *Revista Estudios Del Desarrollo Social: Cuba y América Latina(1)*, 307-325. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v6n1/reds15118.pdf>
- Porter, M. (1991). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Buenos Aires: Rei Argentina, S.A.
- Pulgarín Arcila, J. (2007). *Crecimiento y desarrollo de la planta de café*. Obtenido de <https://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/720/3/2.%20Crecimiento%20y%20de%20desarrollo%20planta%20de%20cafe%20a9.pdf>
- Rojo Jiménez, E. (2014). Café I. *Revista Reduca (Biología)*. Obtenido de <http://revistareduca.es/index.php/biologia/article/view/1757/1770>
- Romero González, A. (Septiembre de 2010). *Estudio sobre la cadena de valor del café ugandés de comercio justo*. Uganda. Obtenido de http://propuestadidacticaaay.com/pdf/rovers/intermon_estudio_sobre_la_cadena_de_valor_del_cafe_ugandes_de_CJ_0.pdf
- Romero, B. (2009). *Las formas asociativas en la agricultura y las cooperativas*. Procuraduría Agraria, México. Obtenido de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_41/ANALISIS/5%20Roxana%20Beatriz%20Romero.pdf
- Saavedra Gallo, C. G. (Abril de 2017). *Incidencia de la cadena de valor en el desarrollo sustentable del cultivo de café robusta (Coffea canephora) en la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas*. Riobamba. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6296/1/20T00827.PDF>

Salazar Uribe, J. (18 de Julio de 2019). *CoffeeRoastColombia*. Obtenido de <https://coffeeroastcolombia.wordpress.com/2019/07/18/arabica-vs-robusta/>

SRI. (s.f.). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/el-sri1#:~:text=El%20Servicio%20de%20Rentas%20Internas,fomento%20de%20la%20cohesi%C3%B3n%20social>.

Vanegas, F. (21 de Enero de 2017). Obtenido de <https://www.yoamoelcafedecolombia.com/2017/01/21/glosario-cafetero/>

11. Anexos

Anexo 1

Proyecto de Tesis

1. TEMA

Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí, provincia de El Oro, en el periodo 2020-2021.

2. PROBLEMÁTICA

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2019) la agricultura es una de las actividades económicas sociales y ambientales más importantes para la supervivencia del ser humano, contribuye de manera satisfactoria a la provisión de una gran variedad de alimentos y materias primas y se considera como la base principal para el crecimiento y el desarrollo de la economía de las naciones. El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2018) señala que el 29,4% de la Población Económicamente Activa en el territorio nacional se sustenta gracias a las actividades de agricultura y ganadería, ya que más de 1,6 millones de individuos laboran en el sector agropecuario.

Adicional a esto, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2019) manifiesta que el sector agrícola ecuatoriano aporta con el 8% a la producción total anual del país (Producto Interno Bruto), siendo el sector agrícola el que alimenta el comercio del país con los principales productos para la exportación como banano, cacao, flores, café, plátano, entre otros.

En el Ecuador, el cultivo de café se ha convertido en un producto habitual que se encuentra sembrado en 21 provincias, y se ha destacado dentro de las exportaciones agrícolas representando un gran impacto económico y social desde hace muchos años,

aportando divisas al país y para quienes lo siembran, lo que genera un significativo efecto inmerso en la cadena productiva, principalmente en la comercialización, la transformación, y, sobre todo, ocasionando muchas oportunidades de trabajo. (El Productor, 2017)

En este contexto el Centro de Investigaciones Económicas de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FLACSO, 2012) manifiesta que Ecuador disfruta de un gran volumen de producción de café, debido a su variedad de ecosistemas y ubicación geográfica que favorece al cultivo de algunas variedades existentes como arábigo lavado, arábigo natural y robusta.

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2019), en la provincia de El Oro se encuentran más de mil quinientos productores dedicados al cultivo de café, gracias a que existen condiciones favorables para su cultivo, ya que posee un clima tropical cálido y subtropical, con una temperatura media de 19,9 °C a 27 °C, y una altitud de 0 a 1.720 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m) especialmente en los cantones de Las Lajas, Marcabelí, Piñas, Balsas, Portovelo, Zaruma, Atahualpa, Arenillas y Santa Rosa.

La falta de información y ausencia de investigación local con respecto a la cadena de valor, provoca un vacío de la realidad en aspectos sociales, económicos y ambientales, siendo esto un factor importante para el crecimiento y desarrollo de los sistemas agropecuarios. El estudio de una cadena valor es una práctica que busca comprender y discernir el estado y funcionamiento de la cadena productiva. Facilita determinar los aspectos críticos que reprimen la competitividad de la cadena y las oportunidades que ayudan al crecimiento de esta.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT, 2015), el cantón Balsas goza de un clima que beneficia a las diversas actividades productivas como: la avicultura, porcicultura, agricultura y ganadería, el 38,02% de la zona agrícola está destinada para el cultivo de café. La existencia de fuertes lluvias y sequías en periodos de 5 a 7 meses constituyen una limitante para el crecimiento de la producción de café, además la falta de riego en el cantón es uno de los principales problemas ya que según datos del Instituto Espacial Ecuatoriano (IEE) solo el 2,85 % (196,36 hectáreas) del cantón cuenta con un sistema de riego, mientras que el 46,95% (3 231,36 hectáreas) carece de un sistema de riego conjuntamente con superficie restante del cantón, equivalente al 50,20 % (3 455,54 hectáreas) que pertenece a zonas donde el riego no es aplicable.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT, 2015), en el cantón Marcabelí, el principal producto agrícola es el café caturra, que representa el 1,43% equivalente a 212,75 hectáreas de la superficie, la mayoría de estos cultivos se encuentran en la zona oriental y se producen bajo sombra, sin embargo cabe resaltar que este representativo producto ha disminuido, debido a la falta de tecnificación, envejecimiento de las plantas, deficiente manejo agrónomo y el aumento de la ganadería en las zonas cafetaleras, destruyendo considerablemente el sector productivo y dejando las áreas cafetaleras improductivas y contaminadas con una enfermedad producida por hongos llamada la Roya, matando así toda la producción y generando pérdidas considerables.

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2019) en Ecuador el 85% de la producción de café se maneja deficientemente debido al manejo del sistema tradicional en el cultivo, generando una producción baja, equivalente a 5,18 quintales de

café oro por hectárea, mientras que el 15% restante de la superficie cafetalera se maneja de manera semitecnificada, generando una producción estimada en 16 quintales de café oro por hectárea. Muy pocos solares cafetaleros operan de manera tecnificada; sin embargo, estos pueden alcanzar niveles de productividad de hasta 50 quintales por hectárea en café arábica y 100 quintales por hectárea en café robusta.

Tan solo una pequeña parte de caficultores pertenece a asociaciones, sabiendo que la sostenibilidad de los procesos agroalimentarios requiere de sistemas que establezcan la inclusión de los pequeños productores que facilite el acceso a los mercados, al comercio justo y que se establezcan como protagonistas del desarrollo rural ya que la asociatividad se ha catalogado como elemento integrador de unión y cooperación cuyo fin es dar mayor voz a los pequeños productores, así como también permitir un mejoramiento en la producción y distribución de sus productos en definitiva generar una acción colectiva que permita romper los paradigmas de los sistemas tradicionales de producción (MAGAP, 2018).

La problemática se reduce al protagonismo que la cadena de valor tiene en la productividad del sector cafetalero de los cantones Balsas y Marcabelí, por ende, es importante identificar:

¿Cuáles son los actores que intervienen en la cadena de valor del café en los cantones Balsas y Marcabelí?

¿Qué características tiene una cadena de valor bajo la modalidad independiente en los cantones Balsas y Marcabelí?

¿Qué características tiene una cadena de valor bajo la modalidad asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí?

¿Cuáles son las diferencias de las cadenas de valor bajo la modalidad independiente y bajo la modalidad asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí?

3. JUSTIFICACION

Más de mil quinientos productores de El Oro se dedican al cultivo de café, mayormente en los cantones de Las Lajas, Marcabelí, Piñas, Balsas, Portovelo, Zaruma, Atahualpa, Arenillas y Santa Rosa.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), a través del Proyecto de Reactivación de Café y Cacao Nacional Fino de Aroma, ha intervenido en la siembra, de estos productos. A partir de los años 90, emergió un nuevo modelo productivo y tecnológico del café (asociaciones), que ha modificado los procesos productivos y de comercialización de los territorios, generándose transformaciones en cada uno de ellos que van más allá de la esfera productiva. Esta nueva cadena de valor presenta dos principales características que lo diferencian del sistema de producción tradicional: a) está organizado de forma asociativa y b) está centrado principalmente en la producción de café orgánico. Es indudable que los métodos de producción o régimen tecnológico que predominan en los procesos productivos ejercen influencias que van más allá de la esfera productiva y que impactan, e incluso, transforman a las esferas políticas, sociales, económicas y culturales de los territorios (Rosenberg, 1982). Por tanto, entender estas nuevas dinámicas territoriales es de suma relevancia destacando la participación de los cantones Balsas y Marcabelí en la producción de café.

Esta investigación está justamente interesada en llevar adelante un estudio de la cadena de valor de tipo independiente y asociativa del café, lo que permitirá entender las características de la cadena de valor del café y determinar si estos tipos de cadenas tienen diferencias significativas.

La presente investigación se justifica académicamente ya que se pondrá en práctica los conocimientos adquiridos, además de que este trabajo constituye un requisito reglamentario y fundamental previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas.

Con el desarrollo de este estudio se logrará identificar cada uno de los actores que forman parte de la cadena de valor, además realizar una representación gráfica de la interacción entre actores económicos vinculados al producto, la agregación de valor que se realiza sobre el café en las distintas etapas, desde la provisión de insumos, hasta que el producto llega al consumidor final.

El presente trabajo describirá la situación actual en que se encuentra el sector cafetalero en los cantones Balsas y Marcabellí y se podrá identificar los principales retos del sector, sus fortalezas, sus debilidades, las amenazas y oportunidades, y a su vez identificar el grado de participación de proveedores, productores, intermediarios y comercializadores que proveen al sector cafetalero de una fuerza y visión que permite definir acciones para su fomento.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Caracterizar la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabellí, provincia de El Oro, en el periodo 2020-2021.

4.2 Objetivos específicos

- Identificar cada uno de los eslabones y actores que conforman la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabellí.

- Describir la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.
- Diagramar la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.
- Comparar las cadenas de valor del café bajo las modalidades asociativa e independiente en los cantones Balsas y Marcabelí.

5. METODOLOGÍA

5.1 Métodos

En la investigación se utilizaron los siguientes métodos:

- **Método descriptivo:** Se empleó este método para identificar las características y cualidades que tienen cada uno de los actores de la cadena de valor del café, también permitió el mapeo de las cadenas de valor bajo la modalidad independiente y asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.
- **Método analítico:** Permitted analizar la situación actual de la población estudiada y los principales problemas que aqueja a este importante sector productivo.
- **Método sintético:** Ayudó a condensar toda la información obtenida a lo largo de la investigación.
- **Método comparativo:** Permitted realizar una comparación entre las diferencias y semejanzas de las cadenas de valor bajo la modalidad independiente y asociativa.

5.2 Técnicas

Con el fin de recopilar la información esencial para la investigación se elaboraron 7 cuestionarios, los cuales fueron aplicados directamente por el autor de la investigación de la siguiente forma:

Las encuestas: Se aplicaron a los actores de la cadena de valor: proveedores, productores, acopiadores, transformadores y comercializadores, con el fin de obtener variables y características para analizar la cadena de valor del café en los cantones Balsas y Marcabelí.

Las entrevistas: se aplicó a los actores directos e indirectos de la cadena de valor, como: presidentes de las asociaciones, técnicos del MAG, presidentes de las juntas parroquiales de los cantones Balsas y Marcabelí, quienes aportaron con información importante para este estudio.

5.3 Muestra

Se utilizó muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que, gran parte de los actores de la cadena de valor se encuentran en zonas rurales del cantón, que son de difícil acceso debido al mal estado de las vías y a la predisposición de los actores para brindar la información necesaria; además, se empleó la técnica de bola de nieve, ya que luego de encuestar a un productor, se obtuvo información sobre personas con características productivas similares, por lo que se ampliaba el rango de información.

5.4 Procedimiento

En primera instancia se desarrollará relaciones con diferentes expertos en el tema administrativo, de la producción y comercialización del café; además, de recolectar información de instituciones que coadyuvan al desarrollo del cultivo, de asociaciones, productores y comercializadores del café en los cantones Balsas y Marcabelí; en esta instancia se conocerá cuantos, de los productores de café, pertenecen a una asociación y cuántos no pertenecen.

Para el desarrollo de la investigación se hará uso de la metodología ValueLinks, constituye un proceso a seguir en el fomento de cadenas de valor que está totalmente orientada a la acción.

El know-how (saber-hacer) es un conjunto de conocimientos técnicos y administrativos que son indispensables para conducir un proceso comercial y que no están protegidos por una patente, pero son determinantes para el éxito comercial de una empresa, será recopilado mediante el análisis de experiencias de la vida real.

Por lo que se procederá conforme establece la Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor permitiendo revisar distintos enfoques hacia la CV, que servirá como medio de enlace para la recopilación de datos e información. Además, esta guía proporciona varios diagramas, cuadros de texto y cuadros que presentan conceptos clave para el mapeo, siendo un factor determinante en el análisis de resultados inmediatos relacionados con la caracterización.

Una vez obtenida la información con la ayuda de herramientas informáticas se procederá a tabular e interpretar la información, así mismo se graficará la cadena de valor de quienes están asociados, así como de los que no pertenecen a las asociaciones.

Con el análisis de las encuestas se desarrollará la comparación de las modalidades tradicional y asociativa; además, de caracterizar la cadena de valor en la producción y comercialización del café en los cantones Balsas y Marcabelí, provincia de El Oro.

Finalmente describir resultados y presentarlos.

5.5 Población y muestra

Según el (INEC, 2001), el cantón Balsas cuenta con 535 personas que se dedican a actividades de la agricultura. El cantón Marcabelí cuenta con 380 personas dedicadas a la agricultura (INEC, 2001), sin embargo se utilizó muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que, gran parte de los actores de la cadena de valor se encuentran en zonas rurales del cantón, que son de difícil acceso debido al mal estado de las vías y a la predisposición de los actores para brindar la información necesaria; además, se empleó la técnica de bola de nieve, ya que luego de encuestar a un productor, se obtuvo información sobre personas con características productivas similares, por lo que se ampliaba el rango de información.

7. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

7.1 Presupuesto

El presupuesto necesario para llevar a cabo el presente proyecto se lo detalla a continuación.

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Viajes técnicos			
Alimentación	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Hospedaje	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Transporte(gasolina)	6	\$ 5,00	\$ 30,00
Materiales y suministros			
Materiales de oficina	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Copias	200	\$ 0,05	\$ 10,00
Impresiones	150	\$ 0,10	\$ 15,00
Internet	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Laptop	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Flash memory	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Celular	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Sueldo del Autor			
Sueldo	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Imprevistos (Arreglo de carro)	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Total			\$ 1257,00

7.2 Financiamiento

El presupuesto para llevar a cabo la realización del proyecto tiene un valor de \$1257,00 dólares americanos, el cual será financiado en su totalidad por el autor del proyecto.

Anexo 2

Modelo de encuesta para Proveedores



UNL
Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta general para Proveedores

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información para el proyecto de investigación "Rol e impacto de las asociaciones de productores de café en el desarrollo territorial: caso zona 7 de Ecuador." de la Universidad Nacional de Loja. Agradecemos su colaboración.

1 Datos del Contacto Nro. _____

Nombre: _____

Nombre de la empresa: _____

Teléfono: _____

Dirección: _____

Parroquia/Ciudad/Cantón: _____

e-mail: _____

Datos generales.

2. Tipo de proveedor

Semilla Maquinaria Productos agropecuarios Otros _____

3. ¿De dónde provienen sus productos? **4. ¿Qué tipo de proveedor se considera?**

Mercado Nacional Minorista

Mercado Internacional Mayorista

5. ¿Necesita un permiso para vender en el mercado?

Sí No Si la respuesta es afirmativa, ¿Qué tipo de permiso? _____

6. ¿El local que utiliza para vender sus productos es? **7. ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad?**

Propio _____ Meses

Arrendado _____ Años

8. ¿Cuáles son los meses en los que vende en mayor cantidad?

Enero Abril Julio Octubre

Febrero Mayo Agosto Noviembre

Marzo Junio Septiembre Diciembre

9. ¿Qué tipo de garantía entrega a sus clientes?

Devoluciones por defectos Asistencia técnica Capacitaciones

10. ¿Qué forma de pago ofrece a sus clientes? **11. Los precios de venta los establece en base a:**

Efectivo Competencia

Crédito Demanda del producto

Transferencia bancaria Margen de utilidad

Pago con tarjeta de crédito Otros ¿Cuál? _____

12. ¿Qué tipo de acuerdo contractual tiene con sus clientes?

Relación contractual establecida formalmente

Relación esporádica no formal

Relación exclusiva

Proveedores de semilla

13. ¿Qué insumos vende? Especifíquelo en el siguiente cuadro

Tipo de materia prima vegetativa	Variedad Arábica/Robusta	Subvariedad	Precio por kilo/unidad	Propia/comprada	Unidades vendidas al mes
Semillas					
Plántulas de vivero					
Plántulas de regeneración					
Otro ¿Cuál?					

14. ¿Quiénes son sus principales clientes?

- Productores del cantón
 Productores de la provincia
 Ambos
 Otros _____

15. ¿Realiza inspecciones de las semillas?

- Si
 No

16. ¿Cuáles son los principales defectos que suele tener la semilla?

- Malformaciones
 Plagas
 Raíces débiles
 Otros, especifique _____

17. ¿Proporciona información sobre la semilla a sus clientes?

- Si
 No

18. Tipo de información que ofrece

- Nombre de la variedad
 Manejo de la semilla
 Otros _____
 Características de la producción
 Características del consumo

19. Clasifique si vende las semillas/plántulas en base a parámetros de calidad

- Si
 No

Si su respuesta es afirmativa, especifique los parámetros _____

Proveedores de Maquinaria

20. ¿Qué tipo de maquinaria ofrece? Especifique en el siguiente cuadro

	Maquinaria	Años de vida útil	Precio de venta
	Marquesinas		
	Sistemas de riego		
	Despulpadora		
	Reservorio		
	Molino		
	Tostadora		
	Balanza		
	Lavadora		
Otras			

21. ¿En dónde entrega al cliente la maquinaria?

- Distribuidora
 Domicilio

22. Si la entrega es a domicilio ¿Quién cubre los gastos del flete? _____

Proveedores de insumos agrícolas

23. ¿Qué tipo de insumos agrícolas ofrece?

	Insumo utilizado	Tipo/ Nombre	Precio por kilo/ unidad	Cantidad vendida por mes (kilos)
	Herbicidas			
	Abono			
	Fertilizantes			
	Inseticidas			
	Fungicidas			
Otro				

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Anexo 3

Modelo de encuesta para Productores


UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Encuesta general para Productores

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información para el proyecto de investigación "Rol e impacto de las asociaciones de productores de café en el desarrollo territorial: caso zona 7 de Ecuador." de la Universidad Nacional de Loja. Agradecemos su colaboración.

1. Datos Generales Nro. _____
 Nombre: _____ Cédula de Ciudadanía: _____
 Fecha de nacimiento: _____ Dirección: _____
 Nombre de la finca: _____ Teléfono: _____
 Parroquia/Ciudad/Cantón: _____

2. ¿Cuál es el tipo de tenencia del terreno de cultivo? Privada Comunal Estatal
 3. En caso de ser PRIVADA, esta es: Propia Arrendada Otra _____

4. ¿Cuál es la dimensión de su terreno de cultivo? _____ hectáreas
 5. ¿Cuál es el número de hectáreas destinadas a la producción de café? _____ hectáreas

6. ¿Cuántas plantas tiene sembradas por hectárea? _____ plantas de café
 7. Indique todos los cultivos que tiene en su finca y el porcentaje de ingresos que cada uno le genera

Cultivo	Porcentaje

8. ¿Con qué servicios públicos cuenta la finca?
 Electricidad Agua Teléfono

9. ¿Cuál fue el monto promedio de inversión para la producción anual de café? _____ Dólares
 10. Este monto ¿Fue propio, financiado o ambos? Propio Financiado Ambos

Institución	Tasa de Interés	Plazo

11. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación relacionada con la producción de café? Especifíquelo en el siguiente cuadro
 Sí No

Institución	Tema	¿Hace cuánto tiempo fue la capacitación?	Del 1 al 5 ¿Qué tan importante fue esta capacitación para su actividad?

12. ¿De dónde obtiene la materia prima para la producción de café?

Tipo de materia prima vegetativa	Variedad Arábica/Robusta/Otra	Subvariedad	Precio por kilo/unidad	Propia/comprada	Nombre del proveedor	Forma de acuerdo contractual	Teléfono
Semillas							
Plántulas de vivero							
Plántulas de regeneración							
Otro ¿Cuál?							

13. ¿Qué insumos agrícolas utiliza para la producción de una hectárea de café?

Insumo utilizado	Tipo (orgánico, agroquímico) / Nombre	Precio por kilo/unidad	Cantidad utilizada por Ha	Nombre del proveedor	Forma de acuerdo contractual	Teléfono
Matamontes						
Abono						
Fertilizantes						
Insecticidas						
Fungicidas						
Otro ¿Cuál?						

14. ¿Cuál es la edad promedio de su plantación de café? _____ Años

15. ¿Cada qué tiempo renueva dicho cultivo? _____ Años

16. ¿Cuál es el rendimiento en quintales por hectárea de café? _____ quintales

17. Su cultivo se desarrolla bajo condiciones de: Riego Temporal Ambos

18. ¿Cuántos trabajadores tiene?

Género	Número de trabajadores	Modalidad de trabajo			Cuántos son miembros de familia
		Permanentes	Ocasionales	Temporales	
Masculino					
Femenino					
Total de trabajadores					

19. ¿Qué beneficios les brinda aparte del salario?

- Alimentación Transporte Alojamiento Ninguno
 Otros _____

20. ¿Qué tipo de control sanitario utiliza durante el proceso de producción? ¿Con qué frecuencia se realizan esos controles?

Tipo de Control Sanitario	¿Quién realiza esos controles?						Frecuencia
	Técnico del MAG	Técnico del GAD parroquial	Técnico particular	Por cuenta propia	Otro	Otro	
Control de plagas							
Control de enfermedades							
Sombra							
Desinfección del suelo							
Otros							

21. En caso de hacerlo, ¿lleva un registro de este tipo de controles sanitarios aplicados? Sí No

22. ¿Qué maquinaria utiliza para transformar su producto? Y ¿hace cuantos años la adquirió?

Maquinaria	Tiempo de uso	Maquinaria	Tiempo de uso
Lavadora		Molino	
Marquesina		Balanza	
Despulpadora		Otro	
Tostadora			

23. ¿En qué estado vende el café ?

Estado	Precio de venta (qq)	Cantidad (qq)	Costo de producción (qq)	Nombre del Comprador/Tipo/Relación (acopiador, asociación, planta de procesamiento, comerciante)	Forma de acuerdo contractual	Nacional/Extranjero	Teléfono	Forma de pago (contado/crédito)
Cereza								
Despulpado								
Seco								
Tostado								
Molido								
Otro								

24. ¿Cuenta con una marca propia para el mercado? Sí No

25. ¿Su marca está patentada? Sí No

26. ¿Cuenta con registro sanitario? Sí No

27. ¿Cuenta con algún tipo de certificación? Sí No

¿Cuál? _____

28. ¿Ha ganado algún premio? Sí No

¿Cuál? _____

29. ¿Bajo qué exigencias de calidad vende su producto?

- Aroma del café Tamaño del grano Certificación de calidad
 Peso del café Color del tostado Otro _____

30. ¿Bajo que modalidad trabaja? Tradicional (individual) Asociativa

Nombre de la asociación _____

31. ¿Qué lo motivó a asociarse?

32. Si ha pertenecido a una asociación y actualmente no lo está, ¿Por qué dejó de pertenecer a ella?

33. ¿Recibe ayuda de otras instituciones? Sí No

Nombre de la Institución	¿Qué tipo de apoyo recibe? Ejm: capacitaciones, insumos, asistencia técnica, etc.

34. ¿A qué problemas se enfrenta como caficultor?

- Cambios climáticos Poco acceso a financiamiento Enfermedades en los cultivos
 Precios inestables Problemas de riego Otros _____

35. ¿Tiene otras fuentes de ingreso? Sí No

¿Cuáles? ¿En qué porcentaje? _____

36. ¿Aplica alguna práctica de cuidado del medio ambiente en sus procesos? Sí No

¿Cuál? _____

Información caficultor37. Género: Masculino Femenino38. Estado civil: Soltero/a Casado/a Divorciado/a
 Viudo/a Unión de hecho

39. ¿Cuántos años de estudio tiene? _____

40. ¿Cuántos hijos tiene? _____

41. ¿Cuántos de sus hijos estudian EGB? _____

42. ¿Cuántos de sus hijos estudian Bachillerato? _____

43. ¿Cuántos de sus hijos estudian la Universidad? _____

44. ¿Cuántos años ha trabajado como caficultor? _____

45. ¿Cuál es el tipo de vivienda que posee?

- Suite de lujo
 Cuarto(s) en casa de inquilinato
 Departamento en casa o edificio
 Casa/Villa
 Mediagua
 Rancho
 Chozas/ Covacha/Otro

46. El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:

- Hormigón
 Ladrillo o bloque
 Adobe/ Tapia
 Caña revestida o bahareque/ Madera
 Caña no revestida/ Otros materiales

47. El material predominante del piso de la vivienda es de:

- Duela, parquet, tablón o piso flotante
 Cerámica, baldosa, vinil o marmetón
 Ladrillo o cemento
 Tabla sin tratar
 Tierra/ Caña/ Otros materiales

48. ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?

- No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar
 Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha
 Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha
 Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha

49. El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:

- No tiene
 Letrina
 Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada
 Conectado a pozo ciego
 Conectado a pozo séptico
 Conectado a red pública de alcantarillado

50. ¿Tiene este hogar servicio de internet?

 Sí No

51. ¿Tiene computadora de escritorio?

 Sí No

52. ¿Tiene computadora portátil?

 Sí No

53. ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?

- No tiene celular nadie en el hogar
 Tiene 1 celular
 Tiene 2 celulares
 Tiene 3 celulares
 Tiene 4 ó más celulares

54. ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?

 Sí No

55. ¿Tiene cocina con horno?

 Sí No

56. ¿Tiene refrigeradora?

 Sí No

57. ¿Tiene lavadora?

 Sí No

58. ¿Tiene equipo de sonido?

 Sí No

59. ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?

- No tiene TV a color en el hogar
 Tiene 1 TV a color
 Tiene 2 TV a color
 Tiene 3 ó más TV a color

60. ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?

- No tiene vehículo exclusivo para el hogar
 Tiene 1 vehículo exclusivo
 Tiene 2 vehículos exclusivos
 Tiene 3 ó más vehículos exclusivos

61. ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?

 Sí No

62. ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?

 Sí No

63. ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?

 Sí No

64. ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?

 Sí No

65. Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?

 Sí No

66. ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino)?

 Sí No

67. ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con/sin hospitalización, seguro internacional, municipal, de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?

 Sí No

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Anexo 4

Modelo de encuesta para acopiadores



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA Encuesta a los acopiadores

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información para el proyecto de investigación "Rol e impacto de las asociaciones de productores de café en el desarrollo territorial: caso zona 7 de Ecuador." de la Universidad Nacional de Loja. Agradecemos su colaboración.

1. Datos del Contacto Nro. _____

Nombre: _____

Nombre de la empresa: _____

Teléfono: _____

Dirección: _____

Parroquia/Ciudad/Cantón: _____

e-mail: _____

Datos generales.

2. ¿Cuántos centros de acopio hay en la zona? 1 2 3 4

3. ¿Usted cuenta con un área de almacenamiento propia o arrendada? Propia Arrendada

4. ¿Cuál es la dimensión de su centro de acopio?
 Hectáreas _____ Metros cuadrados _____

5. ¿Con qué otro miembro de la cadena se relaciona?
 Proveedores de insumos Transformador (Tostado/molido)
 Productor Vendedor
 Intermediario Cliente

6. ¿Cuál es la procedencia del café que usted acopia?
 De la misma parroquia
 De parroquias aledañas ¿Cuáles? _____
 De otro cantón ¿Cuáles? _____
 De otra provincia ¿Cuáles? _____

7. ¿En qué estado usted acopia el café?
 Cereza Tostado
 Despulpado Molido
 Seco Otros

8. ¿Usted procesa o transforma el producto antes de comercializarlo? Si No

10. ¿Cuál es su forma de trabajo?

Solo	
En familia	
Asociado	
Como empresa	

11. ¿Cuántas personas trabajan para usted?
 _____ personas

12. ¿A que empresas vende el producto?

13. ¿Qué tipo de acuerdo contractual tiene con estas?

Empresas	Relación contractual establecida formalmente	Relación esporádica no formal	Relación exclusiva

14. ¿Usted exporta el producto?

Sí No

¿A dónde? _____

15. ¿En cuánto compra el quintal de café?

_____ dólares

16. ¿En cuánto vende el quintal del producto?

_____ dólares

17. ¿Cuál es su forma de pago al comprar el quintal de café?

Contado

Cheque

Crédito

Letra de cambio

18. ¿Recibe apoyo de alguna organización?

Sí

No

¿De qué organización? _____

19. ¿Cómo lo apoyan las instituciones pública?

20. ¿Qué dificultades encuentra como acopiador miembro de esta cadena?

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Anexo 5

Modelo de encuesta para Transformadores



unl

Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta general para los Transformadores

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información para el proyecto de investigación "Rol e impacto de las asociaciones de productores de café en el desarrollo territorial: caso zona 7 de Ecuador." de la Universidad Nacional de Loja. Agradecemos su colaboración.

1. Datos del Contacto	Nro. _____
Nombre: _____	
Nombre de la empresa: _____	
Teléfono: _____	
Dirección: _____	
Parroquia/Ciudad/Cantón: _____	
e-mail: _____	

2. ¿A qué empresas compra la materia prima?	3. ¿Qué tipo de acuerdo contractual tiene con estas?		
Empresas (Productor independiente/Acopiadores independientes/Acopiadores asociados/Otros)	Relación contractual establecida formalmente	Relación esporádica no formal	Relación exclusiva

4. ¿La transacción de compra de materia prima la efectúa con facturas? Sí No

5. ¿A qué precio compra el café (por quintal)?
Precio de compra/quintal _____

6. ¿Lleva un registro de la compra del café? Sí No

7. ¿Qué documento respalda la compra de la materia prima?
 Facturas Letra de cambio Nota de venta Otro _____

8. ¿Qué exigencias de calidad tiene con sus proveedores?
 Aroma del café Tamaño del grano Certificación de calidad
 Peso del café Color del tostado Otro _____

9. ¿Lleva un registro de la compra de insumos para el procesamiento del café? Sí No

10. ¿Cuenta con una marca propia para el mercado? Sí No
¿Cuál? _____

11. ¿Cuántas personas trabajan para usted? _____ personas

12. ¿Qué tipo de equipo utiliza para el procesamiento del café?
 Piladoras de grano seco Molino industrial
 Despulpadora (desmucilagador) Balanza electrónica
 Otros _____

13. ¿Qué líneas de producto basado en café tiene? (uno o más productos o subproductos)
 Café tostado Tintura de café Otros _____
 Café tostado y molido Licor

14. ¿Cuál es la capacidad de su empresa de transformación diaria de café en quintales?
_____ quintales

15. ¿A qué precio vende el café (por quintal)? _____ Precio de venta/quintal

16. En promedio, ¿qué cantidad de café compra al año?
_____ quintales

17. ¿Cómo financia su actividad productiva?
 Capital propio Crédito con instituciones financieras Ambos

Institución	Tasa de Interés	Plazo

18. ¿De qué manera lleva su contabilidad?

- Tiene una Contadora encargada de llevar la Contabilidad
 Usted lleva las cuentas de la empresa de manera empírica
 No lleva ningún registro contable

19. ¿Con qué tipo de documentación escrita cuenta para el proceso de producción?

- Planes de producción
 Planes de venta
 No lleva ningún tipo de documentación para el proceso de producción
 Otros _____

20. ¿Qué exigencias de calidad establecen sus clientes?

- Aroma del café Tamaño del grano Certificación de calidad
 Peso del café Color del tostado Otro _____

21. ¿Qué problemas de calidad tiene con mayor frecuencia?

- Aroma del café Peso del café
 Color del tostado Otro _____

22. ¿A qué mercados vende su producto? Especifique su destino

- Nacional Internacional
 ¿Cuál? _____ ¿Cuál? _____

23. ¿A qué empresas vende el producto?

24. ¿Qué tipo de acuerdo contractual tiene con estas?

Empresas	Relación contractual establecida formalmente	Relación esporádica no formal	Relación exclusiva

25. ¿Qué dificultades encuentra como parte de la cadena?

- Calidad de la materia prima Comercialización
 Abastecimiento Otros.....

26. ¿Recibe asesoramiento técnico por parte de alguna de estas organizaciones públicas?

- MAG. GAD. PARROQUIALES
 ASOCIACIÓN, en caso de estar asociado especifique la asociación _____
 Otras _____

27. ¿Cómo maneja los desechos de la planta?

- Abono orgánico Subproducto Desecho

28. ¿Cuántos años tiene la empresa?

_____ años

29. ¿Cuál es su proyección?

- Vender a la provincia, etc..
 Vender a nivel nacional
 Vender a nivel internacional (exportación).
 Otros _____

30. ¿Cuáles son las principales instituciones que regulan los procesos llevados a cabo en su empresa?

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Anexo 6

Modelo de encuesta para Comercializadores


UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Encuesta general para Comerciantes

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información para el proyecto de investigación "Rol e impacto de las asociaciones de productores de café en el desarrollo territorial: caso zona 7 de Ecuador." de la Universidad Nacional de Loja. Agradecemos su colaboración.

1. Datos del Contacto		Nro. _____	
Nombre: _____	Cédula de Ciudadanía: _____		
Edad: _____	Teléfono: _____		
Nombre de la entidad: _____	Fecha de nacimiento: _____		
Dirección: _____	Nivel de educación: _____		
Ciudad/Provincia: _____	Estado civil _____		
e-mail: _____	<input type="checkbox"/> RUC	<input type="checkbox"/> RISE	<input type="checkbox"/> Ninguno _____

2. ¿A qué empresas compra el café?

Nombre Empresas (Productor independiente/Acopiadores independientes/Acopiadores asociados/Otros)	Estado	Tipo de acuerdo contractual	Variedad de café	Precio por quintal	Lugar de origen

3. ¿A qué empresas vende el café?

Nombre Empresas (Productor independiente/Acopiadores independientes/Acopiadores asociados/Otros)	Estado	Tipo de acuerdo contractual	Variedad de café	Precio de venta por quintal	Lugar de destino

4. ¿Cuáles son los plazos y forma de pago para sus clientes?

Forma de pago	Plazo
<input type="checkbox"/> Efectivo	
<input type="checkbox"/> Tarjeta	
<input type="checkbox"/> Cheque	
<input type="checkbox"/> Letra de cambio	

5. ¿Vende el café al por menor? Si No**6. ¿Bajo qué marca o marcas vende el café al por menor?**

7. ¿Utiliza documentos como facturas o notas de venta para la venta de sus productos?
 Si No

¿Por qué? _____

8. De la venta de café al por menor indique:

Estado en que vende el café	Promedio de libras mensual	Variedad de café	Precio de venta de libra

9. ¿Qué exigencias de calidad tienen sus compradores?

Aroma del café

Tamaño del grano

Certificación de calidad

Peso del café

Color del tostado

Otro _____

10. ¿Qué dificultades encuentra ud. como comercializador miembro de esta cadena?

11. ¿Qué sugiere usted como comerciante para el desarrollo comercial del sector cafetalero

Fecha: __/__/__

Firma: _____

Anexo 7

Modelo de entrevistas

Entrevista para presidentes de asociaciones de caficultores

- Nombre.....
- Nombre de la Asociación
- Ubicación.....
- Teléfono.....
- Correo electrónico.....
- Fecha de creación.....
- ¿Con cuántos socios iniciaron?
- ¿Cuántos socios tienen ahora?
- ¿Por cuánto tiempo está en la Presidencia?
- ¿Tienen Estatutos? Si No
1. ¿Cuánto tiempo dura la Presidencia?
 2. ¿Cuáles son los objetivos que tiene la Asociación?
 3. ¿Se han cumplido los objetivos?
 4. ¿Qué objetivo(s) ha(n) sido difícil(es) de lograr(s)?
 5. ¿Quiénes conforman la junta directiva?
 6. ¿Cada qué tiempo se reúne la directiva?
 7. ¿Cómo está formada la estructura organizacional?
 8. ¿Cómo se toman las decisiones?
 9. ¿Qué tipo de asesores le orientan? (Contador, Abogado, Técnico, Ing. En Agricultura, otro.)
 10. ¿Cada qué tiempo realizan las Asambleas?
 11. ¿Qué beneficios tienen los Asociados?
 12. ¿Cuáles son los requisitos para ser Socios?
 13. ¿Cuáles son las causas por las que se retiran los socios de la Asociación? ¿Qué trámites realizan para su retiro?
 14. ¿Qué problemas tienen los caficultores?
 15. ¿Qué tipo de actores tienen en sus manos la solución de estos problemas?
 16. ¿Qué tipo de financiamiento tienen para sus actividades? (Asociación)
 17. ¿De qué organizaciones reciben apoyo para sus actividades?
 18. ¿En qué estado reciben el café?
 19. ¿Tienen una marca? Si.....
Cuál.....No.....
 20. ¿La marca está registrada? Si..... No..... Por qué.....
 21. ¿La marca está patentada? Si.....No.....Por qué.....
 22. ¿Tienen registro sanitario?
 23. ¿Cuentan con algún tipo de certificación?
 24. ¿Llevan un sistema de trazabilidad? ¿Qué herramientas utilizan?
 25. ¿Se organizan ferias / exposiciones? Si..... Cada qué tiempo.....No
¿Por qué?.....
 26. ¿Capacitan a sus asociados? Si..... En qué temas.....
Quién.....

- Cuánto tiempo..... ¿Es obligatorio?

27. ¿Las Ventas son regulares? ¿Qué forma contractual tienen con sus compradores?
 ¿Quiénes son sus principales clientes?
 28. ¿En qué estado venden el café?
 29. ¿Se organizan reuniones entre vendedores y compradores? Si.....Cada
 qué tiempo.....No.....
 30. ¿Qué tipos de tecnologías utilizan?
 31. ¿Han determinado los costos de Producción y Operación?
 32. ¿Llevan contabilidad? Si.....No.....Por qué?.....
 33. ¿Cómo establecen los precios?

Entrevista para presidentes de municipios – juntas parroquiales

Nombre.....

Teléfono.....

Correo electrónico.....

Ubicación.....

1. ¿Qué opinión tiene sobre la producción cafetalera en su área de influencia?
2. ¿Conoce cuántas familias viven de esa actividad?
3. ¿Se ha realizado algún censo para conocer la realidad de esta actividad económica? Si.....No.....
4. ¿Conoce los problemas que tiene este sector? Si.....
 Enliste.....No....
5. ¿Qué apoyo brinda a ese sector?
6. ¿Conoce si existen organizaciones que apoyan a este sector? Si.....
 ¿Cuáles?
7. ¿Qué actividades se compromete a realizar de lo que queda de su periodo a beneficio de este sector?

Entrevista para técnicos del MAG.

Nombre.....

Teléfono.....

Correo electrónico.....

Ubicación.....

1. ¿Qué opinión tiene sobre la producción cafetalera en su área de influencia?
2. ¿Conoce cuántas familias viven de esa actividad?
3. ¿Se ha realizado algún censo para conocer la realidad de esta actividad económica? Si.....No.....
4. ¿Conoce los problemas que tiene este sector? Si.....
 Enliste.....No....
5. ¿Qué apoyo brinda a ese sector?

6. ¿Conoce si existen organizaciones que apoyan a este sector? Si.....
¿Cuáles?
7. ¿Tienen algún objetivo en este campo para el 2020?
8. ¿A quién reporta sus actividades?
9. ¿Mantiene reuniones con los involucrados (productores, compradores, otros)?
10. ¿Cada qué tiempo se reúne con ellos?

Entrevista para instituciones de apoyo

Nombre de la institución.....

Dirección.....

Representante.....

Cargo.....

Teléfono:.....

- 1. ¿Cuáles son los objetivos institucionales?**
- 2. ¿Tienen en ejecución un proyecto de apoyo a la cadena de valor del café?**
Nombre del proyecto
- 3. ¿Cuáles son los objetivos del proyecto?**
- 4. ¿Desde cuándo se encuentra en ejecución? ¿Cuándo se tiene previsto finalizarlo?**
- 5. ¿Qué tipo de apoyo o servicios se ofrece al sector cafetalero?**
- 6. ¿Con qué actores de la cadena se relaciona más?**
 - Proveedores
 - Productores
 - Intermediarios/ Comerciantes
 - Transformadores
 - Consumidor final
- 7. ¿Cómo financian los servicios ofrecidos?**
 - Del estado
 - Empresas particulares
- 8. ¿Cobran por los servicios prestados?**
 - Si
 - No
- 9. ¿Cuánto personal dedica al apoyo del proyecto?**
- 10. ¿Qué perfil/especialidad tiene este personal?**
- 11. ¿Qué presupuesto anual tienen asignado para el proyecto?**
 - \$1-\$300.000
 - \$300.001-\$600.000
 - \$600.001-\$900.000
 - \$900.001-1'000.000
 - \$1'000.001 – a más
- 12. ¿Qué tiempo tiene apoyando el proyecto?**
 - 1-5 años
 - 6-10 años
 - 11-15 años
 - 16- 20 años
- 13. ¿Qué logros considera que han alcanzado en el sector cafetalero, hasta el momento?**

- Productividad
- Calidad
- Reconocimiento
- Tecnificación y capacitación

14. ¿Qué dificultades encuentra para ofrecer un mejor apoyo o servicio?

- Falta de recursos
- Resistencia al cambio
- Dificultad para llegar a los diferentes lugares

15. ¿Qué otras instituciones creen usted que deberían apoyar?

16. ¿Qué potencialidades identifica en el sector cafetalero?

- Productos de calidad
- Buenas técnicas de cultivo
- Necesidad de cambio
- Productores comprometidos
- Cadena de valor bien estructurada

17. ¿Qué sugiere para lograr mejores resultados de la cadena?

Anexos de productores de los cantones Balsas y Marcabelí

Tabulación de productores del cantón Balsas

Anexo 8

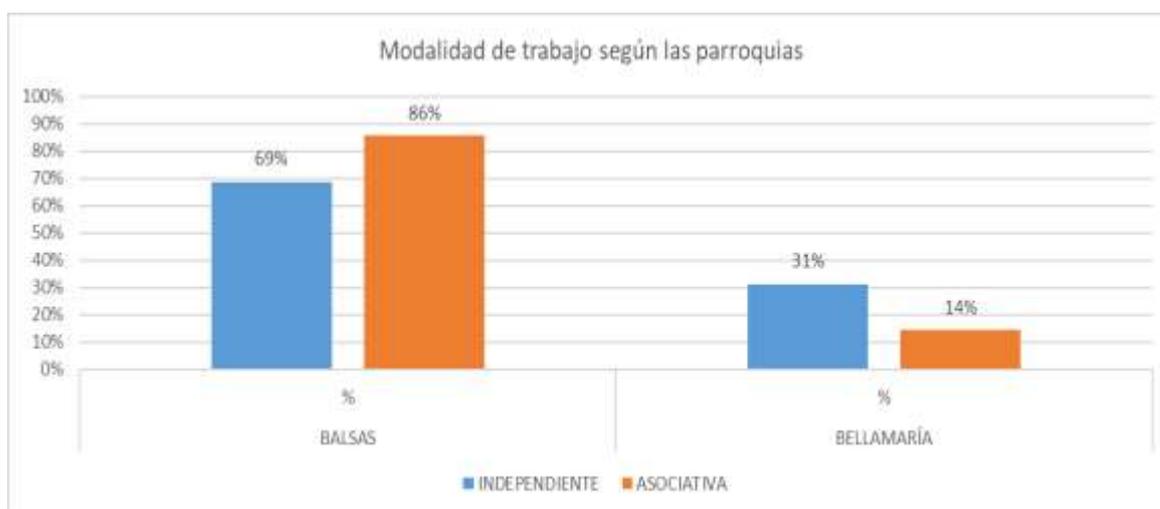
Tabla 30: Modalidad de trabajo según las parroquias

PARROQUIA	BALSAS		BELLAMARÍA		TOTAL	
MODALIDAD DE TRABAJO	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	11	69%	5	31%	16	70%
ASOCIATIVA	6	86%	1	14%	7	30%
TOTAL	17	74%	6	26%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 1: Modalidad de trabajo según las parroquias



Fuente: Tabla 30

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 9

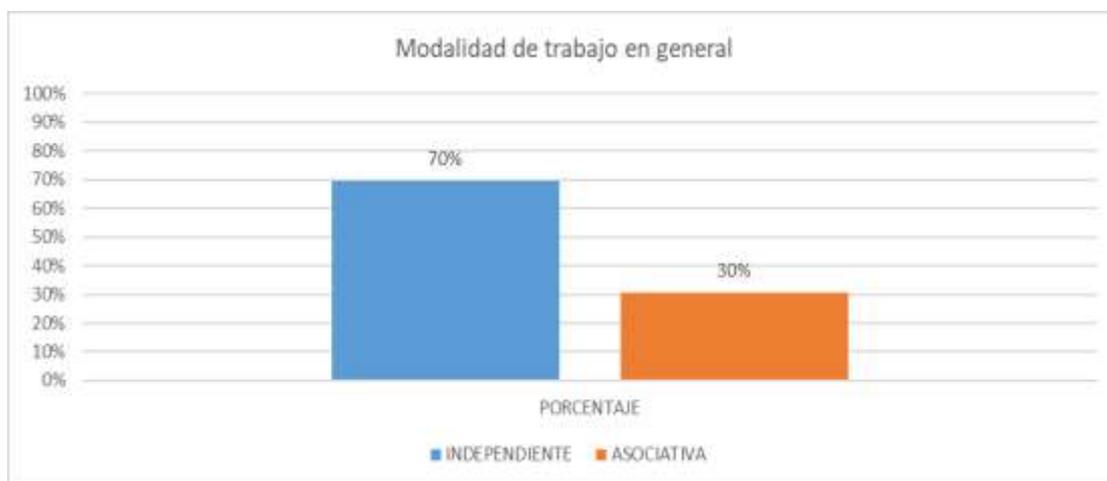
Tabla 31: Modalidad de trabajo en general

MODALIDAD DE TRABAJO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INDEPENDIENTE	17	74%
ASOCIATIVA	6	26%
TOTAL	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 2: Modalidad de trabajo en general



Fuente: Tabla 31

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 10

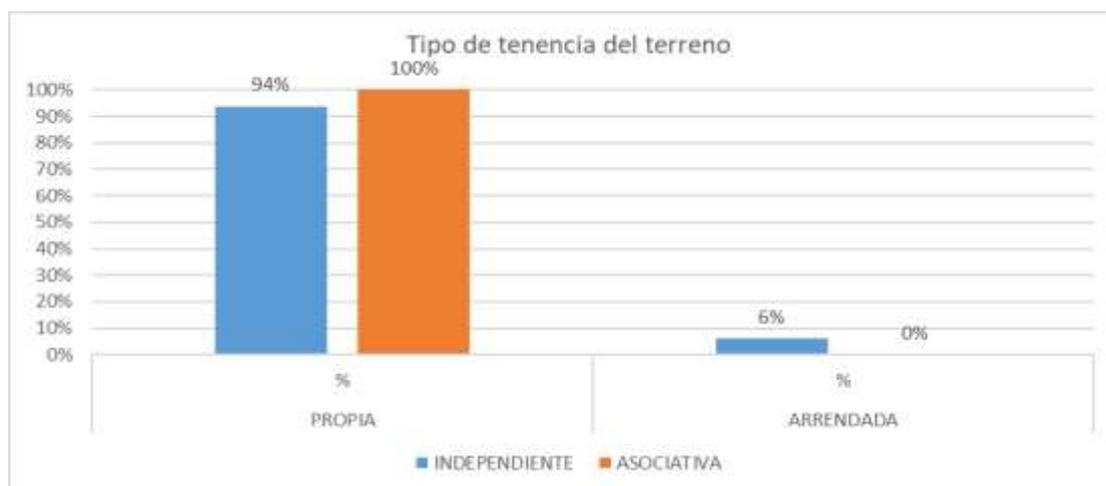
Tabla 32: Tipo de tenencia del terreno

VARIABLE	PROPIA		ARRENDADA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	15	94%	1	6%	16	70%
ASOCIATIVA	7	100%	0	0%	7	30%
TOTAL	22	96%	1	4%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 3: Tipo de tenencia del terreno



Fuente: Tabla 32

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 11

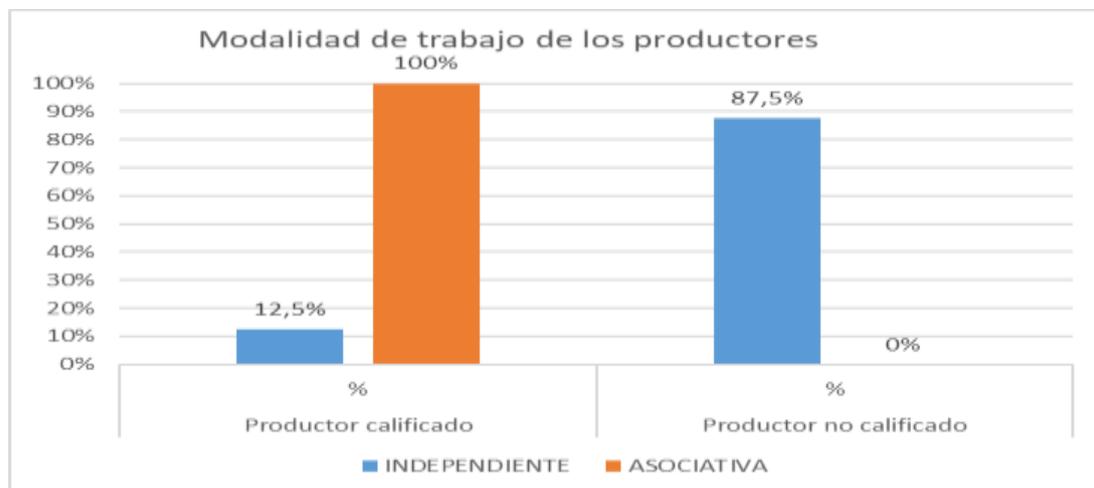
Tabla 33: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo

VARIABLE	Productor calificado		Productor no calificado		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	12,5%	14	87,5%	16	70%
ASOCIATIVA	7	100%	0	0%	7	30%
TOTAL	9	39%	14	61%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 4: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo



Fuente: Tabla 33

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 12

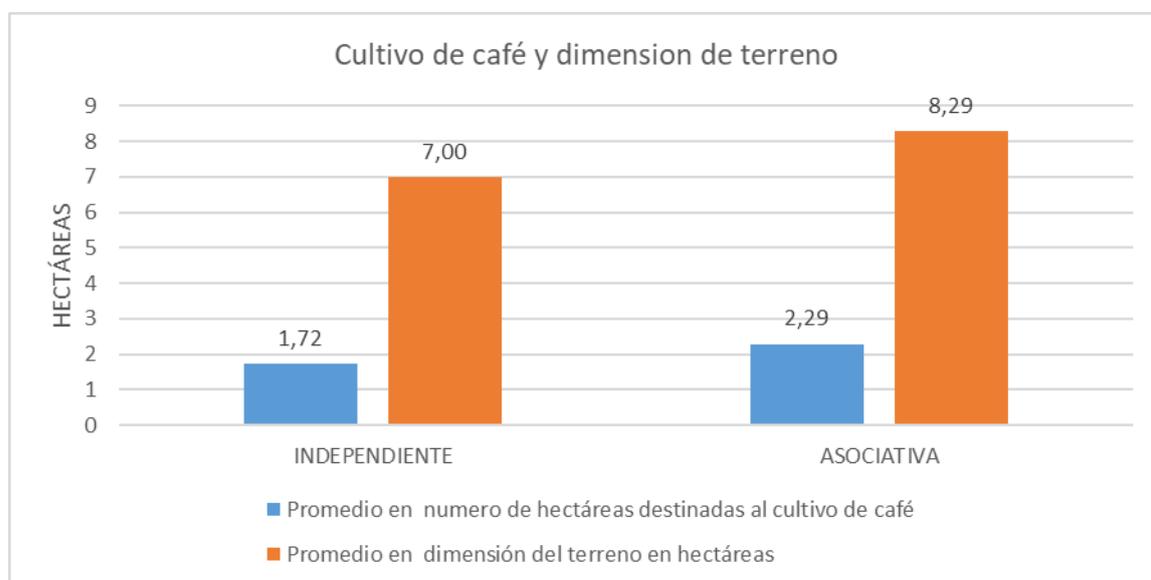
Tabla 34: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno

VARIABLE	Promedio en número de hectáreas destinadas al cultivo de café	Promedio en dimensión del terreno en hectáreas
MODALIDAD		
INDEPENDIENTE	1,72	7,00
ASOCIATIVA	2,29	8,29
TOTAL	1,89	7,39

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 5: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno



Fuente: Tabla 34

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 13

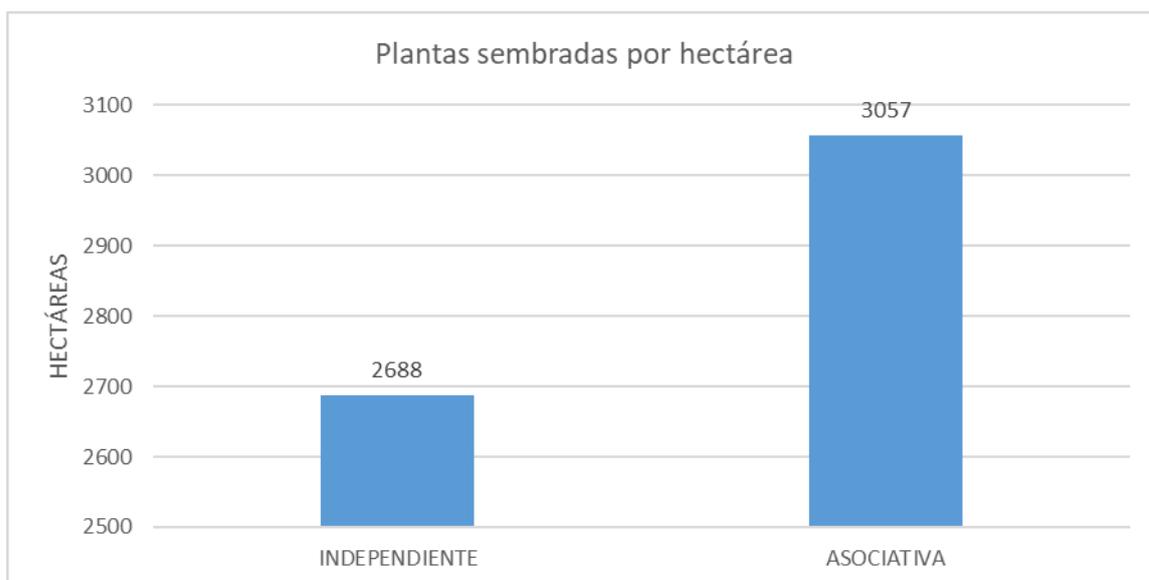
Tabla 35: Promedio de plantas sembradas por hectárea

VARIABLE	Promedio de plantas sembradas por hectárea
MODALIDAD	
INDEPENDIENTE	2688
ASOCIATIVA	3057
TOTAL	2800

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 6: Promedio de plantas sembradas por hectárea



Fuente: Tabla 35

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 14

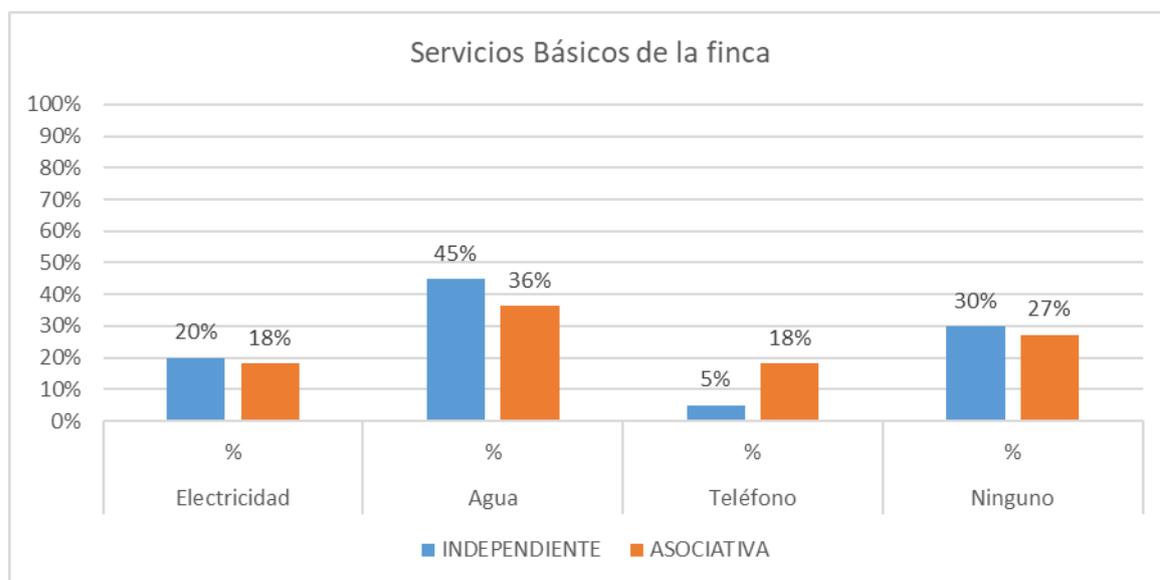
Tabla 36: Servicios Básicos con los que cuenta la finca

VARIABLE	Electricidad		Agua		Teléfono		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	4	20%	9	45%	1	5%	6	30%	20	65%
ASOCIATIVA	2	18%	4	36%	2	18%	3	27%	11	35%
TOTAL	6	19%	13	42%	3	10%	9	29%	31	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 7: Servicios Básicos con los que cuenta la finca



Fuente: Tabla 36

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 15

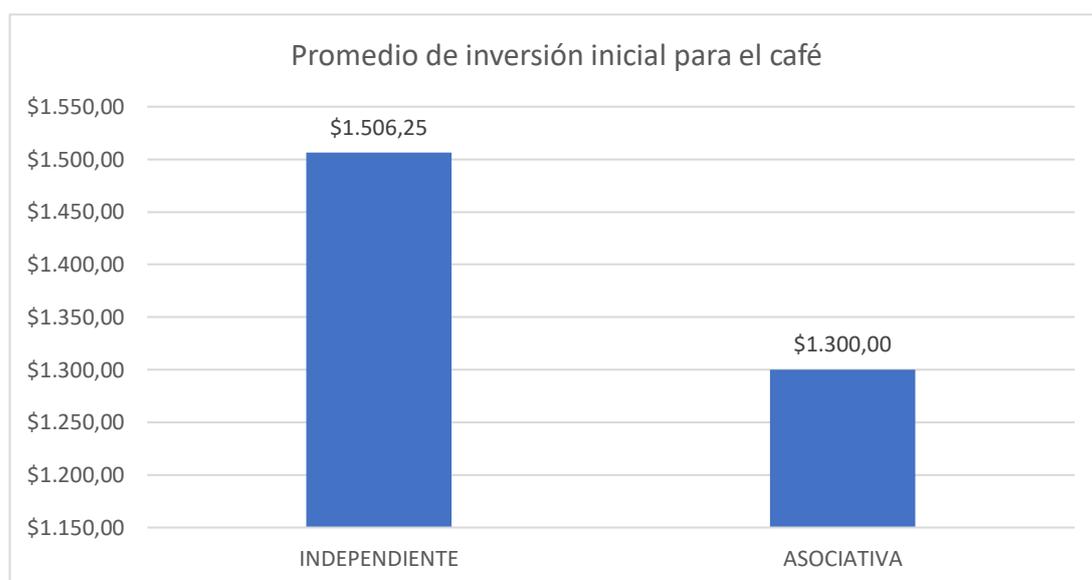
Tabla 37: Promedio de la inversión inicial para la producción de café

VARIABLE	Promedio de inversión inicial para el café
MODALIDAD	
INDEPENDIENTE	1506
ASOCIATIVA	1300
TOTAL	1443

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 8: Promedio de la inversión inicial para la producción de café



Fuente: Tabla 37

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 16

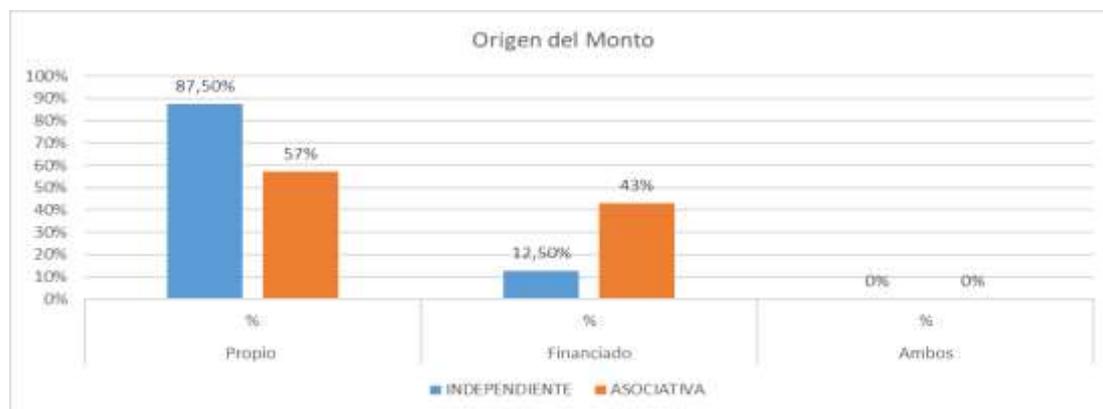
Tabla 38: Tipo de financiamiento de la inversión

VARIABLE	Propio		Financiado		Ambos		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	14	87,50%	2	12,50%	0	0%	16	70%
ASOCIATIVA	4	57%	3	43%	0	0%	7	30%
TOTAL	18	78%	5	22%	0	0%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 9: Tipo de financiamiento de la inversión



Fuente: Tabla 38

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 17

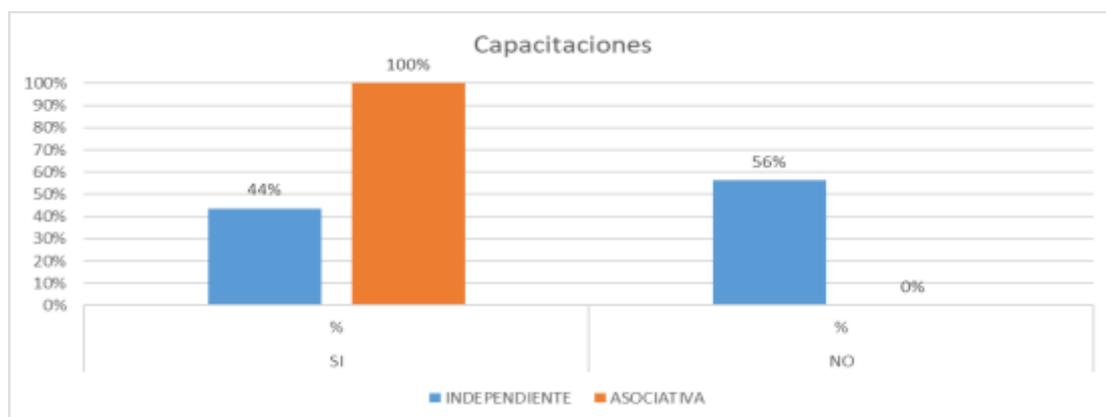
Tabla 39: Capacitación recibida

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	7	44%	9	56%	16	70%
ASOCIATIVA	7	100%	0	0%	7	30%
TOTAL	14	61%	9	39%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 10: Capacitación recibida



Fuente: Tabla 39

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 18

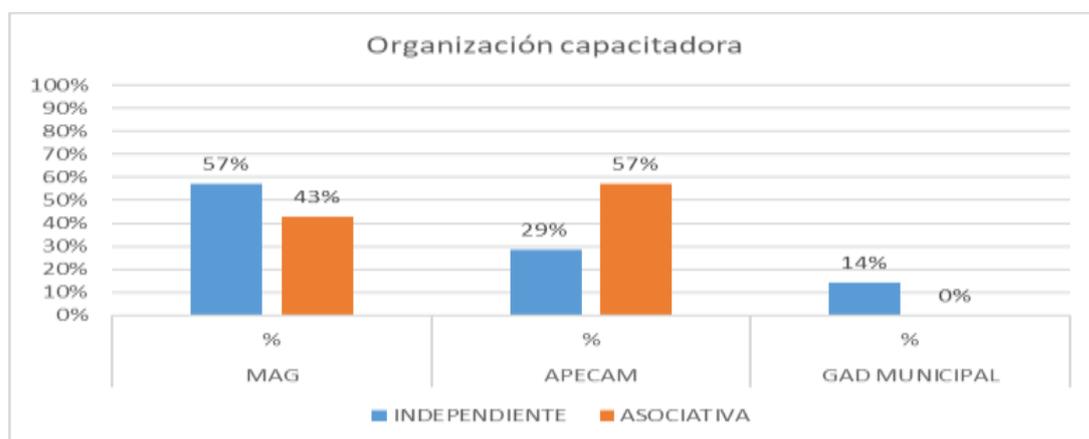
Tabla 40: Organización Capacitadora

VARIABLE	MAG		APECAM		GAD MUNICIPAL		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	4	57%	2	29%	1	14%	7	50%
ASOCIATIVA	3	43%	4	57%	0	0%	7	50%
TOTAL	7	50%	6	43%	1	7%	14	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 11: Organización Capacitadora



Fuente: Tabla 40

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 19

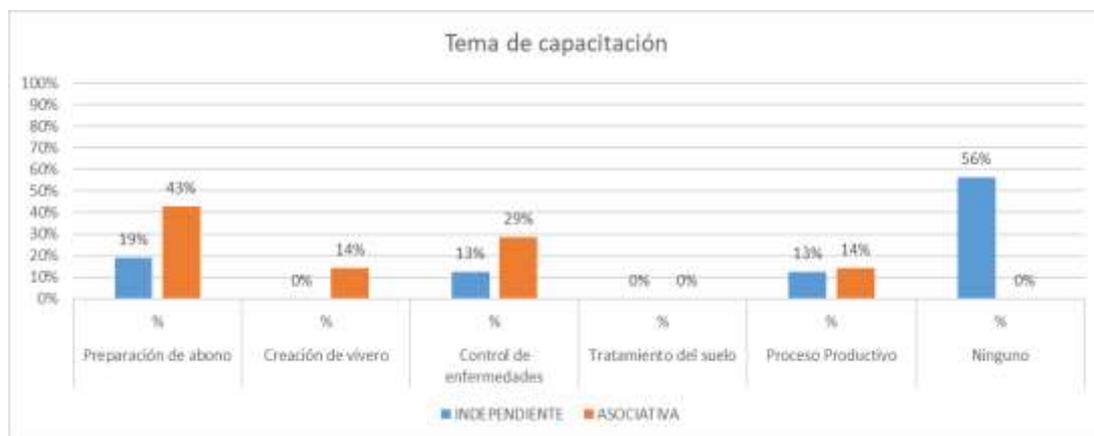
Tabla 41: Tema de capacitación

VARIABLE	Preparación de abono		Creación de vivero		Control de enfermedades		Tratamiento del suelo		Proceso Productivo		Ninguno		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	19%	0	0%	2	13%	0	0%	2	13%	9	56%	16	70%
ASOCIATIVA	3	43%	1	14%	2	29%	0	0%	1	14%	0	0%	7	30%
TOTAL	6	26%	1	4%	4	17%	0	0%	3	13%	9	39%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 12: Tema de capacitación



Fuente: Tabla 41

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 20

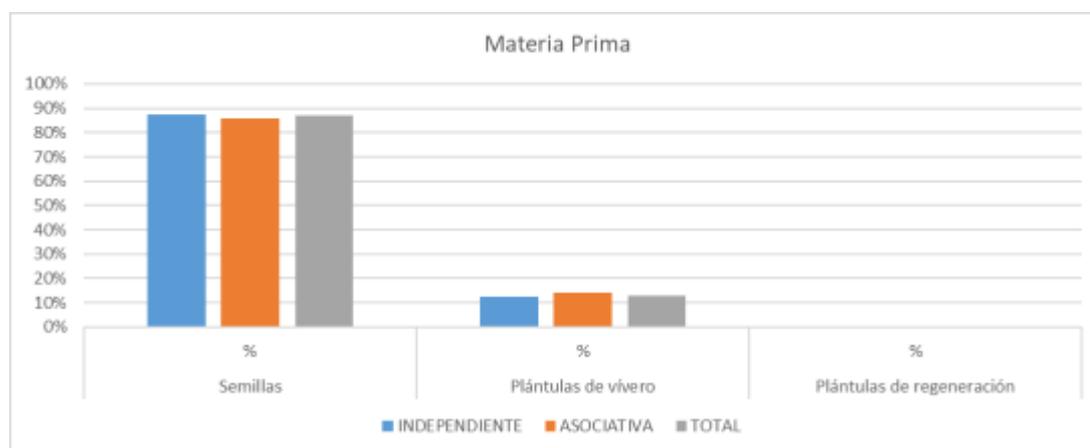
Tabla 42: Tipo de materia prima Vegetativa

VARIABLE	Semillas		Plántulas de vivero		Plántulas de regeneración		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	14	87,5%	2	12,5%	0	0%	16	70%
ASOCIATIVA	6	86%	1	14%	0	0%	7	30%
TOTAL	20	87%	3	13%	0	0%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 13: Tipo de materia prima Vegetativa



Fuente: Tabla 42

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 21

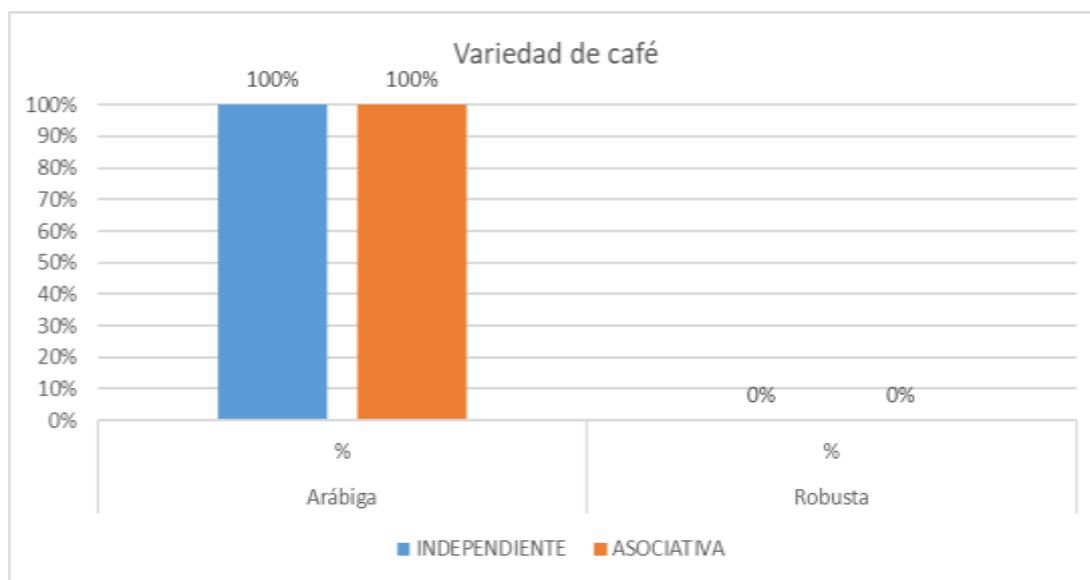
Tabla 43: Tipo de variedad de Café

VARIABLE	Arábica		Robusta		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	16	100%	0	0%	16	70%
ASOCIATIVA	7	100%	0	0%	7	30%
TOTAL	23	100%	0	0%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 14: Tipo de variedad de Café



Fuente: Tabla 43

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 22

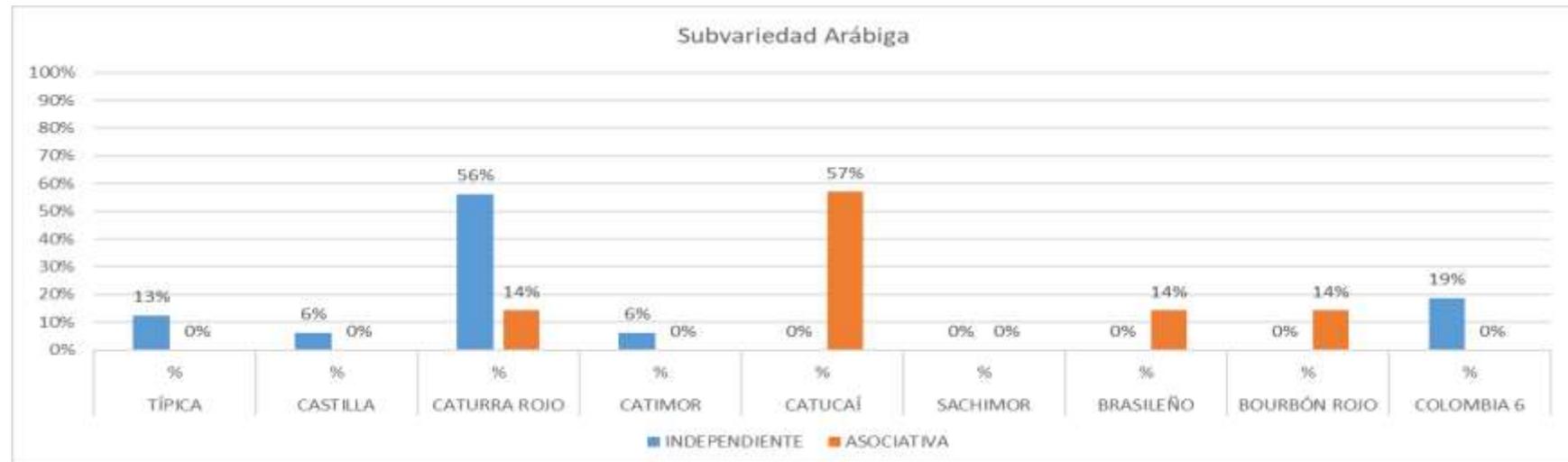
Tabla 44: Subvariedades de café (Arábica)

VARIABLE	TÍPICA		CASTILLA		CATURRA ROJO		CATIMOR		CATUCAÍ		SACHIMOR		BRASILEÑO		BOURBÓN ROJO		COLOMBIA 6		TOTAL			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
INDEPENDIENTE	2	13%	1	6%	9	56%	1	6%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	19%	16	70%
ASOCIATIVA	0	0%	0	0%	1	14%	0	0%	4	57%	0	0%	1	14%	1	14%	0	0%	0	0%	7	30%
TOTAL	2	9%	1	4%	10	43%	1	4%	4	17%	0	0%	1	4%	1	4%	3	13%	23	100%		

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 15: Subvariedades de café (Arábica)



Fuente: Tabla 44

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 23

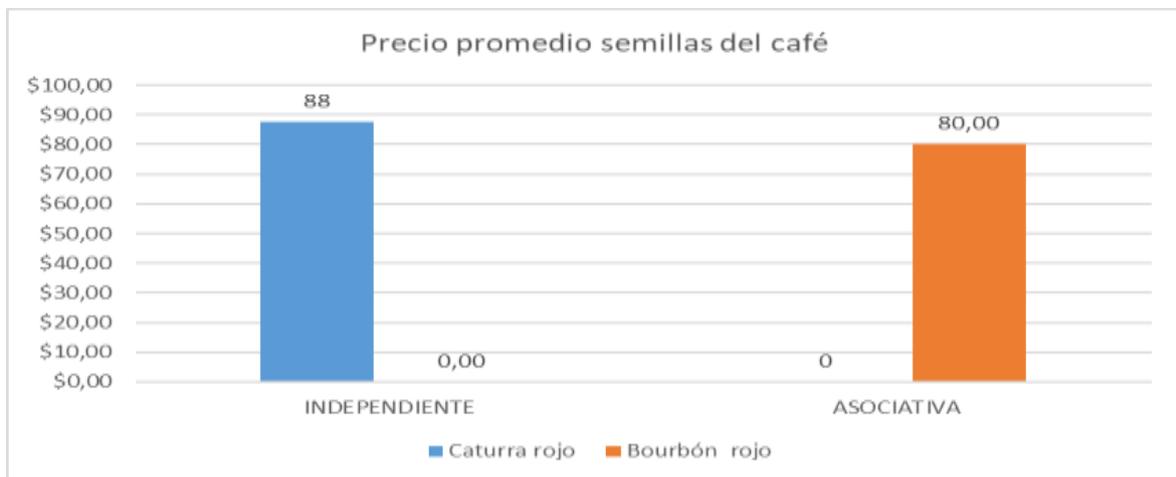
Tabla 45: Precio promedio de semilla de café por kg

VARIABLE	Caturra rojo	Bourbón rojo
MODALIDAD		
INDEPENDIENTE	88	0,00
ASOCIATIVA	0	80,00
TOTAL	44	40,00

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 16: Precio promedio de semilla de café por kg



Fuente: Tabla 45

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 24

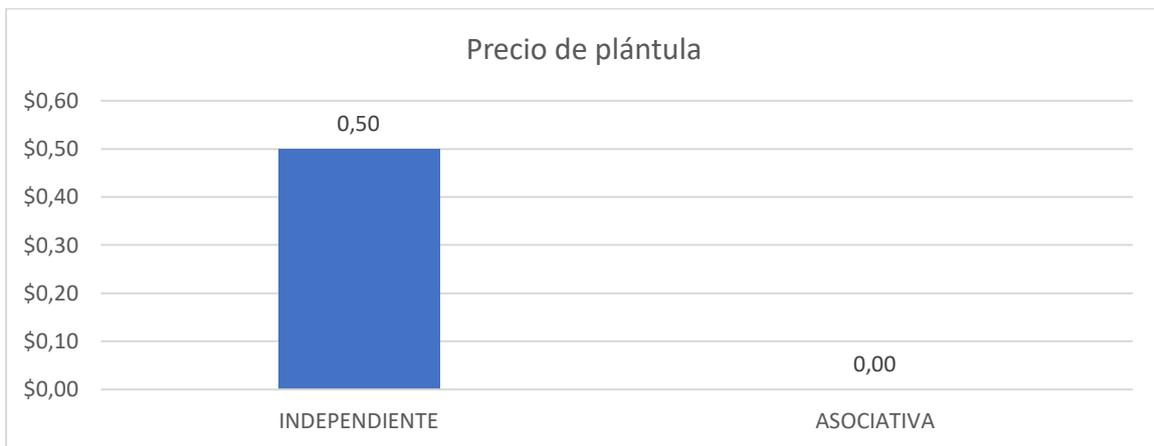
Tabla 46: Precio promedio por plántula

VARIABLE	Caturra rojo
MODALIDAD	
INDEPENDIENTE	0,50
ASOCIATIVA	0,00
TOTAL	0,25

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 17: Precio promedio por plántula



Fuente: Tabla 46

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 25

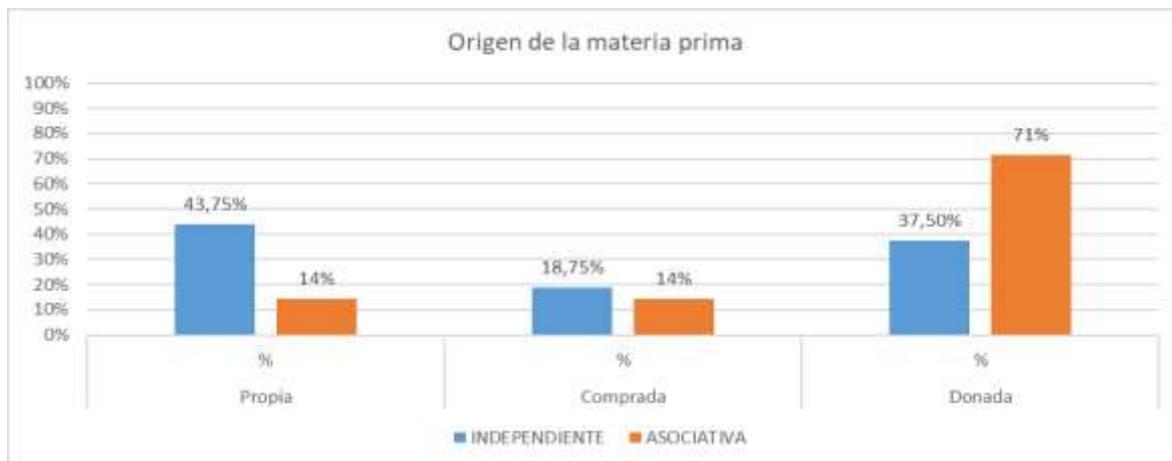
Tabla 47: Origen de la materia prima

VARIABLE	Propia		Comprada		Donada		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	7	43,75%	3	18,75%	6	37,50%	16	70%
ASOCIATIVA	1	14%	1	14%	5	71%	7	30%
TOTAL	8	35%	4	17%	11	48%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 18: Origen de la materia prima



Fuente: Tabla 47

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 26

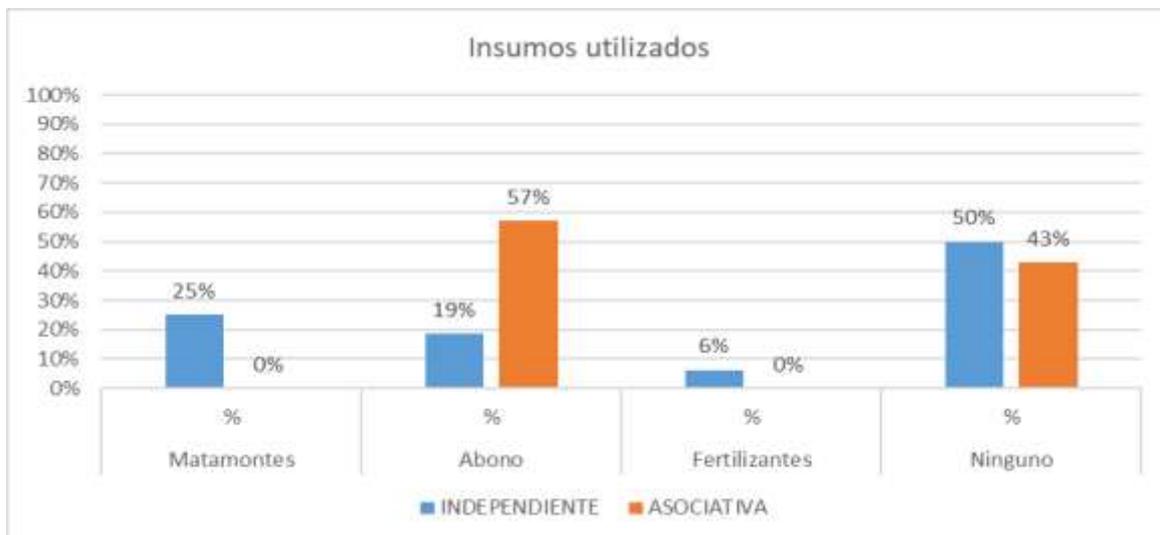
Tabla 48: Insumos agrícolas utilizados

VARIABLE	Matamontes		Abono		Fertilizantes		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	4	25%	3	19%	1	6%	8	50%	16	70%
ASOCIATIVA	0	0%	4	57%	0	0%	3	43%	7	30%
TOTAL	4	17%	7	30%	1	4%	11	48%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 19: Insumos agrícolas utilizados



Fuente: Tabla 48

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 27

Tabla 49: Edad de las plantaciones de café

VARIABLE	2 -- 10 años		11 -- 20 años		21 o más años		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	14	87,50%	0	0%	2	12,50%	16	70%
ASOCIATIVA	7	100%	0	0%	0	0%	7	30%
TOTAL	21	91%	0	0%	2	9%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 20: Edad de las plantaciones de café



Fuente: Tabla 49

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 28

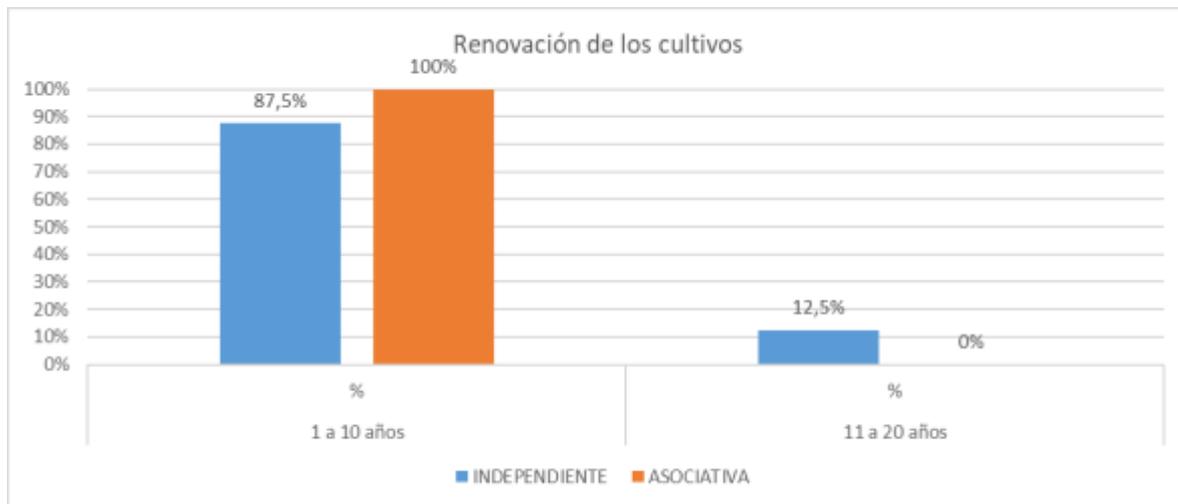
Tabla 50: Tiempo de renovación de cultivo

VARIABLE	1 a 10 años		11 a 20 años		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	14	87,5%	2	12,5%	16	70%
ASOCIATIVA	7	100%	0	0%	7	30%
TOTAL	21	91%	2	9%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 21: Tiempo de renovación de cultivo



Fuente: Tabla 50

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 29

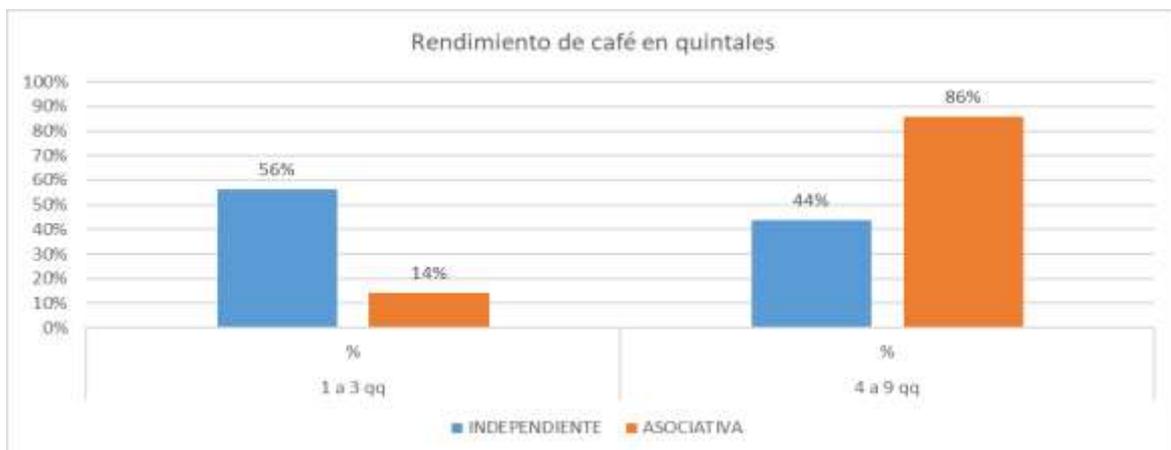
Tabla 51: Rendimiento en quintales por hectárea

VARIABLE	1 a 3 qq		4 a 9 qq		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	56%	7	44%	16	70%
ASOCIATIVA	1	14%	6	86%	7	30%
TOTAL	10	43%	13	57%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 22: Rendimiento en quintales por hectárea



Fuente: Tabla 51

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 30

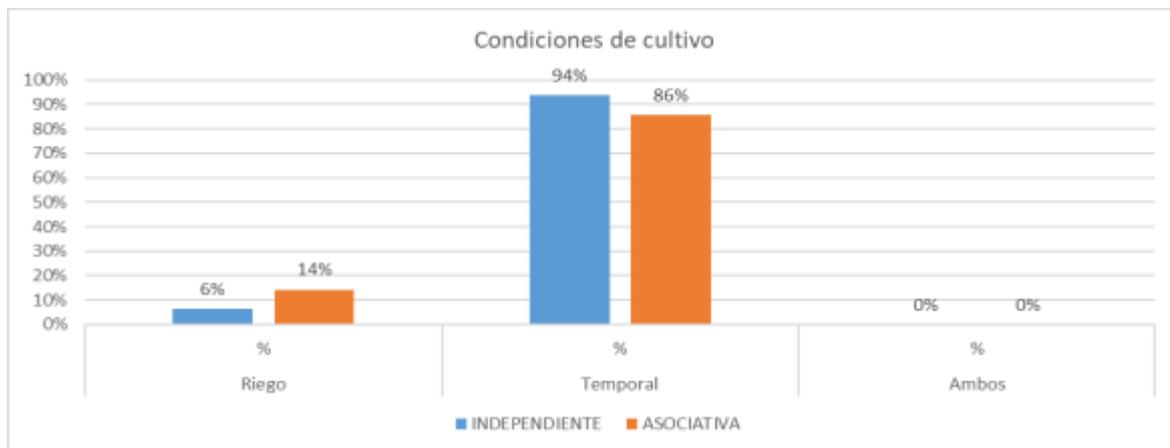
Tabla 52: Condiciones del cultivo

VARIABLE	Riego		Temporal		Ambos		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	6%	15	94%	0	0%	16	70%
ASOCIATIVA	1	14%	6	86%	0	0%	7	30%
TOTAL	2	9%	21	91%	0	0%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 23: Condiciones del cultivo



Fuente: Tabla 52

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 31

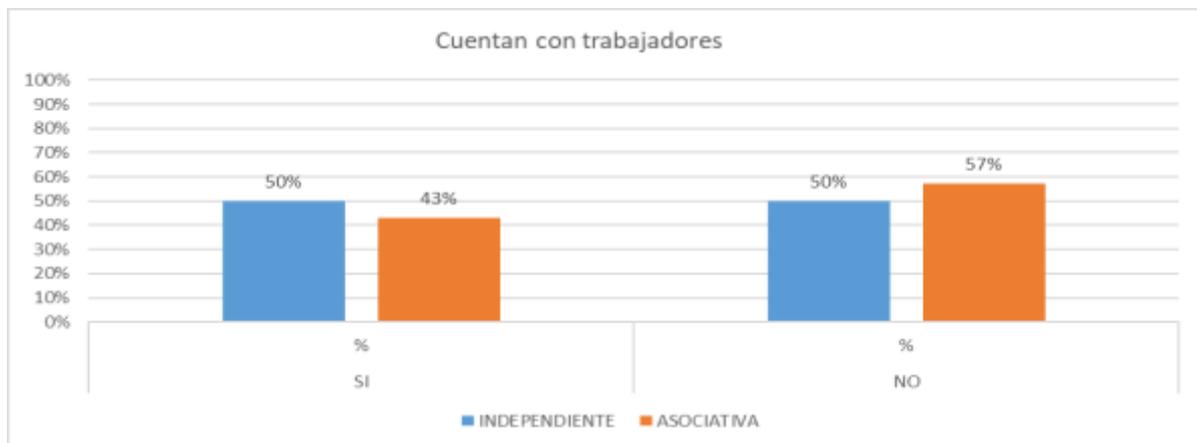
Tabla 53: *Cuentan con trabajadores*

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	8	50%	8	50%	16	70%
ASOCIATIVA	3	43%	4	57%	7	30%
TOTAL	11	48%	12	52%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 24: *Cuentan con trabajadores*



Fuente: Tabla 53

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 32

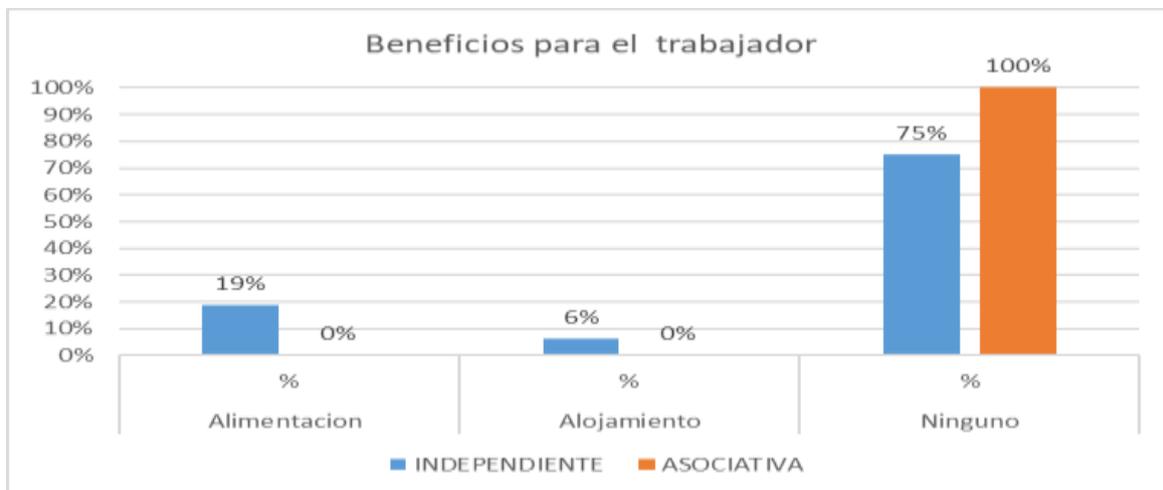
Tabla 54: Beneficios para el trabajador

VARIABLE	Alimentación		Alojamiento		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	19%	1	6%	12	75%	16	70%
ASOCIATIVA	0	0%	0	0%	7	100%	7	30%
TOTAL	3	13%	1	4%	19	83%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 25: Beneficios para el trabajador



Fuente: Tabla 54

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 33

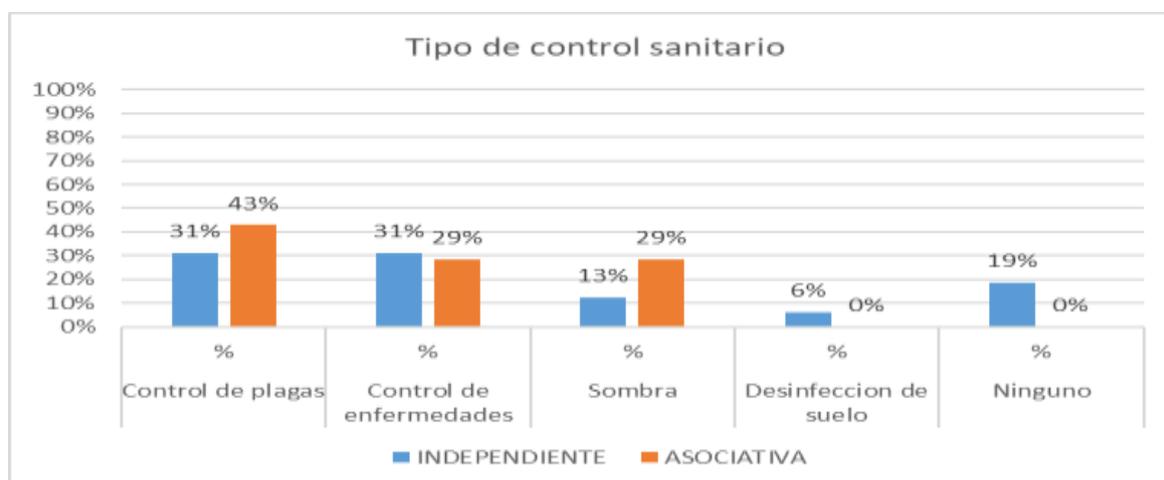
Tabla 55: Tipo de control sanitario

VARIABLE	Control de plagas		Control de enfermedades		Sombra		Desinfección de suelo		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	31%	5	31%	2	13%	1	6%	3	19%	16	70%
ASOCIATIVA	3	43%	2	29%	2	29%	0	0%	0	0%	7	30%
TOTAL	8	35%	7	30%	4	17%	1	4%	3	13%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 26: Tipo de control sanitario



Fuente: Tabla 55

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 34

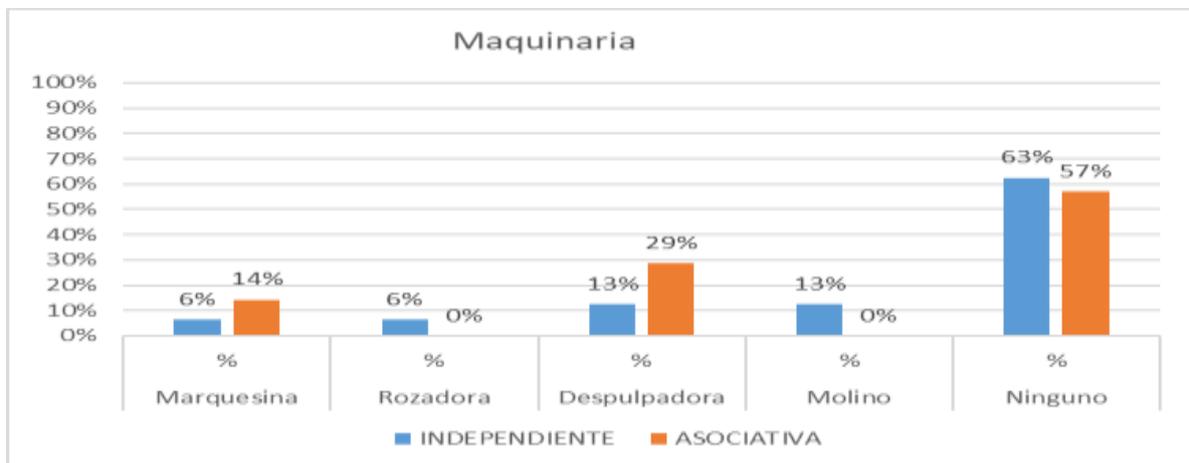
Tabla 56: Maquinaria

VARIABLE	Marquesina		Rozadora		Despulpadora		Molino		Ninguno		TOTAL	
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	6%	1	6%	2	13%	2	13%	10	63%	16	70%
ASOCIATIVA	1	14%	0	0%	2	29%	0	0%	4	57%	7	30%
TOTAL	2	9%	1	4%	4	17%	2	9%	14	61%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 27: Maquinaria



Fuente: Tabla 56

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 35

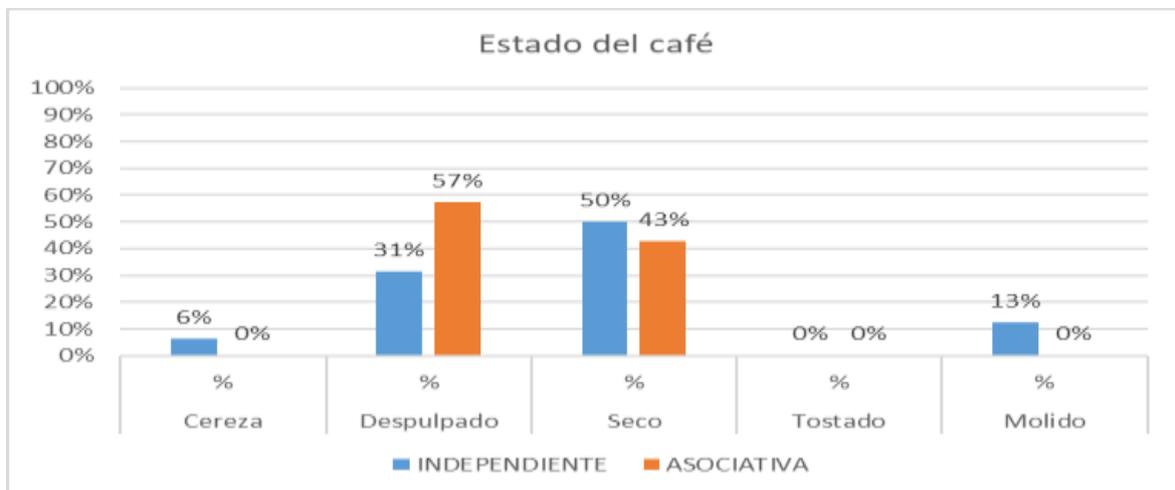
Tabla 57: Estado del café

VARIABLE	Cereza		Despulpado		Seco		Tostado		Molido		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	6%	5	31%	8	50%	0	0%	2	13%	16	70%
ASOCIATIVA	0	0%	4	57%	3	43%	0	0%	0	0%	7	30%
TOTAL	1	4%	9	39%	11	48%	0	0%	2	9%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 28: Estado del café



Fuente: Tabla 57

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 36

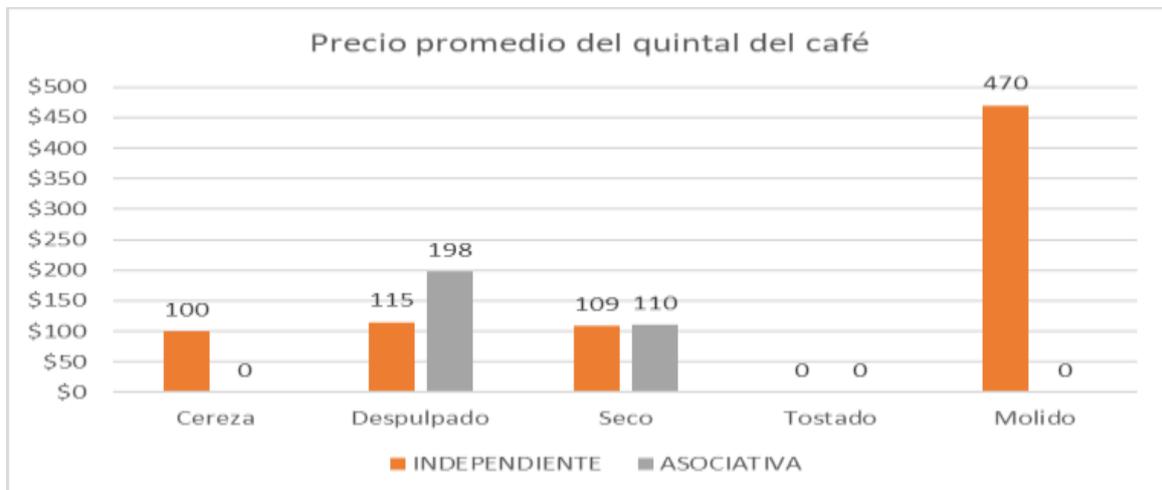
Tabla 58: Precio promedio del quintal de café

VARIABLE	Cereza	Despulpado	Seco	Tostado	Molido
MODALIDAD					
INDEPENDIENTE	100	115	109	0	470
ASOCIATIVA	0	198	110	0	0
TOTAL	100	313	219	0	470

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 29: Precio promedio del quintal de café



Fuente: Tabla 58

Elaboración: Steven Danilo Barros

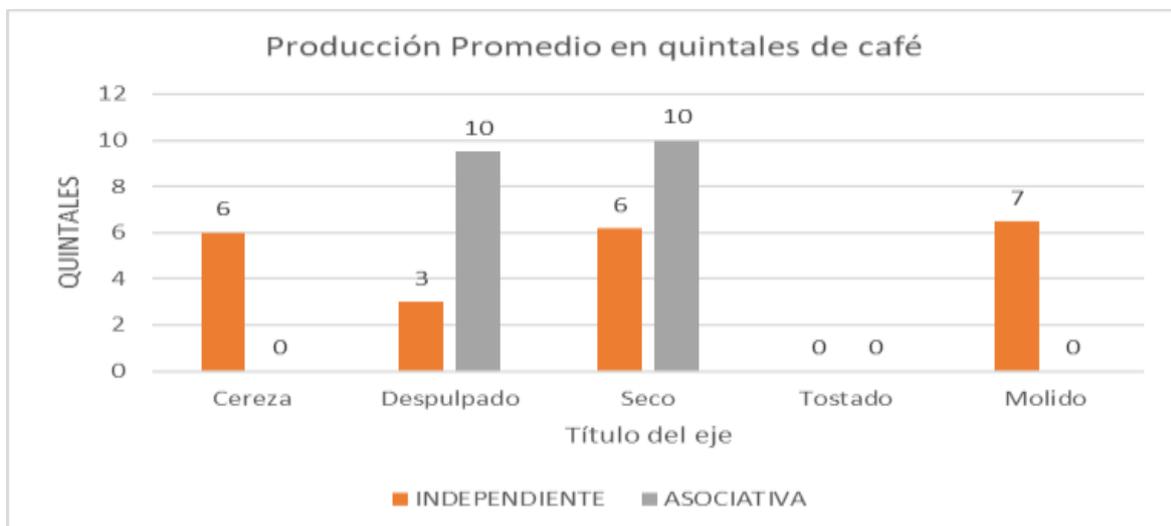
Anexo 37

Tabla 59: Producción promedio en quintales de café

VARIABLE	Cereza	Despulpado	Seco	Tostado	Molido
MODALIDAD					
INDEPENDIENTE	6	3	6	0	7
ASOCIATIVA	0	10	10	0	0
TOTAL	6	13	16	0	7

Fuente: Encuesta a productores
Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 30: Producción promedio en quintales de café



Fuente: Tabla 59
Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 38

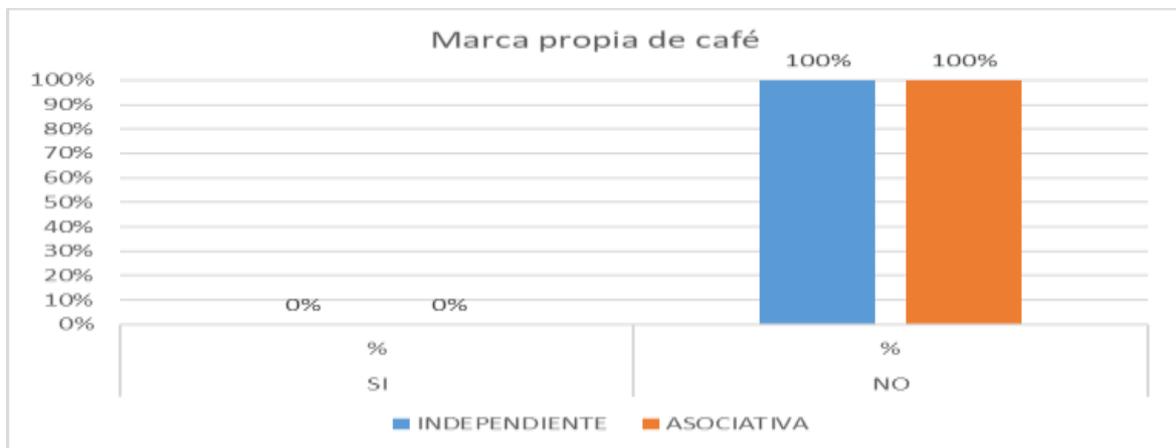
Tabla 60: Marca propia de café

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	0	0%	16	100%	16	70%
ASOCIATIVA	0	0%	7	100%	7	30%
TOTAL	0	0%	23	100%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 31: Marca propia de café



Fuente: Tabla 60

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 39

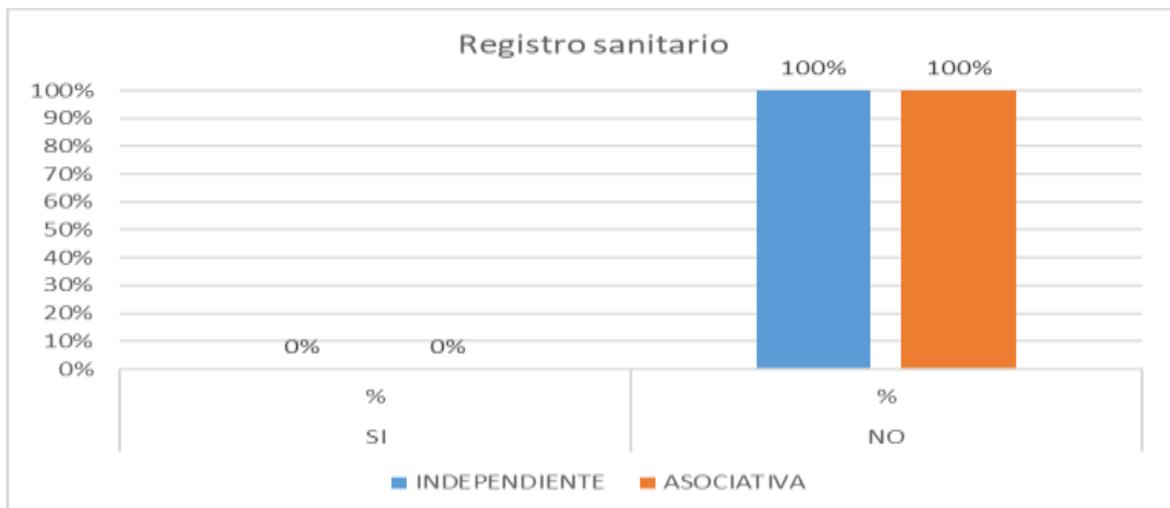
Tabla 61: Cuenta con registro sanitario

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	0	0%	16	100%	16	70%
ASOCIATIVA	0	0%	7	100%	7	30%
TOTAL	0	0%	23	100%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 32: Cuenta con registro sanitario



Fuente: Tabla 61

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 40

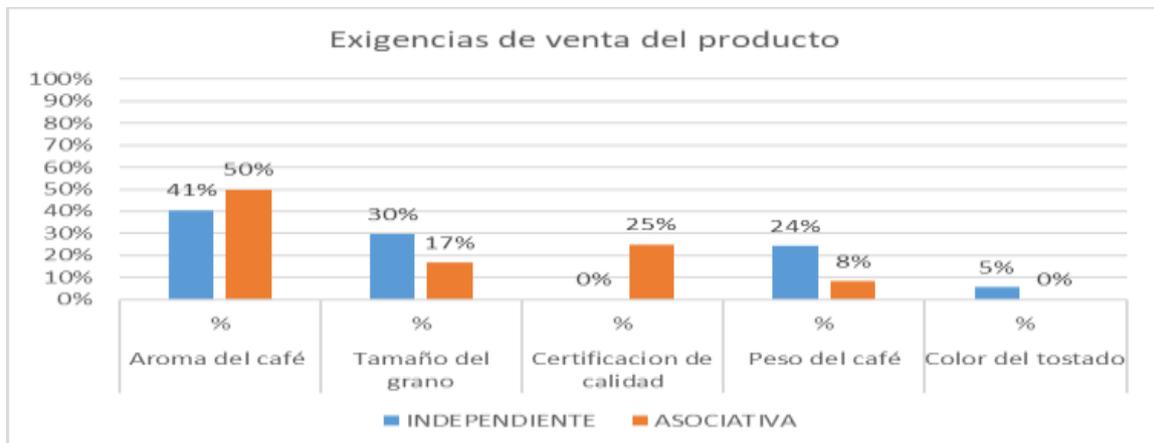
Tabla 62: Bajo que exigencias vende el producto

VARIABLE	Aroma del café		Tamaño del grano		Certificación de calidad		Peso del café		Color del tostado		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	15	41%	11	30%	0	0%	9	24%	2	5%	37	76%
ASOCIATIVA	6	50%	2	17%	3	25%	1	8%	0	0%	12	24%
TOTAL	21	43%	13	27%	3	6%	10	20%	2	4%	49	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 33: Bajo que exigencias vende el producto



Fuente: Tabla 62

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 41

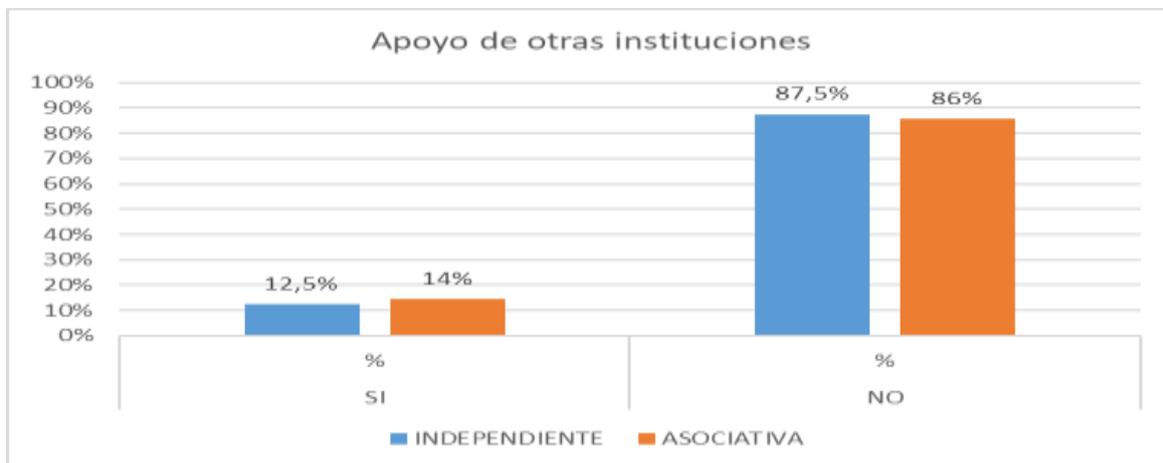
Tabla 63: Recibe ayuda de otras instituciones

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	12,5%	14	87,5%	16	70%
ASOCIATIVA	1	14%	6	86%	7	30%
TOTAL	3	13%	20	87%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 34: Recibe ayuda de otras instituciones



Fuente: Tabla 63

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 42

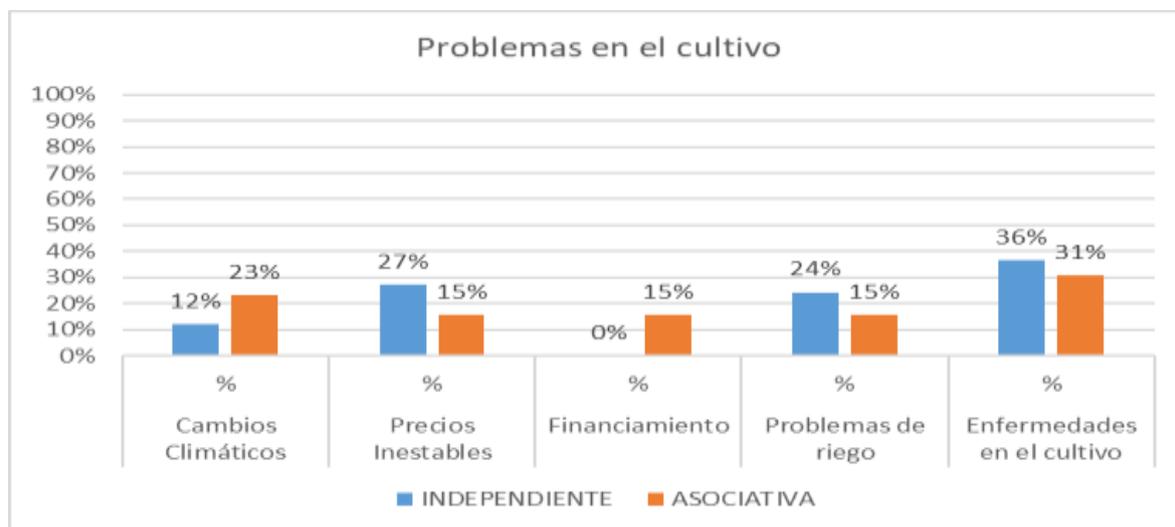
Tabla 64: Problemas en el cultivo

VARIABLE	Cambios Climáticos		Precios Inestables		Financiamiento		Problemas de riego		Enfermedades en el cultivo		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	4	12%	9	27%	0	0%	8	24%	12	36%	33	72%
ASOCIATIVA	3	23%	2	15%	2	15%	2	15%	4	31%	13	28%
TOTAL	7	15%	11	24%	2	4%	10	22%	16	35%	46	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 35: Problemas en el cultivo



Fuente: Tabla 64

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 43

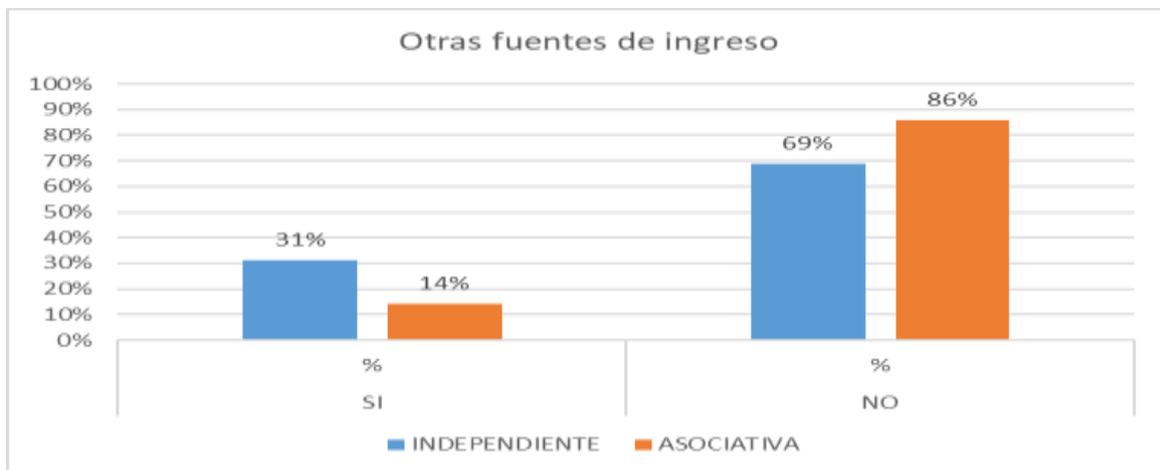
Tabla 65: Otra fuente de ingreso

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	31%	11	69%	16	70%
ASOCIATIVA	1	14%	6	86%	7	30%
TOTAL	6	26%	17	74%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 36: Otra fuente de ingreso



Fuente: Tabla 65

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 44

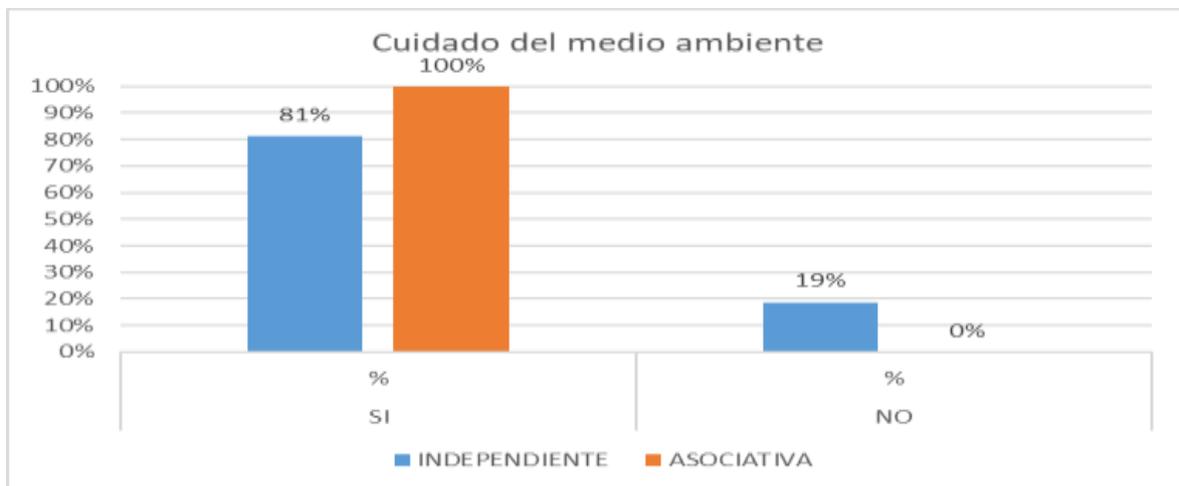
Tabla 66: Cuidado del medio ambiente

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	13	81%	3	19%	16	70%
ASOCIATIVA	7	100%	0	0%	7	30%
TOTAL	20	87%	3	13%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 37: Cuidado del medio ambiente



Fuente: Tabla 66

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 45

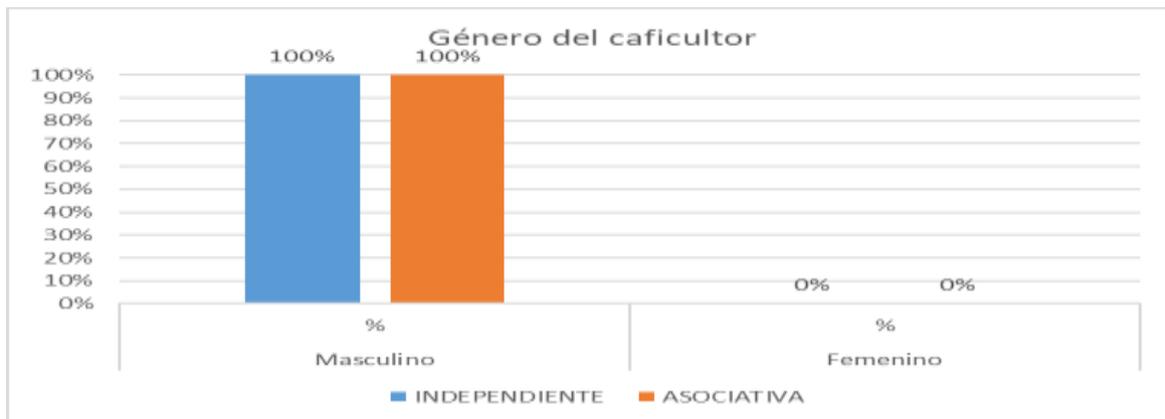
Tabla 67: Género del caficultor

VARIABLE	Masculino		Femenino		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	16	100%	0	0%	16	70%
ASOCIATIVA	7	100%	0	0%	7	30%
TOTAL	23	100%	0	0%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 38: Género del caficultor



Fuente: Tabla 67

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 46

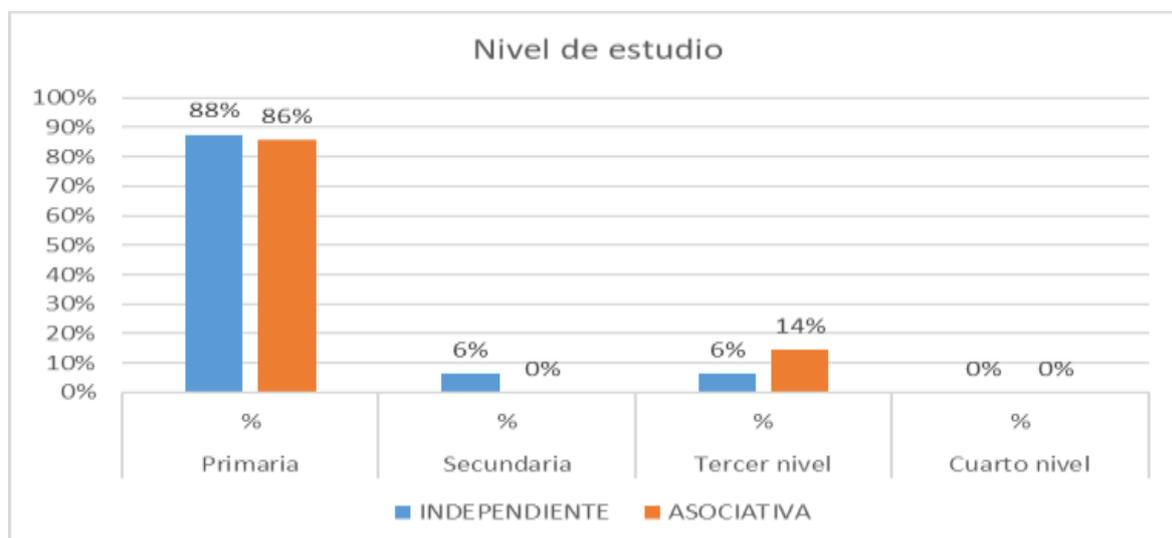
Tabla 68: Nivel de educación del caficultor

VARIABLE	Primaria		Secundaria		Tercer nivel		Cuarto nivel		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	14	88%	1	6%	1	6%	0	0%	16	70%
ASOCIATIVA	6	86%	0	0%	1	14%	0	0%	7	30%
TOTAL	20	87%	1	4%	2	9%	0	0%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 39: Nivel de educación del caficultor



Fuente: Tabla 68

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 47

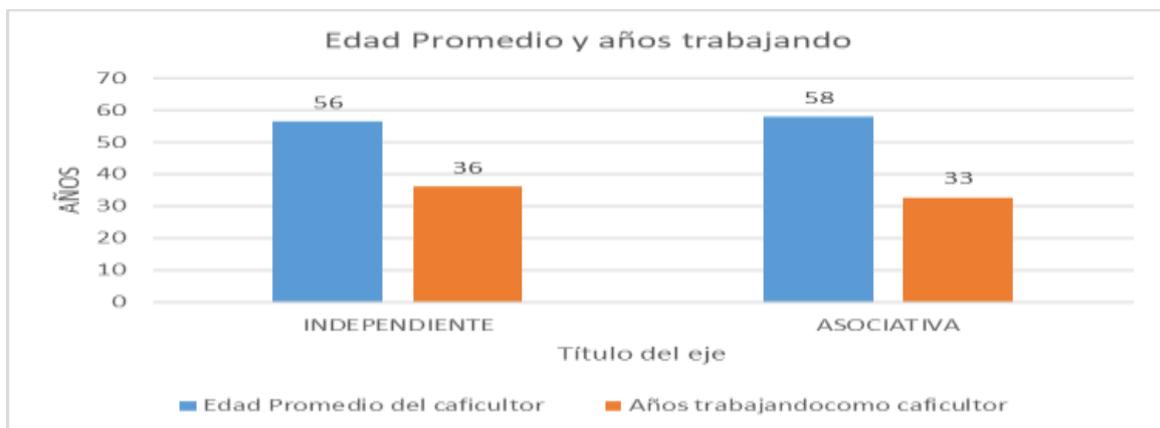
Tabla 69: Edad promedio y años como caficultor

VARIABLE	Edad Promedio del caficultor	Años trabajando como caficultor
MODALIDAD		
INDEPENDIENTE	56	36
ASOCIATIVA	58	33
TOTAL	57	34

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 40: Edad promedio y años como caficultor



Fuente: Tabla 69

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 48

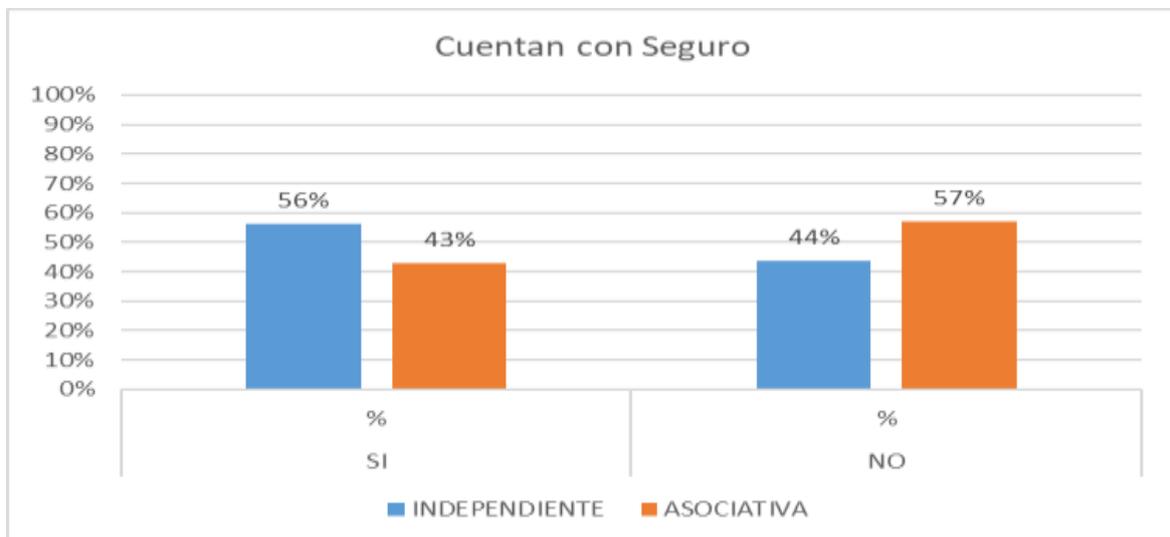
Tabla 70: Cuentan con seguro

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	56%	7	44%	16	70%
ASOCIATIVA	3	43%	4	57%	7	30%
TOTAL	12	52%	11	48%	23	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 41: Cuentan con seguro



Fuente: Tabla 70

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 49

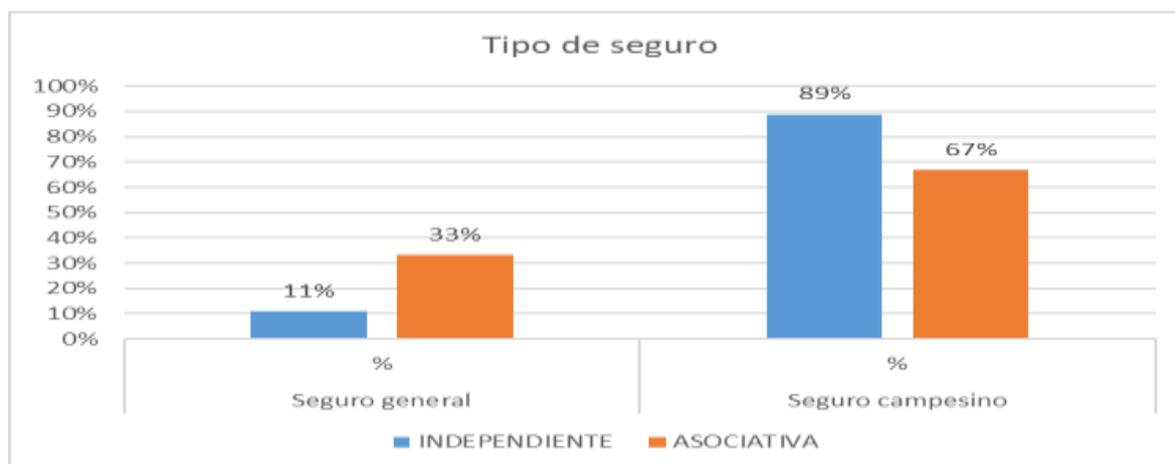
Tabla 71: Tipo de seguro

VARIABLE	Seguro general		Seguro campesino		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	11%	8	89%	9	75%
ASOCIATIVA	1	33%	2	67%	3	25%
TOTAL	2	17%	10	83%	12	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 42: Tipo de seguro



Fuente: Tabla 71

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 50

Tabla 72: Listado de productores independientes del cantón Balsas

NOMBRE DEL PRODUCTOR	PARROQUIA
Héctor Ovidio Reyes Guevara	Balsas
Segundo Domingo Quinto	Balsas
Franco Espinoza	Balsas
Miguel Ángel Valarezo	Bellamaría
Hidilno Gallego	Bellamaría
Manuel Torres Dávila	Bellamaría
José Dario Machuca	Bellamaría
Largo Robles Vicente José	Bellamaría
Sergio Felipe Ríos Vivanco	Balsas
Manuel Robles	Balsas
Aurelio Aguilar Romero	Balsas
José Lorenzo Rodríguez	Balsas
Irbino Pereira Gallardo	Balsas
Orlando Marín	Balsas
José Daniel Torres Ríos	Balsas
Walter de Jesús Bravo	Balsas

Tabla 73: Listado de productores asociados del cantón Balsas

NOMBRE DEL PRODUCTOR	PARROQUIA
Ronald Vinicio Gallardo	Balsas
Gilbert Hernán	Balsas
José Gonzalo Gallardo	Balsas
Macas José Amado	Balsas
Ángel Gallardo Chamba	Balsas
Alonso Medardo Miles Carrión	Bellamaría
Macario Chamba Solano	Balsas

Tabulación de productores del cantón Marcabelí

Anexo 51

Tabla 74: Modalidad de trabajo según las Parroquias

PARROQUIA	MARCABELÍ		EL INGENIO		TOTAL	
MODALIDAD DE TRABAJO	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	7	78%	2	22%	9	35%
ASOCIATIVA	10	59%	7	41%	17	65%
TOTAL	17	65%	9	35%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 43: Modalidad de trabajo según las Parroquias



Fuente: Tabla 74

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 52

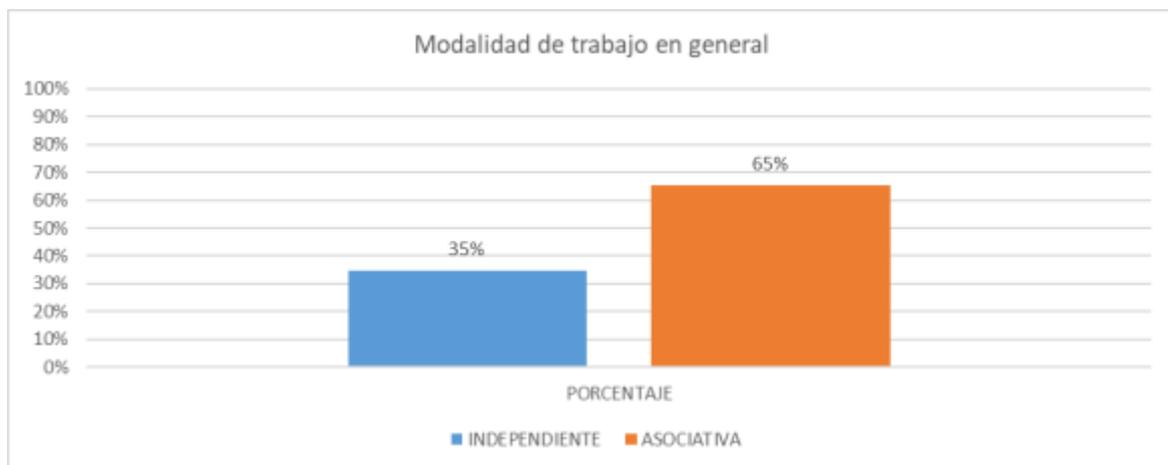
Tabla 75: Modalidad de trabajo en general

MODALIDAD DE TRABAJO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INDEPENDIENTE	9	35%
ASOCIATIVA	17	65%
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 44: Modalidad de trabajo en general



Fuente: Tabla 75

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 53

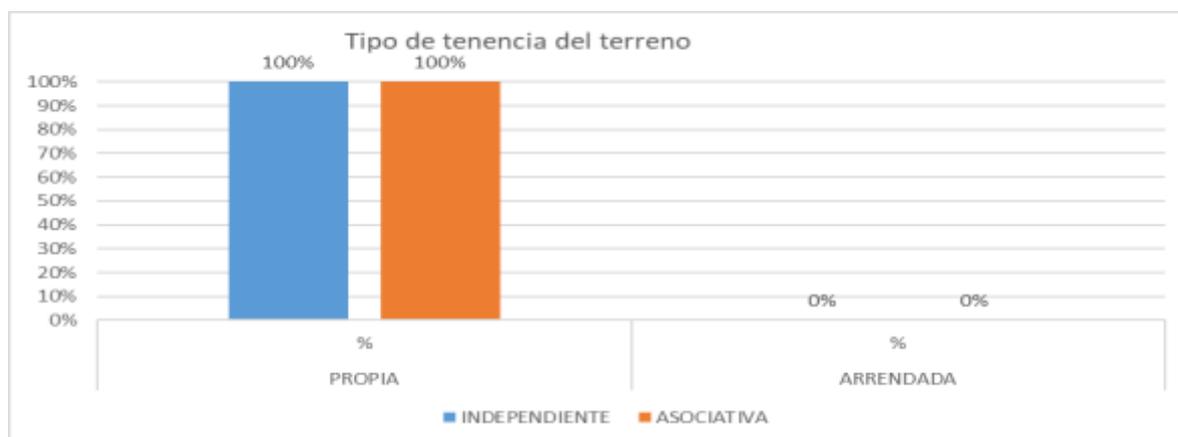
Tabla 76: Tipo de tenencia del terreno

VARIABLE	PROPIA		ARRENDADA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	100%	0	0%	9	35%
ASOCIATIVA	17	100%	0	0%	17	65%
TOTAL	26	100%	0	0%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 45: Tipo de tenencia del terreno



Fuente: Tabla 76

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 54

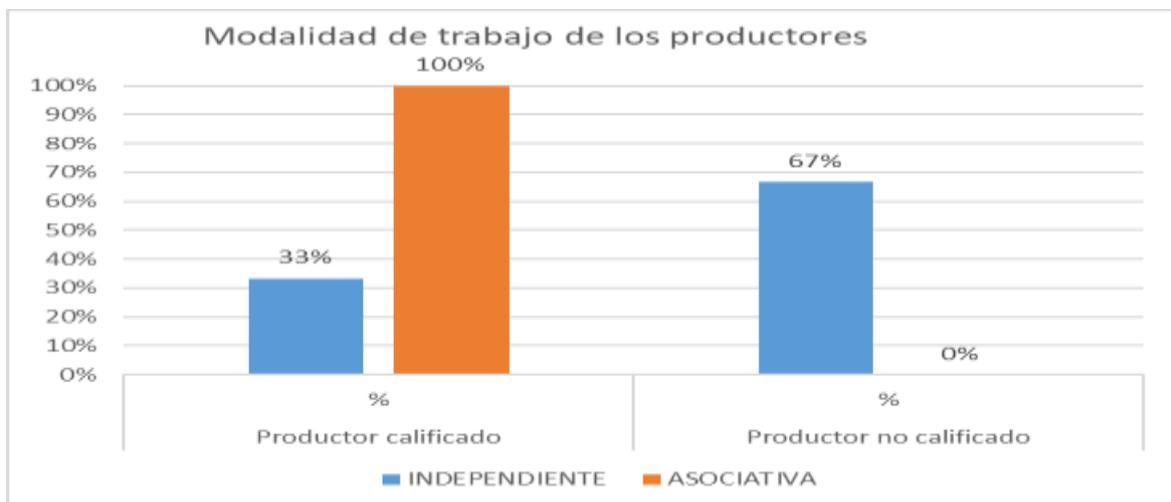
Tabla 77: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo

VARIABLE	Productor calificado		Productor no calificado		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	33%	6	67%	9	35%
ASOCIATIVA	17	100%	0	0%	17	65%
TOTAL	20	77%	6	23%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 46: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo



Fuente: Tabla 77

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 55

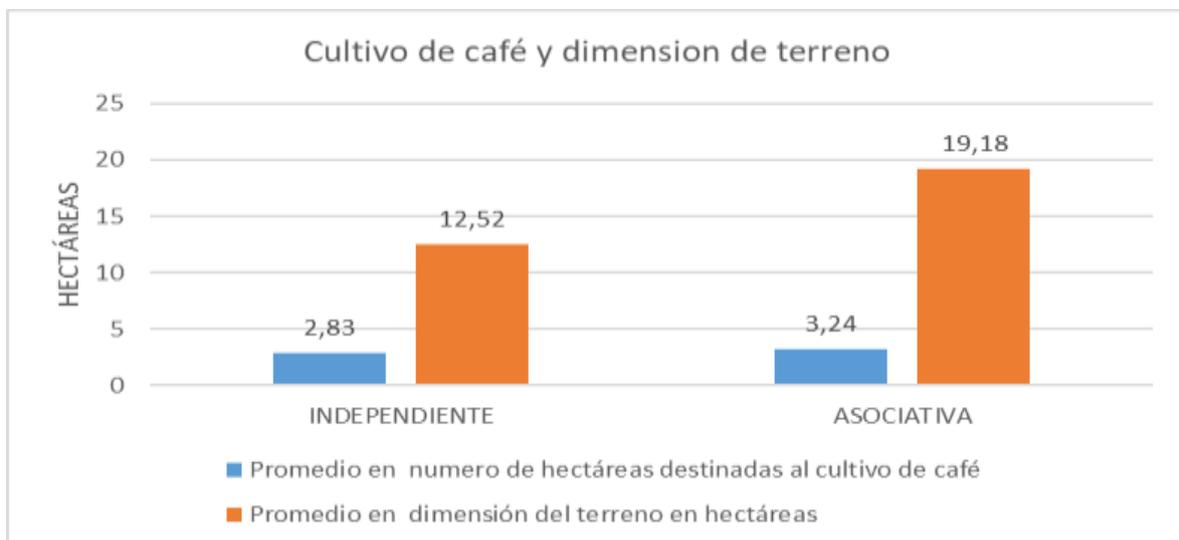
Tabla 78: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno

VARIABLE	Promedio en número de hectáreas destinadas al cultivo de café	Promedio en dimensión del terreno en hectáreas
MODALIDAD		
INDEPENDIENTE	2,83	12,52
ASOCIATIVA	3,24	19,18
TOTAL	3,50	19,07

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 47: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno



Fuente: Tabla 78

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 56

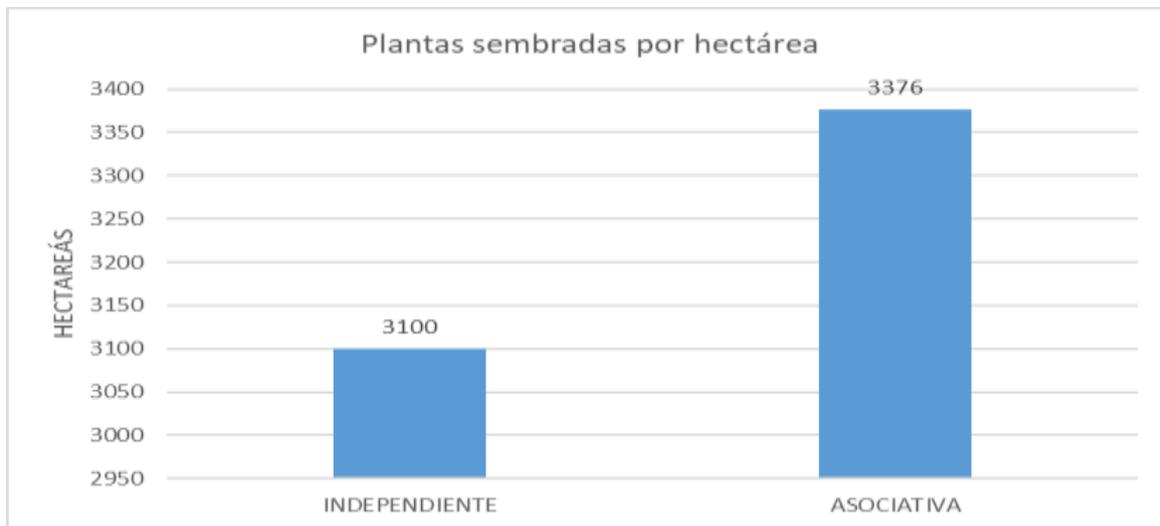
Tabla 79: Promedio de plantas sembradas por hectárea

VARIABLE	Promedio de plantas sembradas por hectárea
MODALIDAD	
INDEPENDIENTE	3100
ASOCIATIVA	3376
TOTAL	3709

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 48: Promedio de plantas sembradas por hectárea



Fuente: Tabla 79

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 57

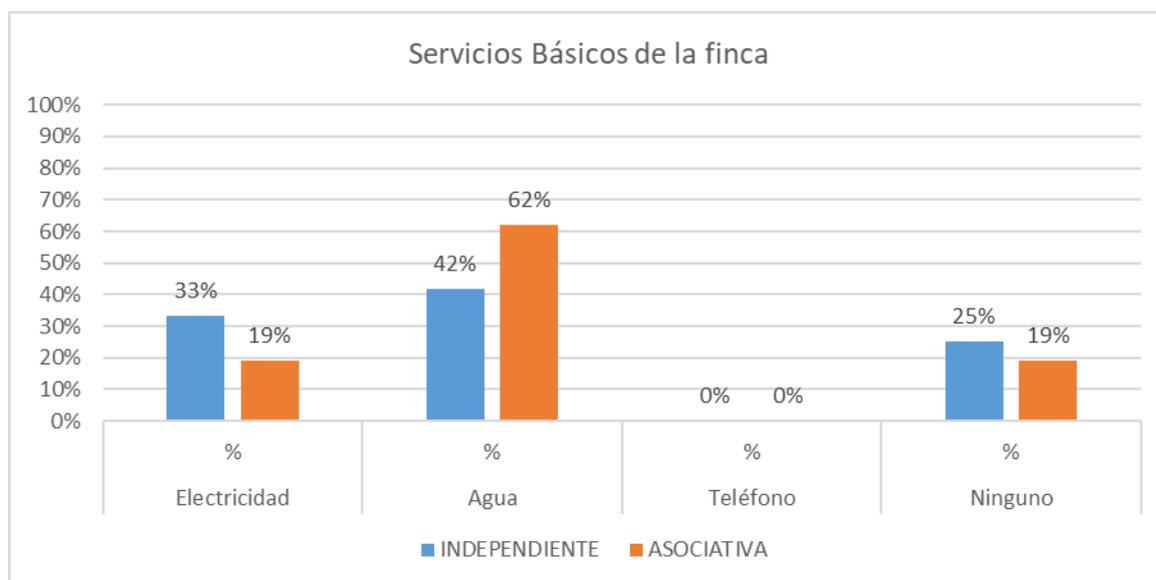
Tabla 80: Servicios Básicos con los que cuenta la finca

VARIABLE	Electricidad		Agua		Teléfono		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	4	33%	5	42%	0	0%	3	25%	12	36%
ASOCIATIVA	4	19%	13	62%	0	0%	4	19%	21	64%
TOTAL	8	24%	18	55%	0	0%	7	21%	33	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 49: Servicios Básicos con los que cuenta la finca



Fuente: Tabla 80

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 58

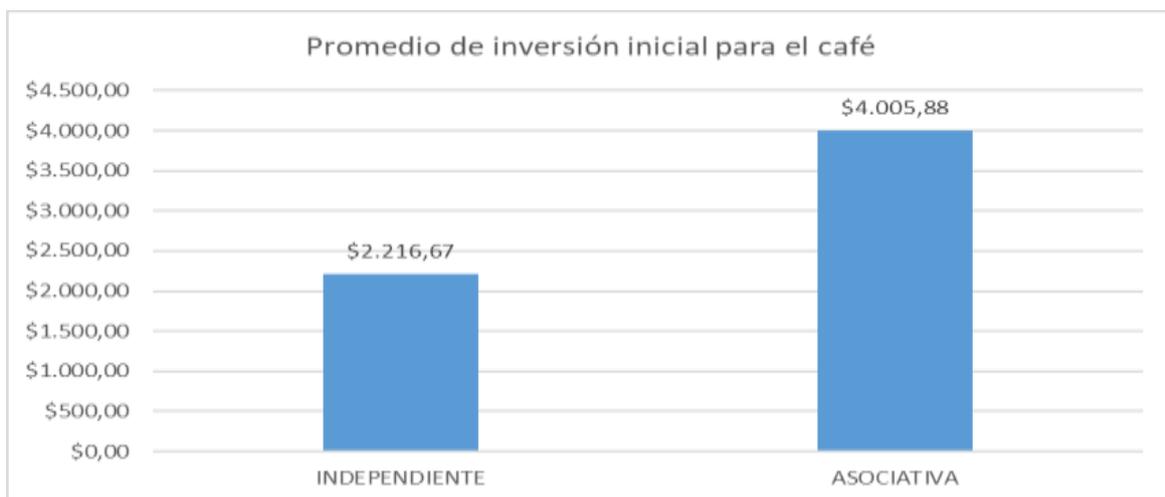
Tabla 81: Promedio de la inversión inicial para la producción de café

VARIABLE	Promedio de inversión inicial para el café
MODALIDAD	
INDEPENDIENTE	2217
ASOCIATIVA	4006
TOTAL	3828

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 50: Promedio de la inversión inicial para la producción de café



Fuente: Tabla 81

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 59

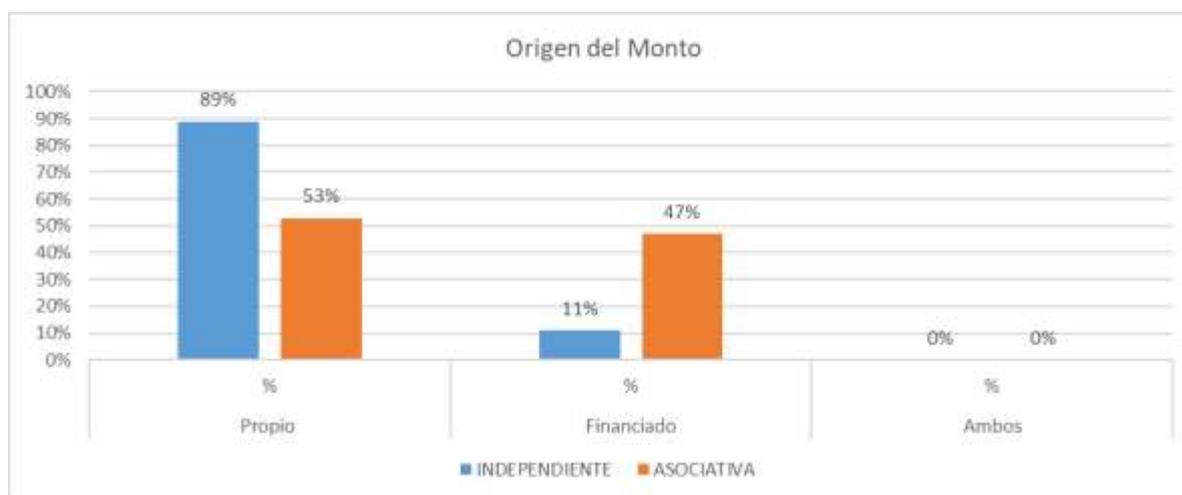
Tabla 82: Tipo de financiamiento de la inversión

VARIABLE	Propio		Financiado		Ambos		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	8	89%	1	11%	0	0%	9	35%
ASOCIATIVA	9	53%	8	47%	0	0%	17	65%
TOTAL	17	65%	9	35%	0	0%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 51: Tipo de financiamiento de la inversión



Fuente: Tabla 82

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 60

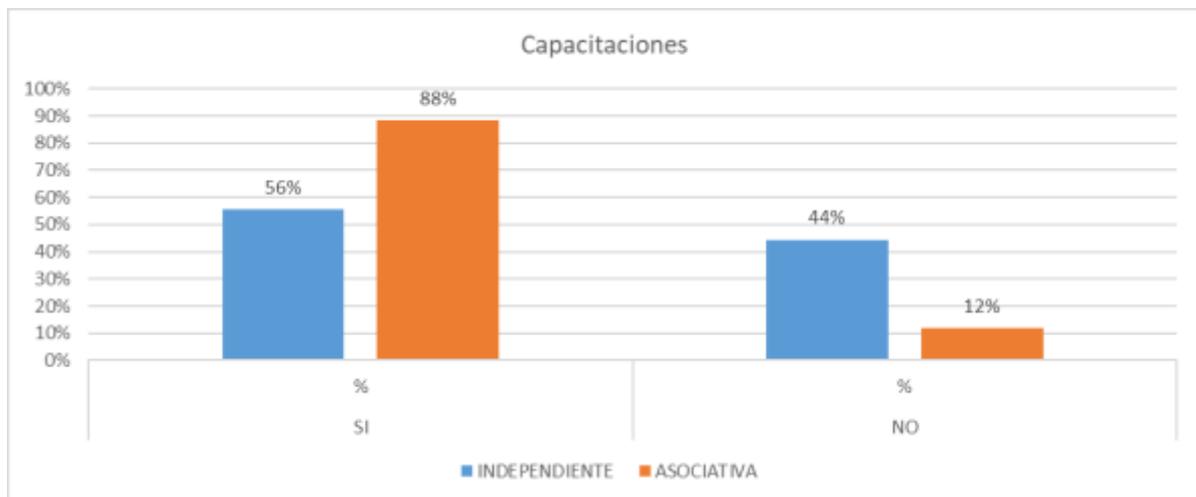
Tabla 83: Capacitación recibida

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	56%	4	44%	9	35%
ASOCIATIVA	15	88%	2	12%	17	65%
TOTAL	20	77%	6	23%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 52: Capacitación recibida



Fuente: Tabla 83

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 61

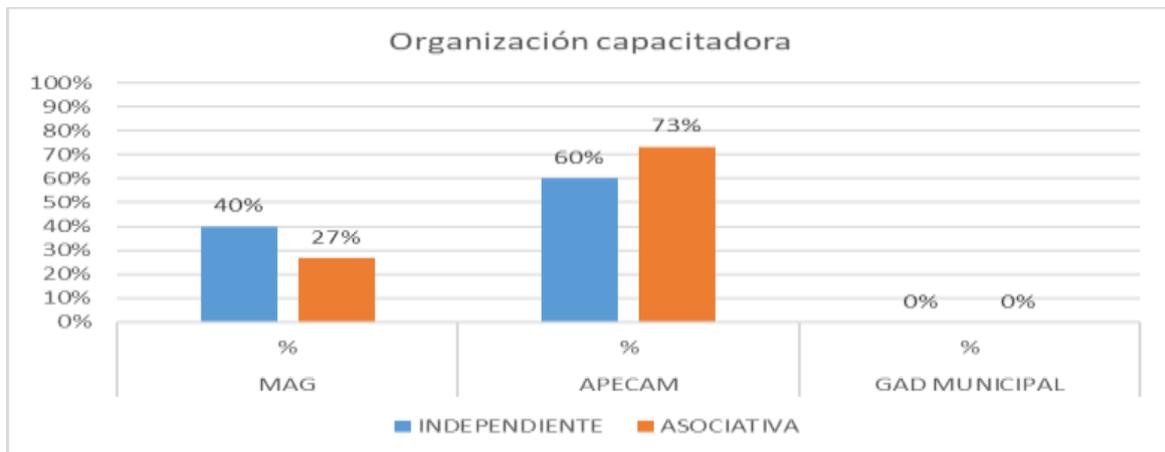
Tabla 84: Organización Capacitadora

VARIABLE	MAG		APECAM		GAD MUNICIPAL		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	40%	3	60%	0	0%	5	25%
ASOCIATIVA	4	27%	11	73%	0	0%	15	75%
TOTAL	6	30%	14	70%	0	0%	20	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 53: Organización Capacitadora



Fuente: Tabla 84

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 62

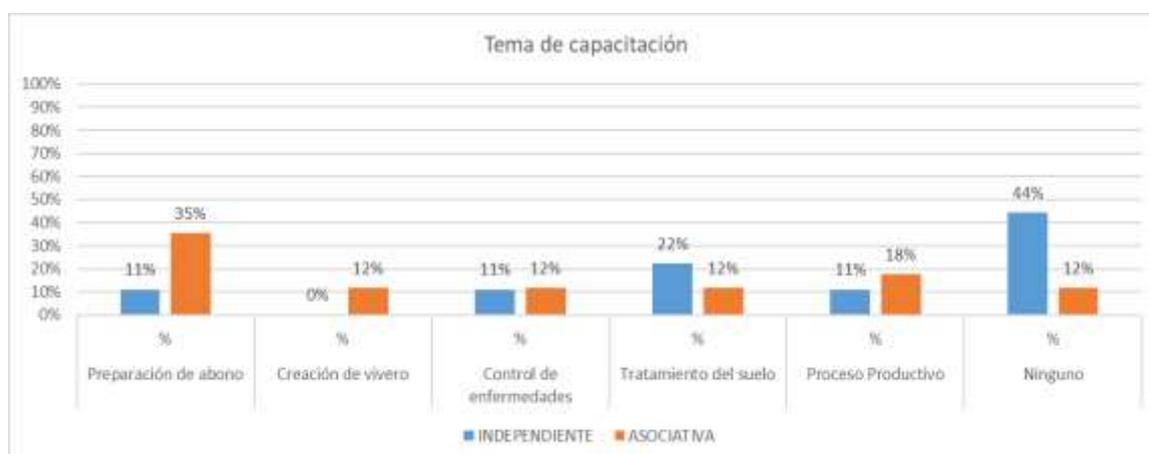
Tabla 85: Tema de capacitación

VARIABLE	Preparación de abono		Creación de vivero		Control de enfermedades		Tratamiento del suelo		Proceso Productivo		Ninguno		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	11%	0	0%	1	11%	2	22%	1	11%	4	44%	9	35%
ASOCIATIVA	6	35%	2	12%	2	12%	2	12%	3	18%	2	12%	7	65%
TOTAL	7	27%	2	8%	3	12%	4	15%	4	15%	6	23%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 54: Tema de capacitación



Fuente: Tabla 85

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 63

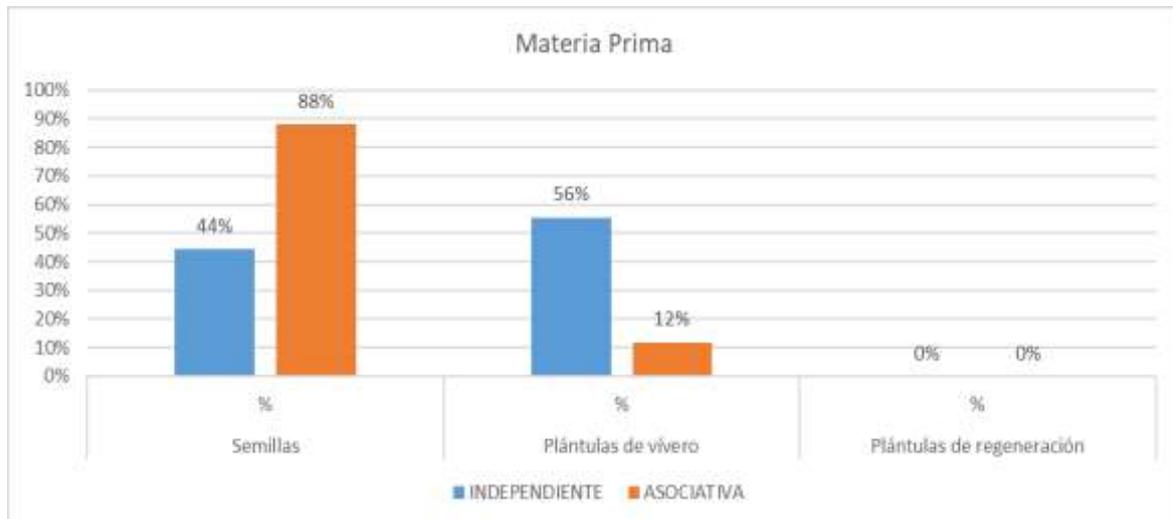
Tabla 86: Tipo de materia prima Vegetativa

VARIABLE	Semillas		Plántulas de vivero		Plántulas de regeneración		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	4	44%	5	56%	0	0%	9	35%
ASOCIATIVA	15	88%	2	12%	0	0%	17	65%
TOTAL	19	73%	7	27%	0	0%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 55: Tipo de materia prima Vegetativa



Fuente: Tabla 86

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 64

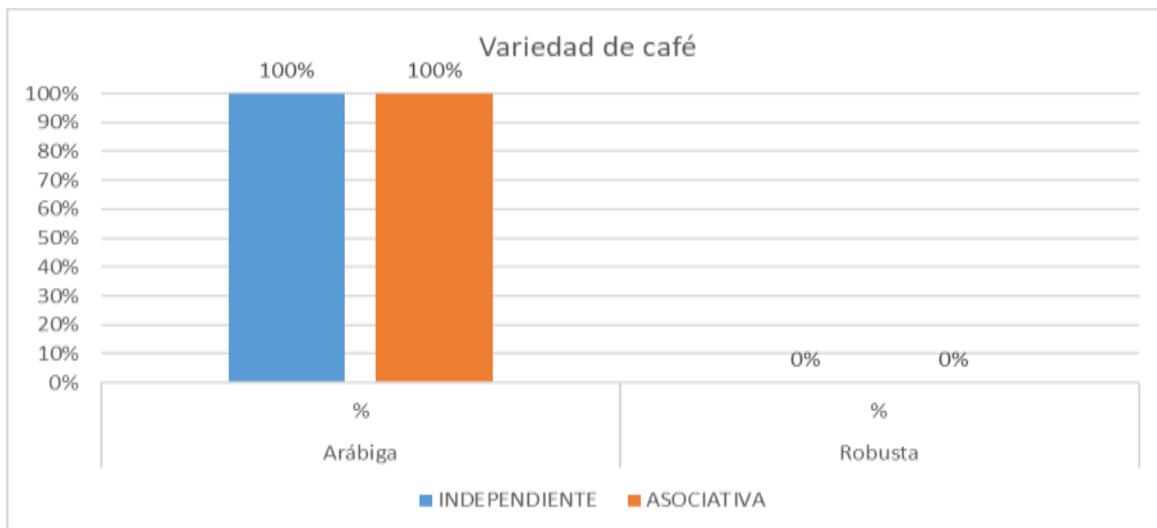
Tabla 87: Tipo de variedad de Café

VARIABLE	Arábica		Robusta		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	100%	0	0%	9	35%
ASOCIATIVA	17	100%	0	0%	17	65%
TOTAL	26	100%	0	0%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 56: Tipo de variedad de Café



Fuente: Tabla 87

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 65

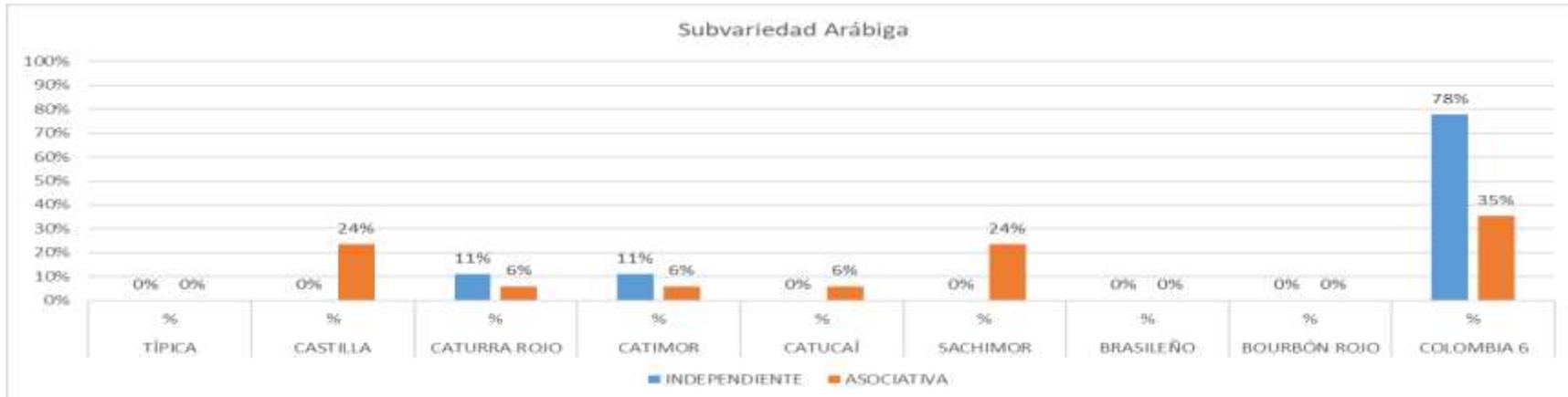
Tabla 88: Subvariedades de café (Arábica)

VARIABLE	TÍPICA		CASTILLA		CATURRA ROJO		CATIMOR		CATUCAÍ		SACHIMOR		BRASILEÑO		BOURBÓN ROJO		COLOMBIA 6		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	0	0%	0	0%	1	11%	1	11%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	7	78%	9	35%
ASOCIATIVA	0	0%	4	24%	1	6%	1	6%	1	6%	4	24%	0	0%	0	0%	6	35%	17	65%
TOTAL	0	0%	4	15%	2	8%	2	8%	1	4%	4	15%	0	0%	0	0%	13	50%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 57: Subvariedades de café (Arábica)



Fuente: Tabla 88

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 66

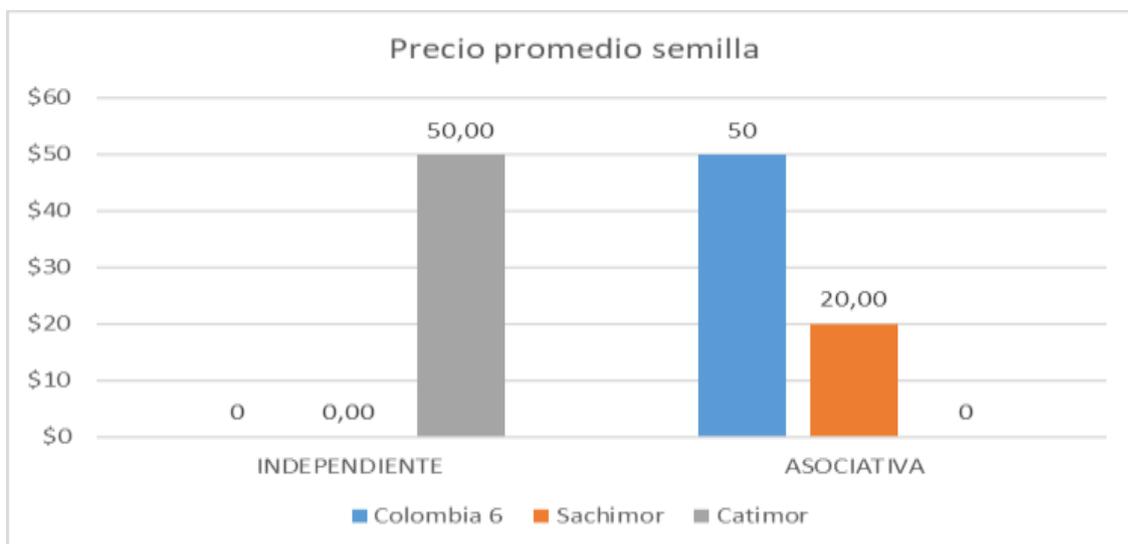
Tabla 89: Precio promedio de semilla de café por kg

VARIABLE	Colombia 6	Sachimor	Catimor
MODALIDAD			
INDEPENDIENTE	0	0,00	50,00
ASOCIATIVA	50	20,00	0
TOTAL	25	10,00	25,00

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 58: Precio promedio de semilla de café por kg



Fuente: Tabla 89

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 67

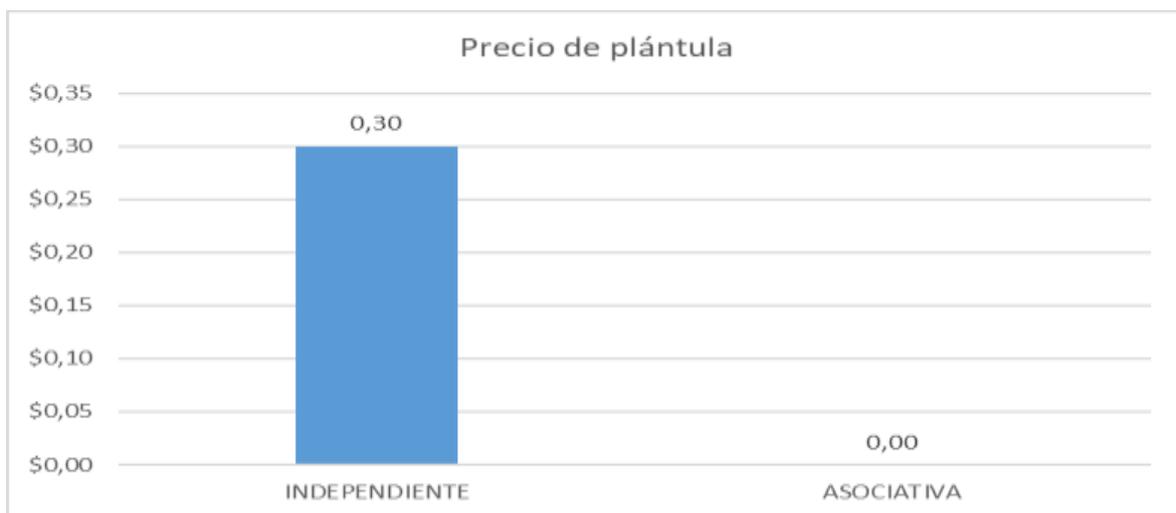
Tabla 90: Precio promedio por plántula

VARIABLE	Colombia 6
MODALIDAD	
INDEPENDIENTE	0,30
ASOCIATIVA	0,00
TOTAL	0,15

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 59: Precio promedio por plántula



Fuente: Tabla 90

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 68

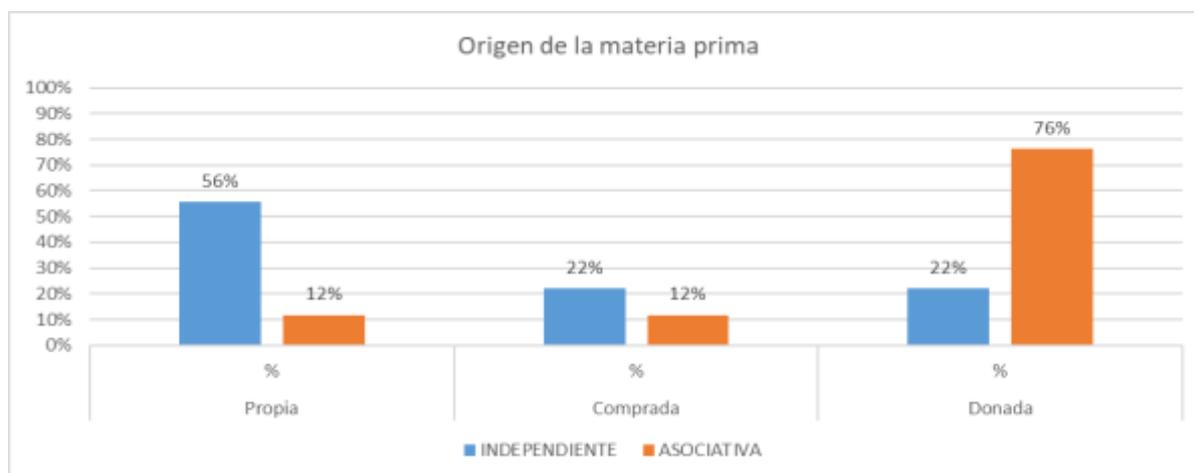
Tabla 91: Origen de la materia prima

VARIABLE	Propia		Comprada		Donada		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	56%	2	22%	2	22%	9	35%
ASOCIATIVA	2	12%	2	12%	13	76%	17	65%
TOTAL	7	27%	4	15%	15	58%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 60: Origen de la materia prima



Fuente: Tabla 91

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 69

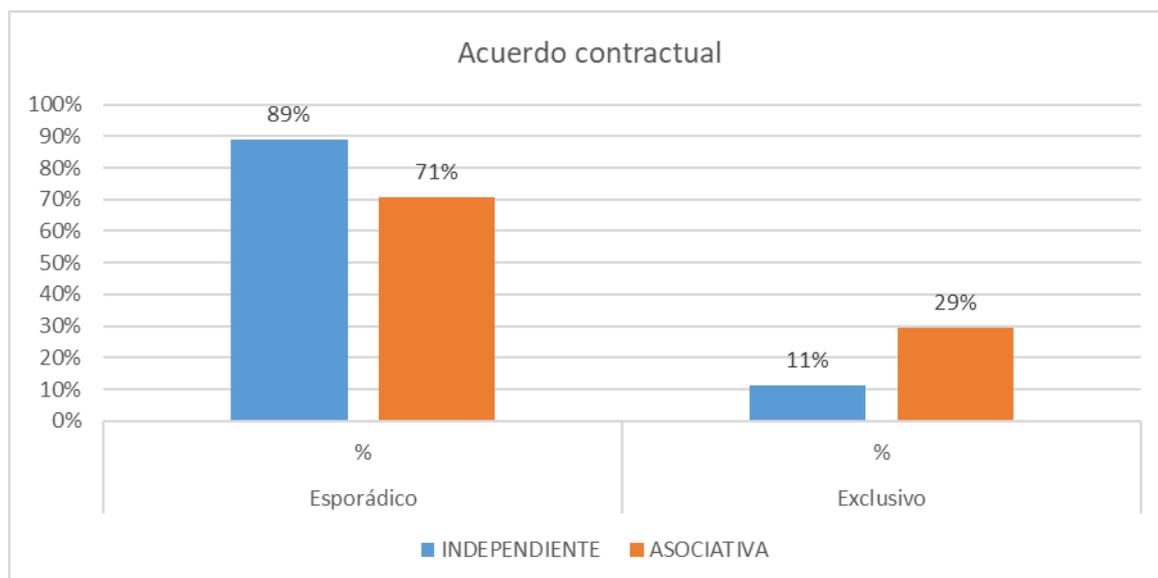
Tabla 92: Forma de acuerdo contractual para adquirir la semilla

VARIABLE	Esporádico		Exclusivo		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	8	89%	1	11%	9	35%
ASOCIATIVA	12	71%	5	29%	17	65%
TOTAL	20	77%	6	23%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 61: Forma de acuerdo contractual para adquirir la semilla



Fuente: Tabla 92

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 70

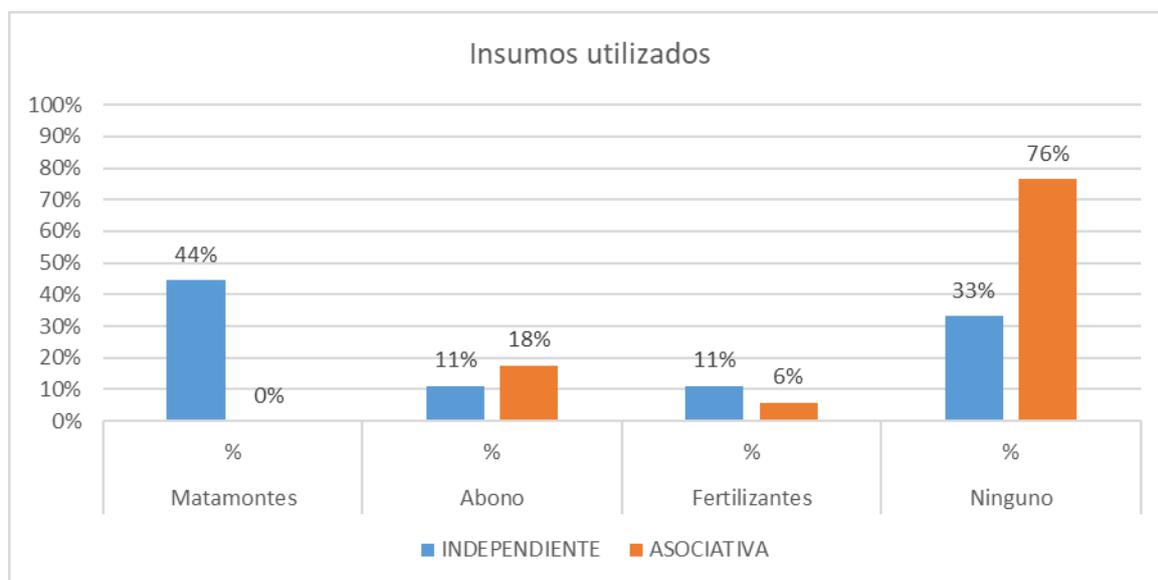
Tabla 93: Insumos agrícolas utilizados

VARIABLE	Matamontes		Abono		Fertilizantes		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	4	44%	1	11%	1	11%	3	33%	9	35%
ASOCIATIVA	0	0%	3	18%	1	6%	13	76%	17	65%
TOTAL	4	15%	4	15%	2	8%	16	62%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 62: Insumos agrícolas utilizados



Fuente: Tabla 93

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 71

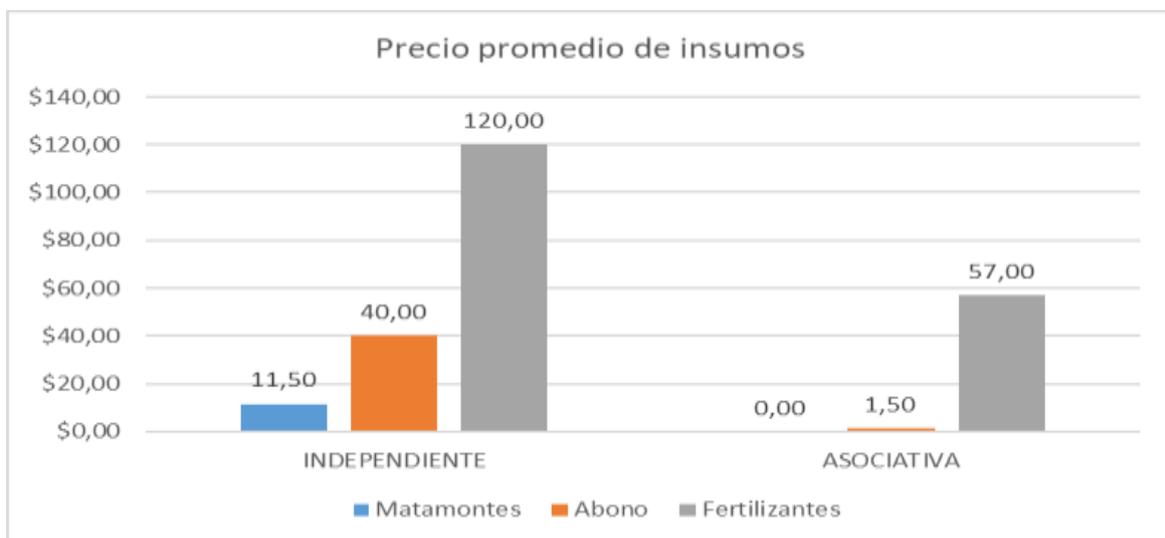
Tabla 94: Precio promedio de insumo

VARIABLE	Matamontes	Abono	Fertilizantes
MODALIDAD			
INDEPENDIENTE	11,50	40,00	120,00
ASOCIATIVA	0,00	1,50	57,00
TOTAL	11,50	41,50	177,00

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 63: Precio promedio de insumo



Fuente: Tabla 94

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 72

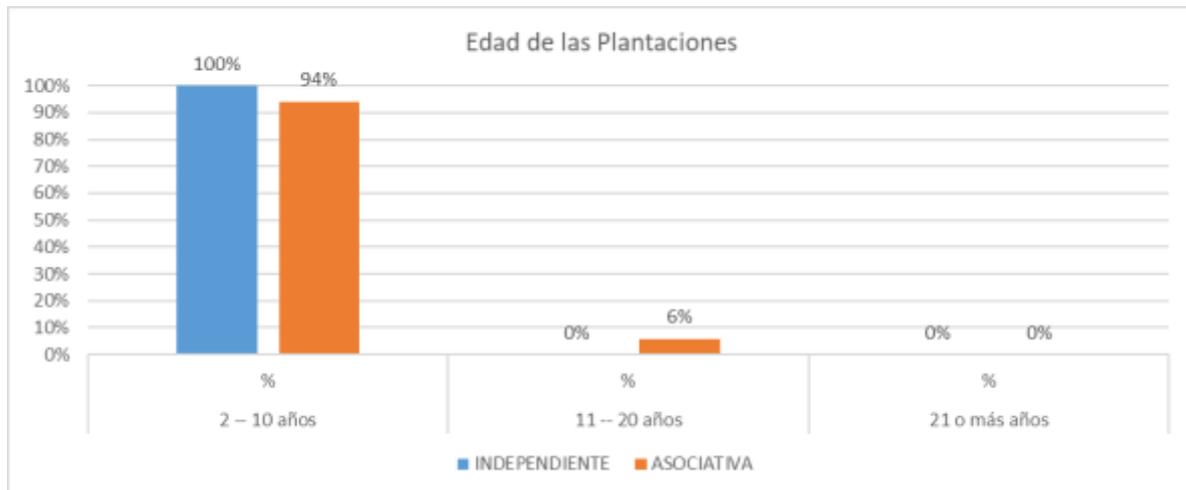
Tabla 95: Edad de las plantaciones de café

VARIABLE	2 -- 10 años		11 -- 20 años		21 o más años		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	100%	0	0%	0	0%	9	35%
ASOCIATIVA	16	94%	1	6%	0	0%	17	65%
TOTAL	25	96%	1	4%	0	0%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 64: Edad de las plantaciones de café



Fuente: Tabla 95

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 73

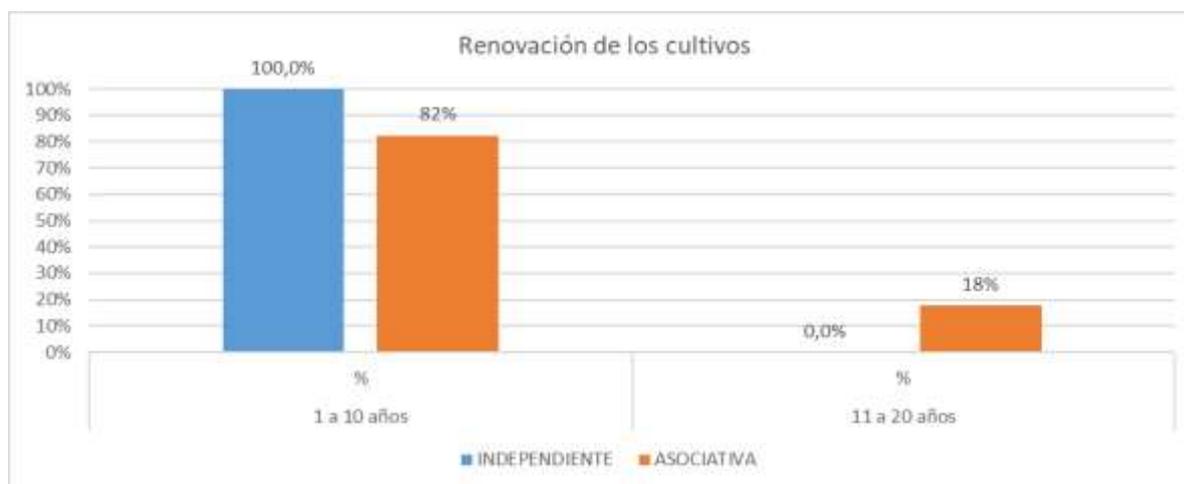
Tabla 96: Tiempo de renovación de cultivo

VARIABLE	1 a 10 años		11 a 20 años		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	100,0%	0	0,0%	9	35%
ASOCIATIVA	14	82%	3	18%	17	65%
TOTAL	23	88%	3	12%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 65: Tiempo de renovación de cultivo



Fuente: Tabla 96

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 74

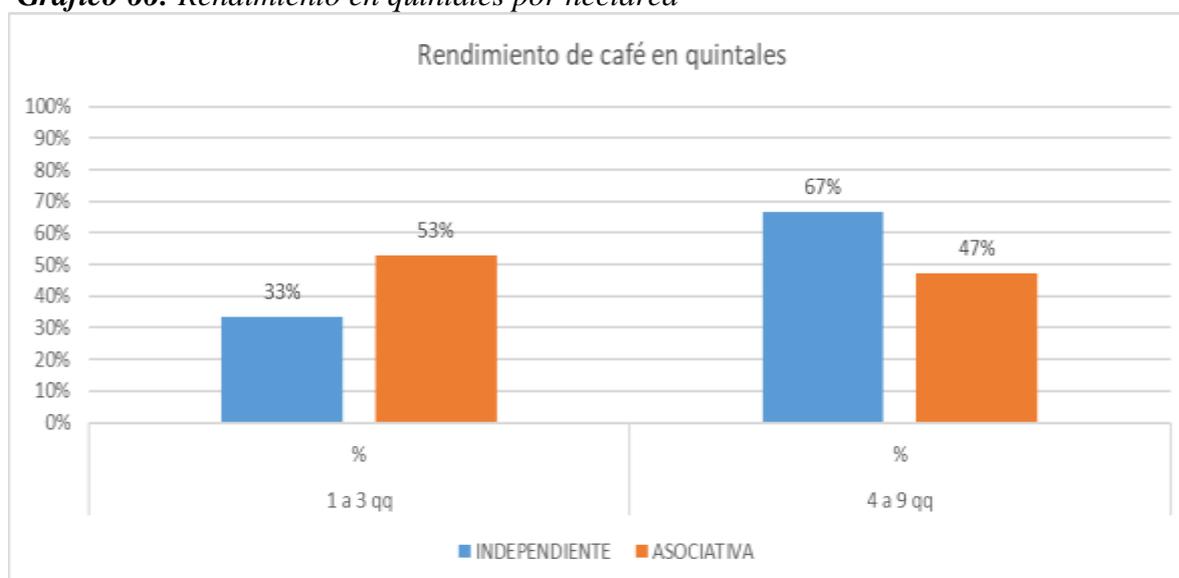
Tabla 97: Rendimiento en quintales por hectárea

VARIABLE	1 a 3 qq		4 a 9 qq		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	33%	6	67%	9	35%
ASOCIATIVA	9	53%	8	47%	17	65%
TOTAL	12	46%	14	54%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 66: Rendimiento en quintales por hectárea



Fuente: Tabla 97

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 75

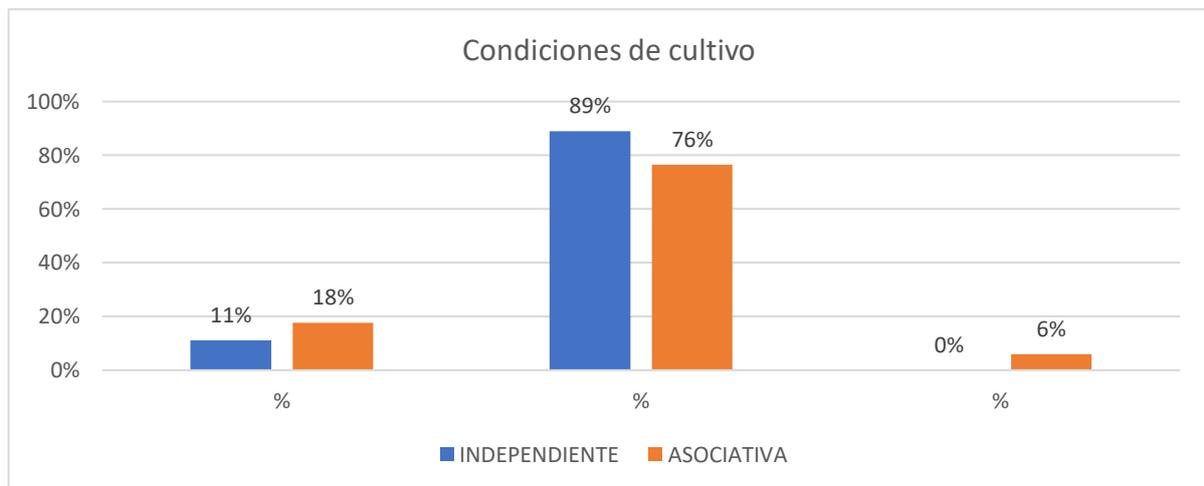
Tabla 98: Condiciones del cultivo

VARIABLE	Riego		Temporal		Ambos		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	11%	8	89%	0	0%	9	35%
ASOCIATIVA	3	18%	13	76%	1	6%	17	65%
TOTAL	4	15%	21	81%	1	4%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 67: Condiciones del cultivo



Fuente: Tabla 98

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 76

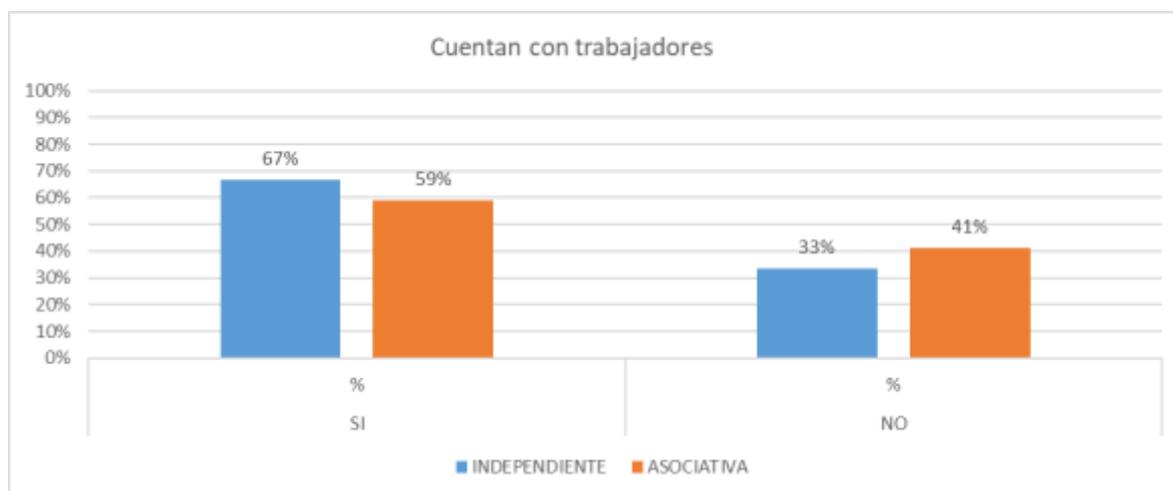
Tabla 99: Cuentan con trabajadores

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	6	67%	3	33%	9	35%
ASOCIATIVA	10	59%	7	41%	17	65%
TOTAL	16	62%	10	38%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 68: Cuentan con trabajadores



Fuente: Tabla 99

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 77

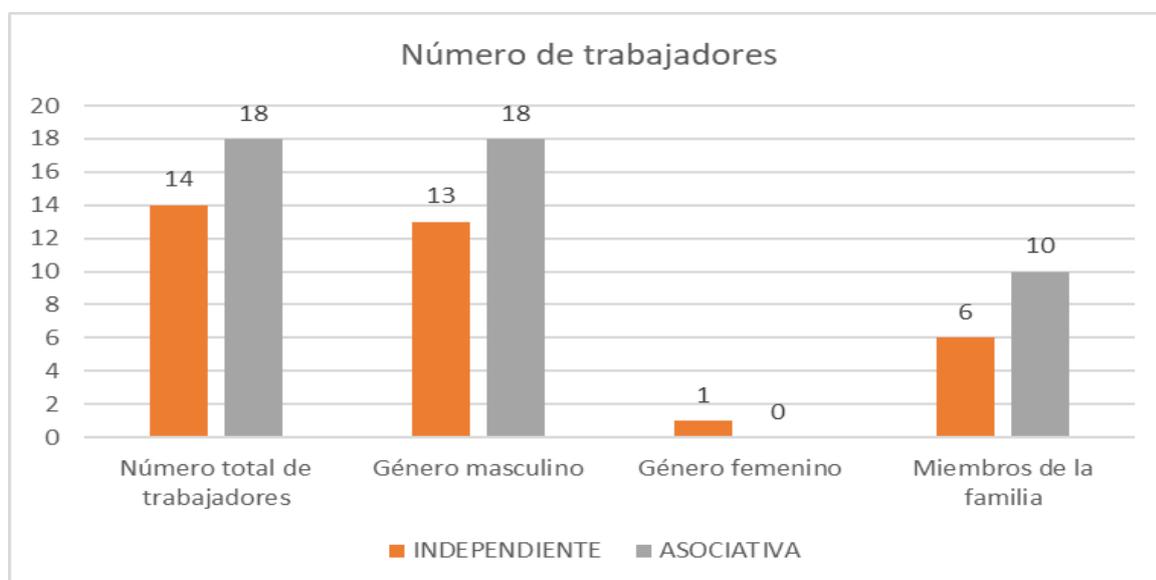
Tabla 100: Número de trabajadores

VARIABLE MODALIDAD	Número total de trabajadores	Género masculino	Género femenino	Miembros de la familia
INDEPENDIENTE	14	13	1	6
ASOCIATIVA	18	18	0	10
TOTAL	32	31	1	16

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 69: Número de trabajadores



Fuente: Tabla 100

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 78

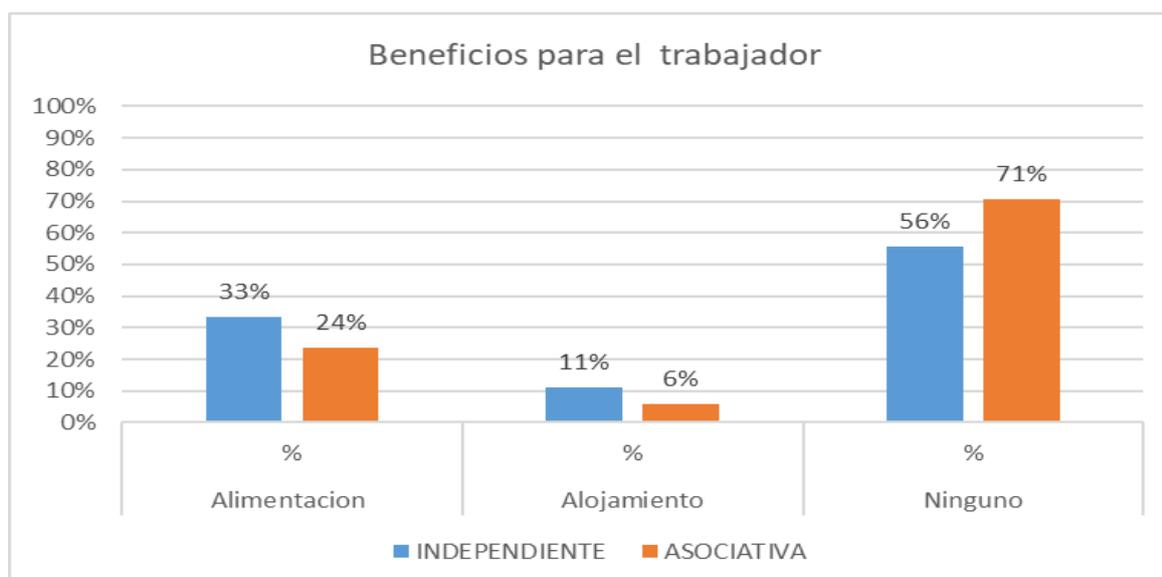
Tabla 101: Beneficios para el trabajador

VARIABLE	Alimentación		Alojamiento		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	33%	1	11%	5	56%	9	35%
ASOCIATIVA	4	24%	1	6%	12	71%	17	65%
TOTAL	7	27%	2	8%	17	65%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 70: Beneficios para el trabajador



Fuente: Tabla 101

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 79

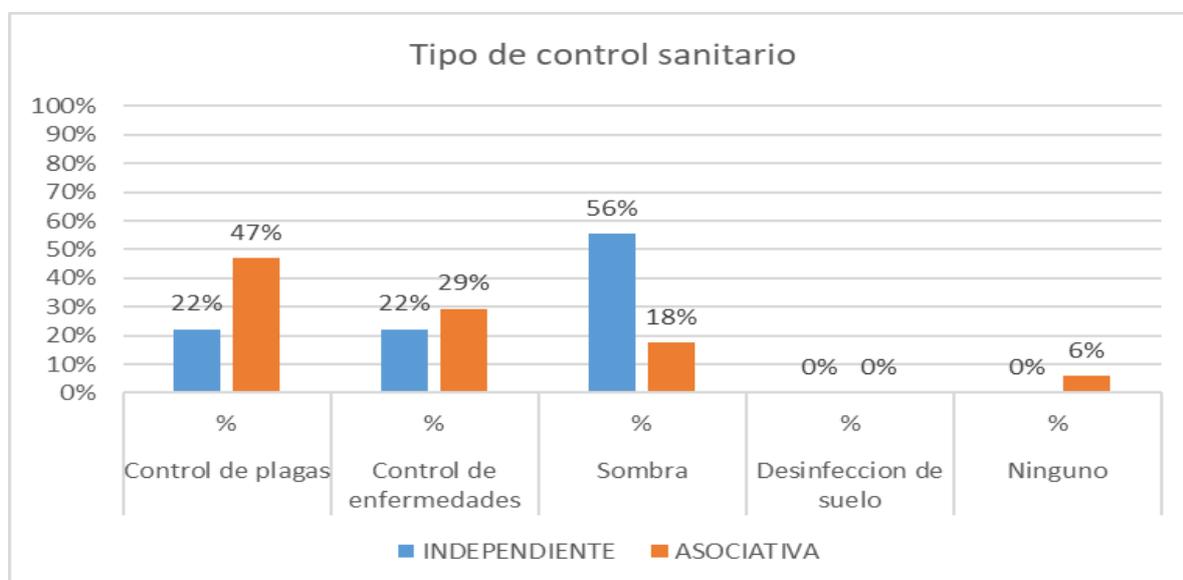
Tabla 102: Tipo de control sanitario

VARIABLE	Control de plagas		Control de enfermedades		Sombra		Desinfección de suelo		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	22%	2	22%	5	56%	0	0%	0	0%	9	35%
ASOCIATIVA	8	47%	5	29%	3	18%	0	0%	1	6%	17	65%
TOTAL	10	38%	7	27%	8	31%	0	0%	1	4%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 71: Tipo de control sanitario



Fuente: Tabla 102

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 80

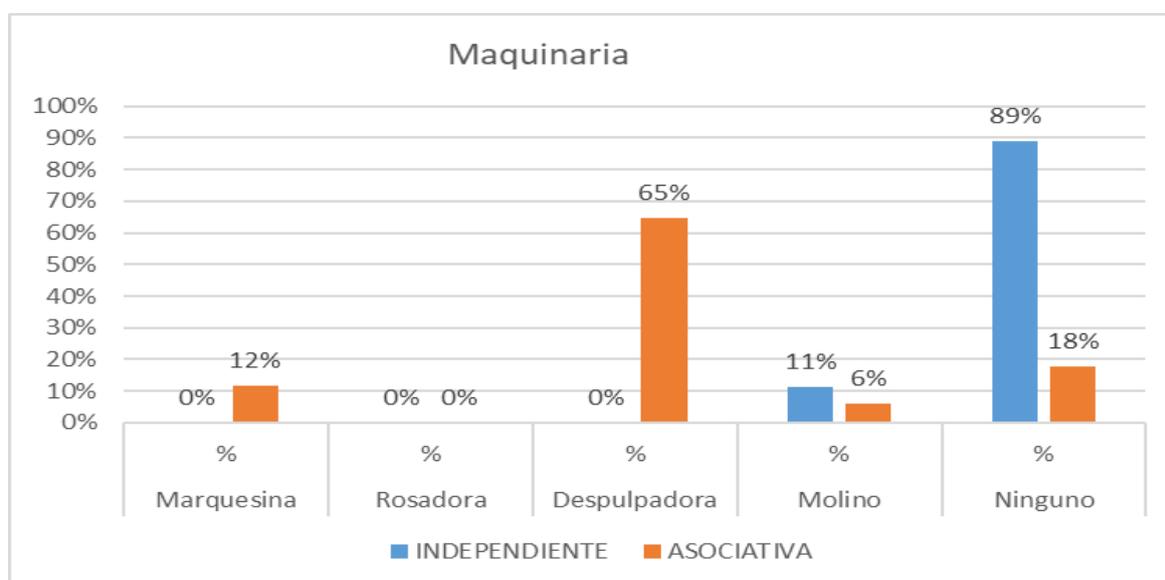
Tabla 103: Maquinaria

VARIABLE	Marquesina		Rozadora		Despulpadora		Molino		Ninguno		TOTAL	
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	0	0%	0	0%	0	0%	1	11%	8	89%	9	35%
ASOCIATIVA	2	12%	0	0%	11	65%	1	6%	3	18%	17	65%
TOTAL	2	8%	0	0%	11	42%	2	8%	11	42%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 72: Maquinaria



Fuente: Tabla 103

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 81

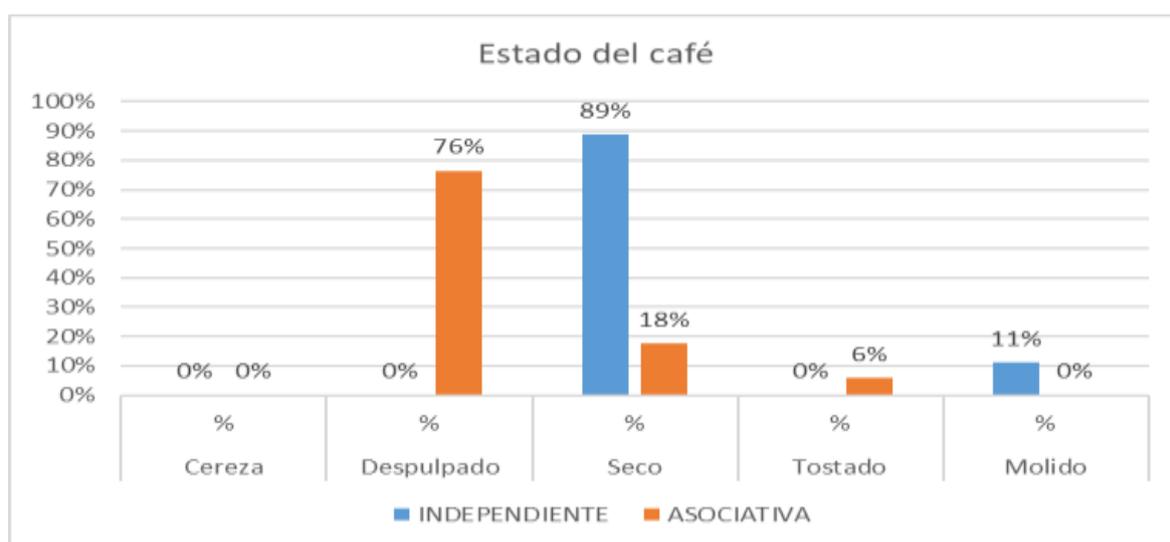
Tabla 104: Estado del café

VARIABLE	Cereza		Despulpado		Seco		Tostado		Molido		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	0	0%	0	0%	8	89%	0	0%	1	11%	9	35%
ASOCIATIVA	0	0%	13	76%	3	18%	1	6%	0	0%	17	65%
TOTAL	0	0%	13	50%	11	42%	1	4%	1	4%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 73: Estado del café



Fuente: Tabla 104

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 82

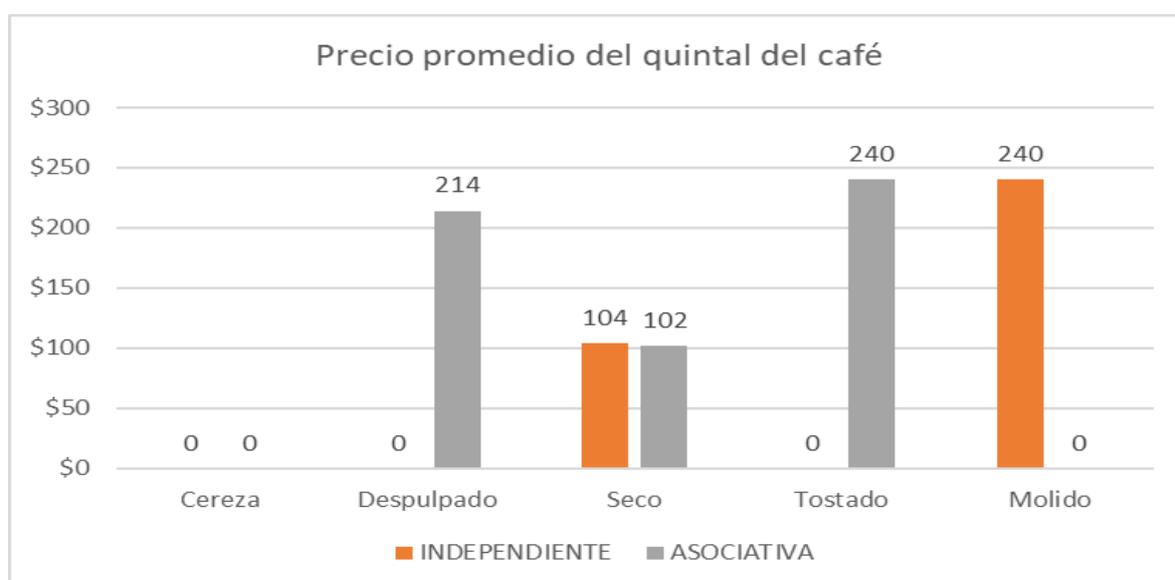
Tabla 105: Precio promedio del quintal de café

VARIABLE	Cereza	Despulpado	Seco	Tostado	Molido
MODALIDAD					
INDEPENDIENTE	0	0	104	0	240
ASOCIATIVA	0	214	102	240	0
TOTAL	0	214	205	240	240

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 74: Precio promedio del quintal de café



Fuente: Tabla 105

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 83

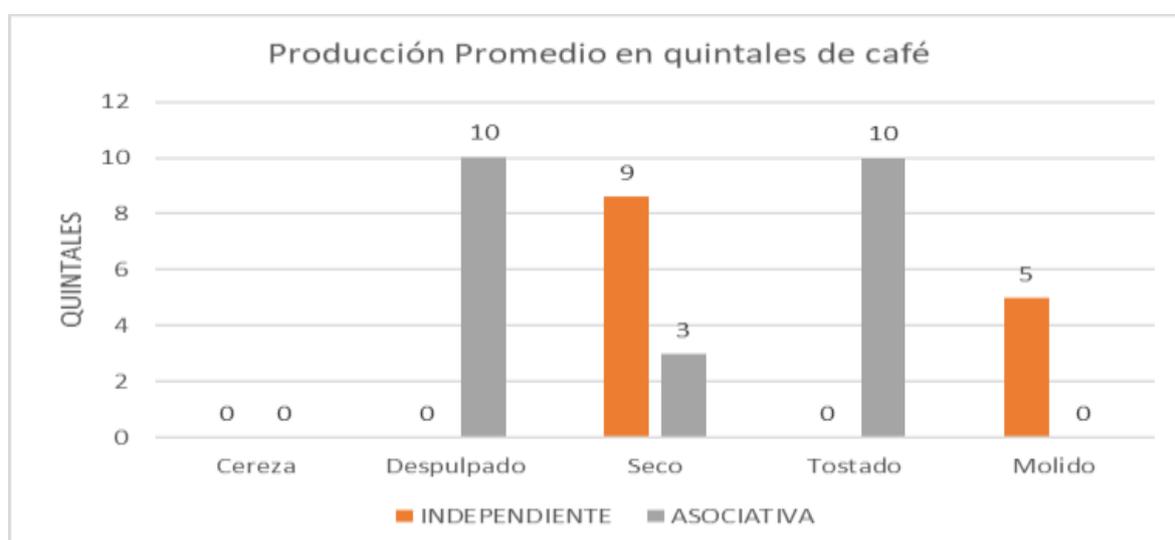
Tabla 106: Producción promedio en quintales de café

VARIABLE	Cereza	Despulpado	Seco	Tostado	Molido
MODALIDAD					
INDEPENDIENTE	0	0	9	0	5
ASOCIATIVA	0	10	3	10	0
TOTAL	0	10	12	10	5

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 75: Producción promedio en quintales de café



Fuente: Tabla 106

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 84

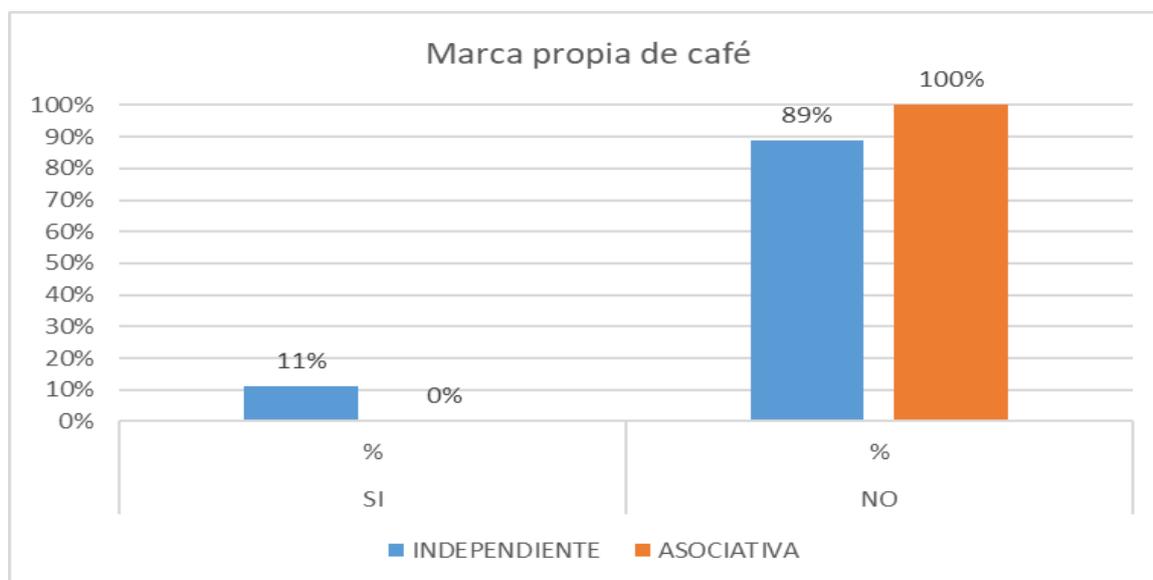
Tabla 107: Marca propia de café

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	11%	8	89%	9	35%
ASOCIATIVA	0	0%	17	100%	17	65%
TOTAL	1	4%	25	96%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 76: Marca propia de café



Fuente: Tabla 107

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 85

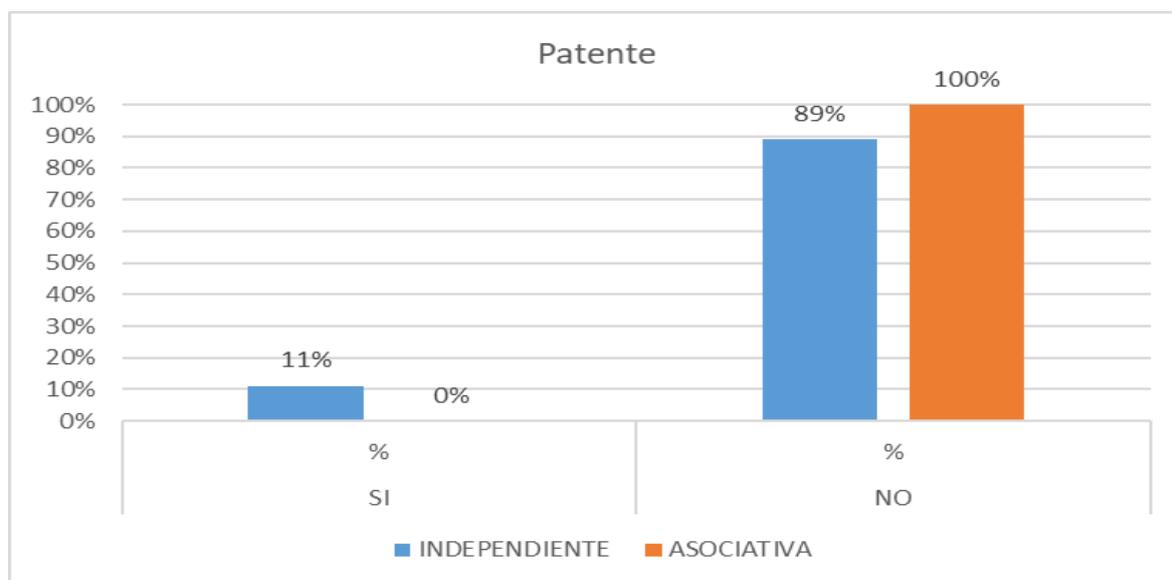
Tabla 108: La marca tiene permisos de comercialización (Patente)

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	11%	8	89%	9	35%
ASOCIATIVA	0	0%	17	100%	17	65%
TOTAL	1	4%	25	96%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 77: La marca tiene permisos de comercialización (Patente)



Fuente: Tabla 108

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 86

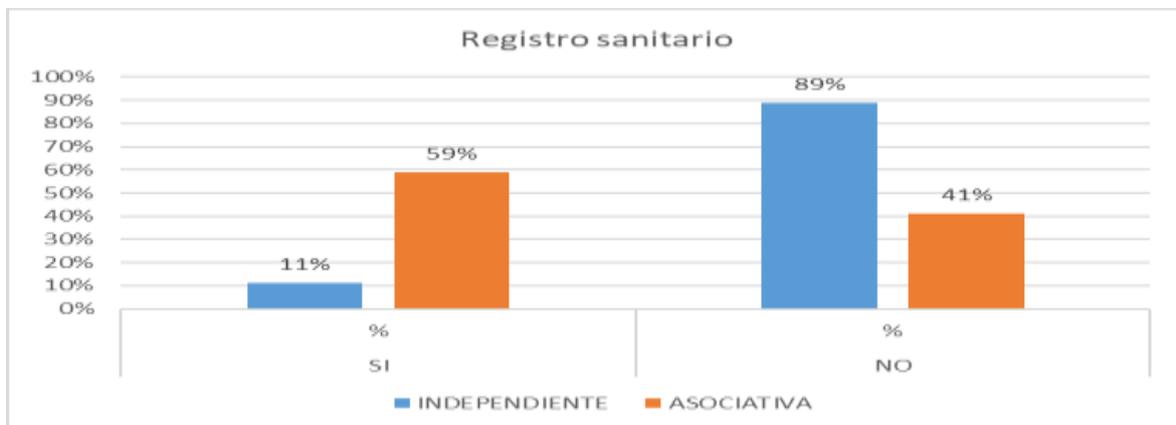
Tabla 109: Cuenta con registro sanitario

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	11%	8	89%	9	35%
ASOCIATIVA	10	59%	7	41%	17	65%
TOTAL	11	42%	15	58%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 78: Cuenta con registro sanitario



Fuente: Tabla 109

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 87

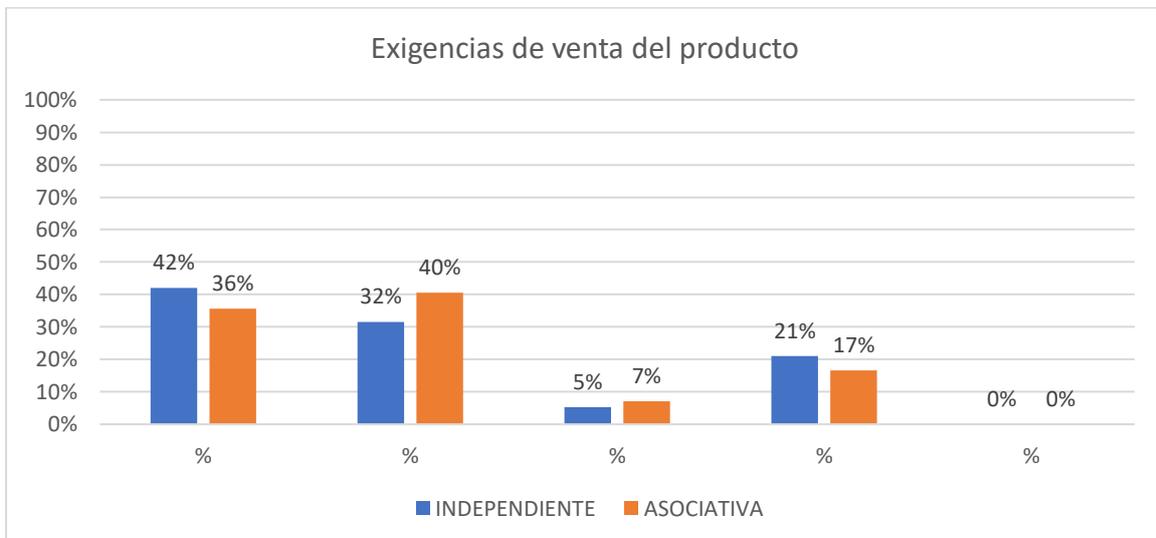
Tabla 110: Bajo que exigencias vende el producto

VARIABLE	Aroma del café		Tamaño del grano		Certificación de calidad		Peso del café		Color del tostado		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	8	42%	6	32%	1	5%	4	21%	0	0%	19	31%
ASOCIATIVA	15	36%	17	40%	3	7%	7	17%	0	0%	42	69%
TOTAL	23	38%	23	38%	4	7%	11	18%	0	0%	61	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 79: Bajo que exigencias vende el producto



Fuente: Tabla 110

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 88

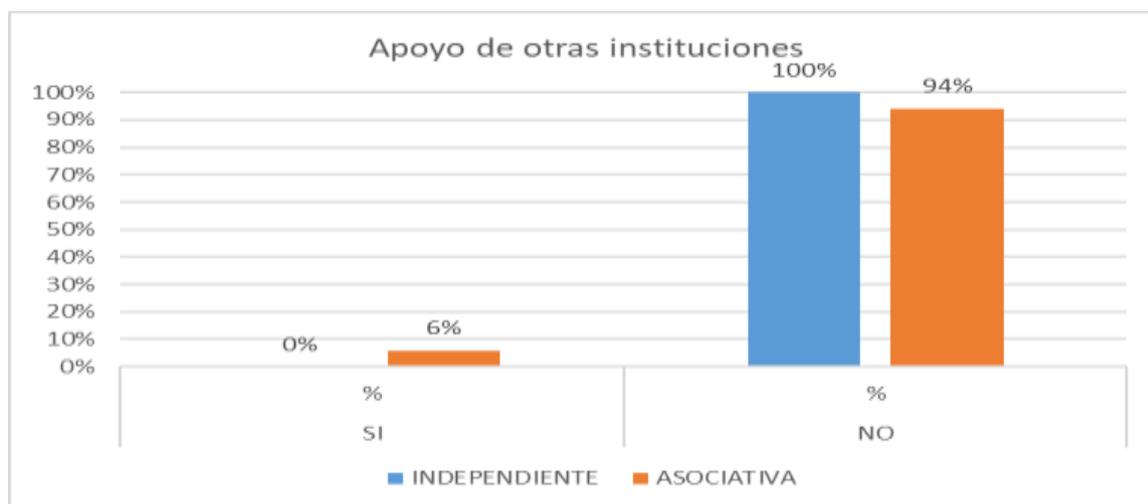
Tabla 111: Recibe ayuda de otras instituciones

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	0	0%	9	100%	9	35%
ASOCIATIVA	1	6%	16	94%	17	65%
TOTAL	1	4%	25	96%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 80: Recibe ayuda de otras instituciones



Fuente: Tabla 111

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 89

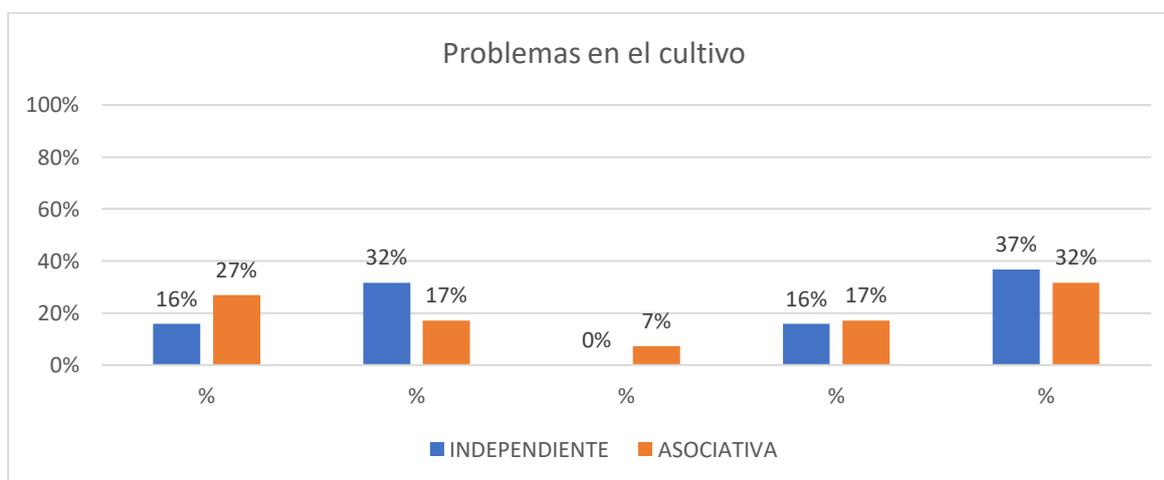
Tabla 112: Problemas en el cultivo

VARIABLE	Cambios Climáticos		Precios Inestables		Financiamiento		Problemas de riego		Enfermedades en el cultivo		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	16%	6	32%	0	0%	3	16%	7	37%	19	32%
ASOCIATIVA	11	27%	7	17%	3	7%	7	17%	13	32%	41	68%
TOTAL	14	23%	13	22%	3	5%	10	17%	20	33%	60	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 81: Problemas en el cultivo



Fuente: Tabla 112

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 90

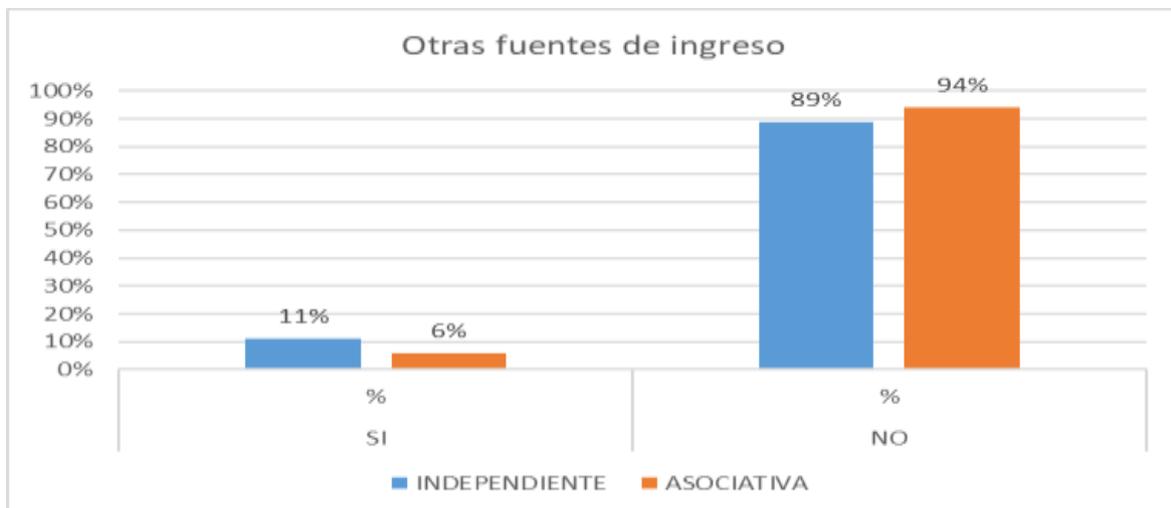
Tabla 113: Otra fuente de ingreso

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	11%	8	89%	9	35%
ASOCIATIVA	1	6%	16	94%	17	65%
TOTAL	2	8%	24	92%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 82: Otra fuente de ingreso



Fuente: Tabla 113

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 91

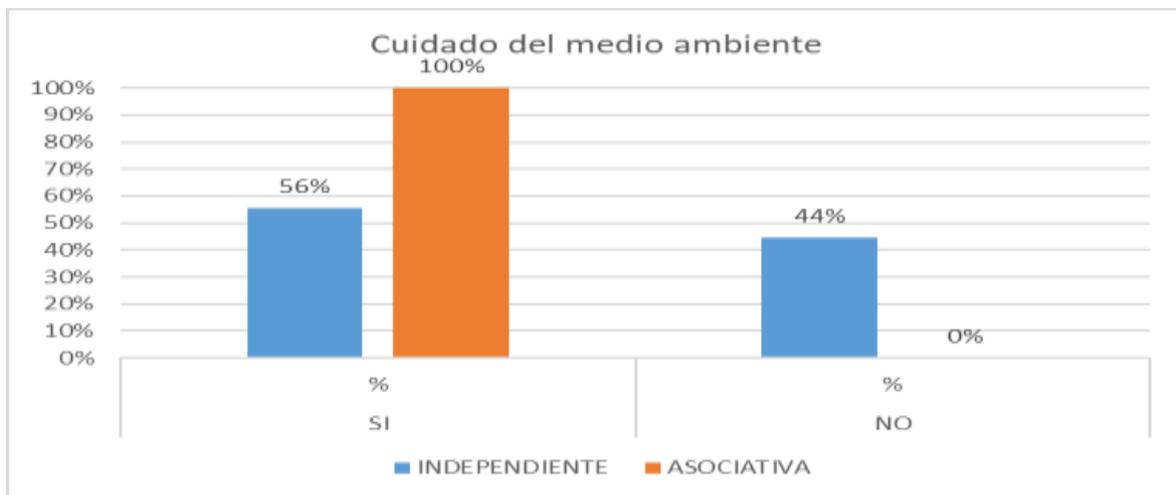
Tabla 114: Cuidado del medio ambiente

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	56%	4	44%	9	35%
ASOCIATIVA	17	100%	0	0%	17	65%
TOTAL	22	85%	4	15%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 83: Cuidado del medio ambiente



Fuente: Tabla 114

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 92

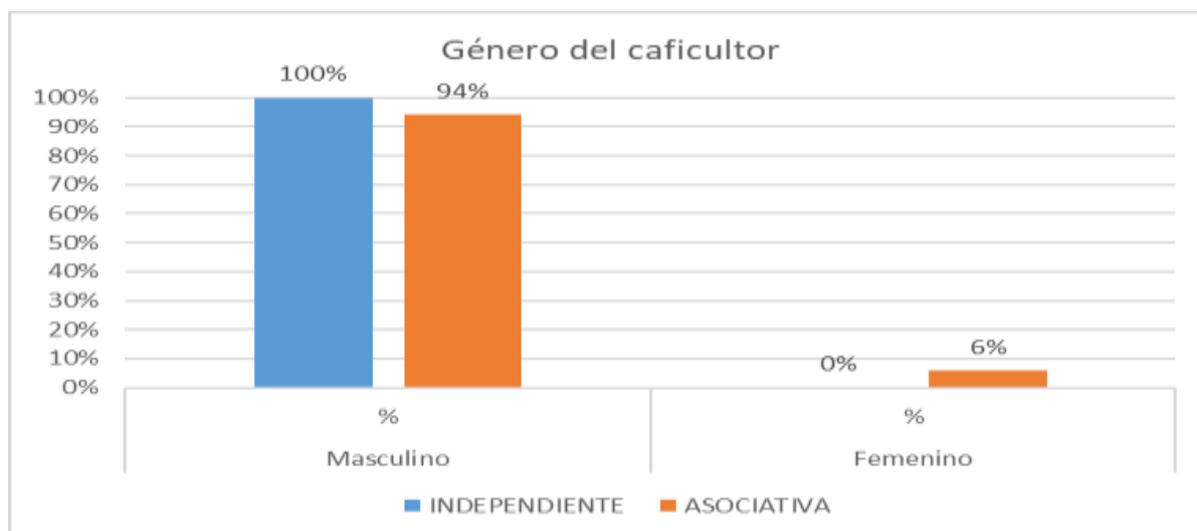
Tabla 115: Género del caficultor

VARIABLE	Masculino		Femenino		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	100%	0	0%	9	35%
ASOCIATIVA	16	94%	1	6%	17	65%
TOTAL	25	96%	1	4%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 84: Género del caficultor



Fuente: Tabla 115

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 93

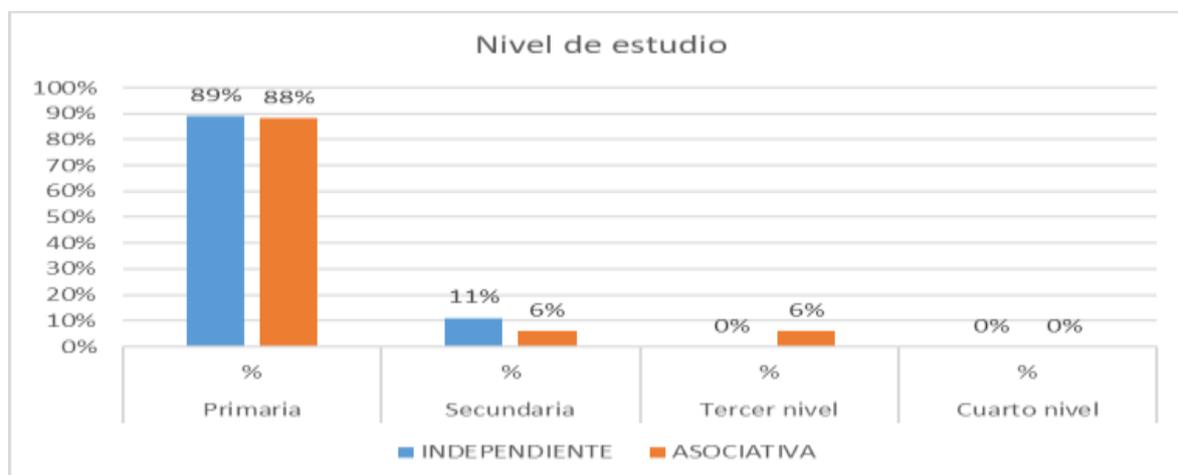
Tabla 116: Nivel de educación del caficultor

VARIABLE	Primaria		Secundaria		Tercer nivel		Cuarto nivel		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	8	89%	1	11%	0	0%	0	0%	9	35%
ASOCIATIVA	15	88%	1	6%	1	6%	0	0%	17	65%
TOTAL	23	88%	2	8%	1	4%	0	0%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 85: Nivel de educación del caficultor



Fuente: Tabla 116

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 94

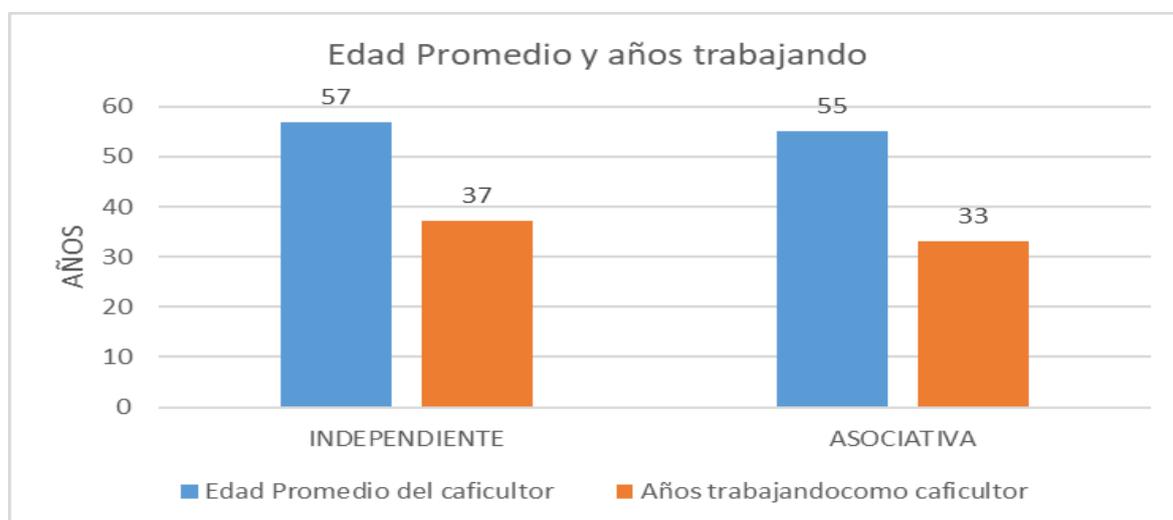
Tabla 117: *Edad promedio y años como caficultor*

VARIABLE	Edad Promedio del caficultor	Años trabajando como caficultor
MODALIDAD		
INDEPENDIENTE	57	37
ASOCIATIVA	55	33
TOTAL	56	35

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 86: *Edad promedio y años como caficultor*



Fuente: Tabla 117

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 95

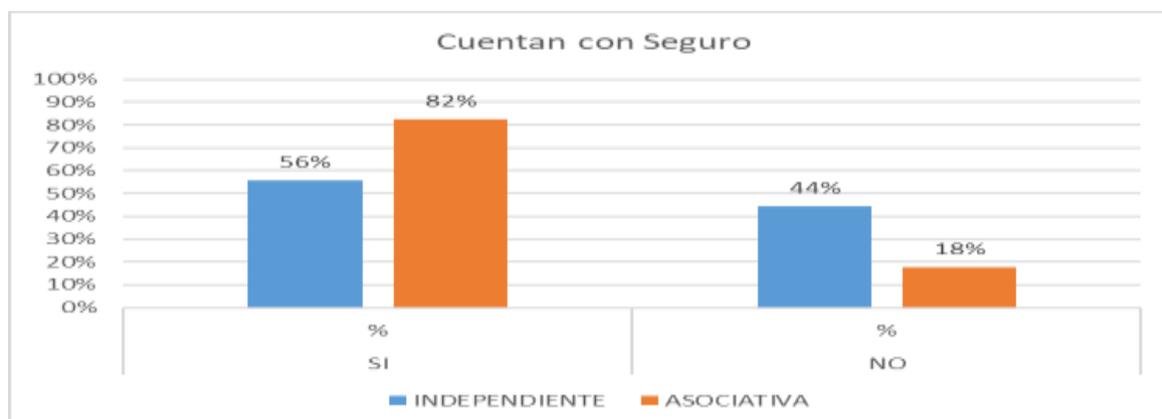
Tabla 118: Cuentan con seguro

VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	56%	4	44%	9	35%
ASOCIATIVA	14	82%	3	18%	17	65%
TOTAL	19	73%	7	27%	26	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 87: Cuentan con seguro



Fuente: Tabla 118

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 96

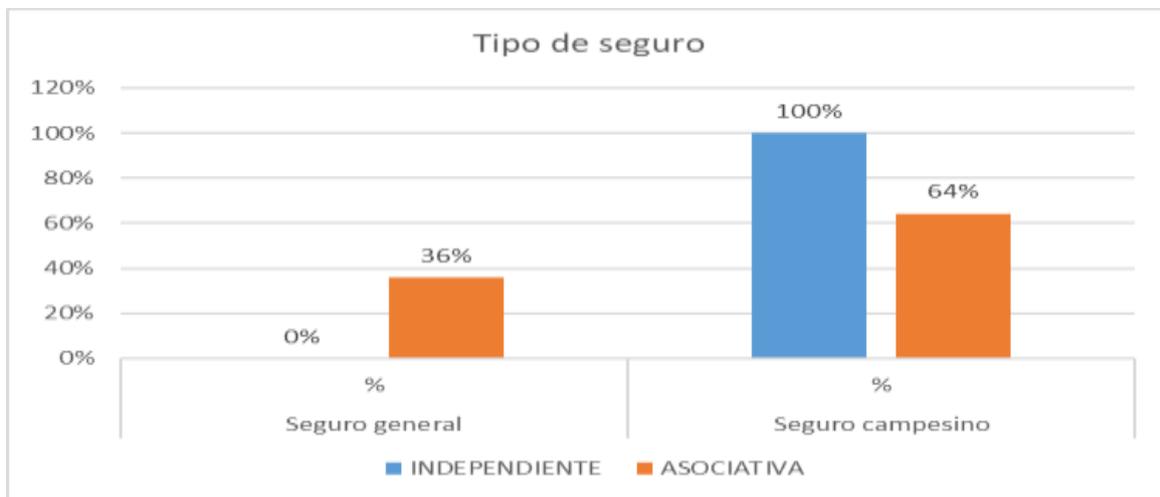
Tabla 119: Tipo de seguro

VARIABLE	Seguro general		Seguro campesino		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	0	0%	5	100%	5	26%
ASOCIATIVA	5	36%	9	64%	14	74%
TOTAL	5	26%	14	74%	19	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Gráfico 88: Tipo de seguro



Fuente: Tabla 119

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 97

Tabla 120: Listado de productores independientes del cantón Marcabelí

NOMBRE DEL PRODUCTOR	PARROQUIA
Mario Onofre Campoverde	El Ingenio
Andrés de los Ángeles Torres Torres	Marcabelí
Andrés Torres	Marcabelí
Juan José Crespo	Marcabelí
Feliciano Francelin Mendoza Asunción	Marcabelí
Urbino Aguilar	Marcabelí
Luis Paladines	Marcabelí
Luis Adalberto Ríos Ríos	Marcabelí
Andrés Velásquez	Marcabelí

Tabla 121: Listado de productores asociados del cantón Marcabelí

NOMBRE DEL PRODUCTOR	PARROQUIA
Víctor Hugo Romero Romero	Marcabelí
Gustavo Moreno Ríos	Marcabelí
Santos Benigno Ramos	Marcabelí
Romero Romero Cecilia María	Marcabelí
Florentino Balcázar Cuenca León	Marcabelí
Manuel Jesús Vargas	Marcabelí
Hernán Jonathan Cabrera Ríos	Marcabelí
Ángel Valarezo	El Ingenio
Walter Valarezo	El Ingenio
Víctor Olmedo Moreno Castillo	El Ingenio
Ítalo Cabrera	Marcabelí
Luis Enrique Elizalde	El Ingenio
Carlos Hortensio Moreno	El Ingenio
José Efraín Campoverde	El Ingenio
Vargas Cabrera Francisco	Marcabelí
Máximo Feijoo	El Ingenio
Olger Sebastián	Marcabelí

Anexos de proveedores de los cantones Balsas y Marcabelí

Tabulación de proveedores del cantón Balsas

Anexo 98

Tabla 122: Tipo de proveedor

Semilla		Maquinaria		Productos Agropecuarios		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 99

Tabla 123: Origen del producto

Nacional		Internacional		Total	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 100

Tabla 124: Necesita permiso para su funcionamiento

Si		No		Total	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 101

Tabla 125: Local

Propio		Arrendado		Total	
F	%	F	%	F	%
0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Steven Danilo Barros

*Anexo 102***Tabla 126: Garantía**

Devoluciones por defecto		Asistencia técnica		Capacitaciones		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
1	50%	0	0%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores**Elaboración:** Steven Danilo Barros*Anexo 103***Tabla 127: Listado de proveedores**

Nombre del proveedor	Dirección
Fausto Apolo	Calle Sucre
Israel Gustavo Campoverde	Av.Galarza y Machala esq

Fuente: Encuesta a proveedores**Elaboración:** Steven Danilo Barros**Tabulación de proveedores del cantón Marcabelí***Anexo 104***Tabla 128: Tipo de proveedor**

Semilla		Maquinaria		Productos Agropecuarios		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	0	0%	4	100%	4	100%

Fuente: Encuesta a proveedores**Elaboración:** Steven Danilo Barros*Anexo 105***Tabla 129: Origen del producto**

Nacional		Internacional		Total	
F	%	F	%	F	%
4	100%	0	0%	4	100%

Fuente: Encuesta a proveedores**Elaboración:** Steven Danilo Barros

Anexo 106**Tabla 130: Necesita permiso para su funcionamiento**

Si		No		Total	
F	%	F	%	F	%
4	100%	0	0%	4	100%

Fuente: Encuesta a proveedores**Elaboración:** Steven Danilo Barros**Anexo 107****Tabla 131: Local**

Propio		Arrendado		Total	
F	%	F	%	F	%
2	50%	2	50%	4	100%

Fuente: Encuesta a proveedores**Elaboración:** Steven Danilo Barros**Anexo 108****Tabla 132: Garantía**

Devoluciones por defecto		Asistencia técnica		Capacitaciones		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	2	50%	2	50%	4	100%

Fuente: Encuesta a proveedores**Elaboración:** Steven Danilo Barros**Anexo 109****Tabla 133: Listado de proveedores**

Nombre del proveedor	Dirección
Patricia Palma	Parque central
José Romero	Calle Canónimo Aguilar
Julia Loaiza	Manuel Gallardo
Janio Torres	Mercado municipal

Fuente: Encuesta a proveedores**Elaboración:** Steven Danilo Barros

Anexos de acopiadores de los cantones Balsas y Marcabellí

Tabulación de acopiadores del cantón Balsas

Anexo 110

Tabla 134: Estado del café

Cereza		Despulpado		Seco		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
1	100%	0	0%	0	0%	1	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 111

Tabla 135: Precio de compra quintal

Cereza	Despulpado	Seco
\$ -	\$ -	\$ 100,00

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 112

Tabla 136: Procesa el café

Si		No		Total	
F	%	F	%	F	%
1	100%	0	0%	1	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Anexo 113

Tabla 137: Tipo de acuerdo

Relación contractual establecida formalmente		Relación esporádica no formal		Relación exclusiva		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	1	100%	0	0%	1	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

*Anexo 114**Tabla 138: Listado de acopiadores*

Nombre del proveedor	Dirección
Santiago Suárez	Calle municipalidad

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

Tabulación de acopiadores del cantón Marcabelí*Anexo 115**Tabla 139: Estado del café*

Cereza		Despulpado		Seco		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

*Anexo 116**Tabla 140: Precio de compra quintal*

Cereza	Despulpado	Seco
\$ -	\$ -	\$ 100,00

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

*Anexo 117**Tabla 141: Procesa el café*

Si		No		Total	
F	%	F	%	F	%
0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

*Anexo 118**Tabla 142: Tipo de acuerdo*

Relación contractual establecida formalmente		Relación esporádica no formal		Relación exclusiva		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

*Anexo 119**Tabla 143: Listado de acopiadores*

Nombre del proveedor	Dirección
Santiago Suárez	Centenario
Jairo Córdova	Imbabura

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

*Anexos de transformadores de los cantones Balsas y Marcabelí***Tabulación de transformadores del cantón Balsas***Anexo 120**Tabla 144: Compra de materia prima*

Productor independiente		Acopiador independiente		Acopiadores asociados		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
4	100%	0	0%	0	0%	4	100%

Fuente: Encuesta a transformadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

*Anexo 121**Tabla 145: Maquinaria*

Molino industrial		Balanza electrónica		Tostadora		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
4	100%	4	100%	4	100%	4	100%

Fuente: Encuesta a transformadores

Elaboración: Steven Danilo Barros

*Anexo 122***Tabla 146:** *Forma de contabilidad*

Contadora		Manera Empírica		No lleva		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	3	75%	1	25%	4	100%

Fuente: Encuesta a transformadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros*Anexo 123***Tabla 147:** *Listado de transformadores*

Nombre del proveedor	Dirección
Juan Carlos Sánchez Valarezo	Centro
Fanny Gallardo Armijos	La Alborada
Guido Gerardo Galarza Azansa	Casa Blanca
Alexandra Loyola Feijoo	Balsas

Fuente: Encuesta a transformadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros**Tabulación de transformadores del cantón Marcabelí***Anexo 124***Tabla 148:** *Compra de materia prima*

Productor independiente		Acopiador independiente		Acopiadores asociados		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
3	100%	0	0%	0	0%	3	100%

Fuente: Encuesta a transformadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros*Anexo 125***Tabla 149:** *Maquinaria*

Molino industrial		Balanza electrónica		Tostadora		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
3	100%	3	100%	3	100%	3	100%

Fuente: Encuesta a transformadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros

*Anexo 126***Tabla 150: Forma de contabilidad**

Contadora		Manera Empírica		No lleva		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	2	67%	1	33%	3	100%

Fuente: Encuesta a transformadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros*Anexo 127***Tabla 151: Listado de transformadores**

Nombre del proveedor	Dirección
Andrés de los Ángeles Torres Torres	Miraflores
Mario Enrique Ramírez	Jaime Roldós
Luis Jacinto	Pablo Orozco

Fuente: Encuesta a transformadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros*Anexos de comercializadores de los cantones Balsas y Marcabelí***Tabulación de comercializadores del cantón Balsas***Anexo 128***Tabla 152: Tipo de venta**

Al por mayor		Al por menor		Total	
F	%	F	%	F	%
0	0%	4	100%	4	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros*Anexo 129***Tabla 153: Precio del café**

Cantidad	Molido	Tostado
1 libra	\$ 2,50	\$ 2,25

Fuente: Encuesta a comercializadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros

*Anexo 130***Tabla 154: Exigencias del comprador**

Aroma		Color		Total	
F	%	F	%	F	%
3	75%	1	25%	4	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros*Anexo 131***Tabla 155: Marca propia**

Si		No		Total	
F	%	F	%	F	%
2	50%	2	50%	4	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros*Anexo 132***Tabla 156: Listado de comercializadores**

Nombre del proveedor	Dirección
Junior Oswaldo Hidalgo León	Calle municipalidad
Juan Carlos Sánchez Valarezo	Centro
María Ramírez	Bellamaria
Guido Gerardo Galarza Asanza	Casa Blanca

Fuente: Encuesta a comercializadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros**Tabulación de comercializadores del cantón Marcabelí***Anexo 133***Tabla 157: Tipo de venta**

Al por mayor		Al por menor		Total	
F	%	F	%	F	%
0	0%	4	100%	4	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros

Anexo 134**Tabla 158: Precio del café**

Cantidad	Molido	Granel
1 libra	\$ 2,70	\$ 2,00

Fuente: Encuesta a comercializadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros**Anexo 135****Tabla 159: Exigencias del comprador**

Aroma		Color		Total	
F	%	F	%	F	%
4	100%	0	0%	4	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros**Anexo 136****Tabla 160: Marca propia**

Si		No		Total	
F	%	F	%	F	%
2	50%	2	50%	4	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros**Anexo 137****Tabla 161: Listado de comercializadores**

Nombre del proveedor	Dirección
Mario Enrique Ramírez	Jaime Roldós
Collaguazo Galarza Silvia Paola	Nueva Esperanza
Luis Jacinto	Pablo Orozco
Andrés de Los Ángeles Torres Torres	Miraflores

Fuente: Encuesta a comercializadores**Elaboración:** Steven Danilo Barros

*Anexo 138***Entrevista para presidente de asociaciones de caficultores (APECAM)**

Nombre: Sr. Álvaro Nole

Nombre de la Asociación: APECAM

Ubicación: Km 1 vía a Balsas

Teléfono: 0980860173

Correo electrónico: apecam99org@hotmail.com

Fecha de creación:2010

¿Con cuántos socios iniciaron?

Se inicio con 76 socios aproximadamente

¿Cuántos socios tienen ahora?

Aproximadamente cuenta con 86 socios

¿Por cuánto tiempo está en la Presidencia?

2 años en la presidencia

¿Tienen Estatutos?

Sí, la asociación tiene estatutos, ya que cuenta con una marca de café que lleva varios años en el mercado.

1. ¿Cuánto tiempo dura la Presidencia?

La presidencia dura periodo de 4 años y de ahí se renueva.

2. ¿Cuáles son los objetivos que tiene la Asociación?

El objetivo principal es lograr la mejoría económica de los socios mediante el cultivo de café y por ende ayudar a la población a consumir un producto sin químico.

3. ¿Se han cumplido los objetivos?

Si al momento gracias a Dios ya tenemos el certificado orgánico de una empresa extranjera.

4. ¿Qué objetivo(s) ha(n) sido difícil(es) de lograr(s)?

Realmente el ser orgánico ha sido un poco complicado porque hemos tenido que sufrir bastante esperando más de 3 años, pero lo hemos conseguido.

5. ¿Quiénes conforman la junta directiva?

La junta directiva está formada por el presidente, vicepresidente, administrador y vocales principales.

6. ¿Cada qué tiempo se reúne la directiva?

Nosotros tenemos reuniones mensuales y una reunión general al año.

7. ¿Cómo está formada la estructura organizacional?

Está definida por sus divisiones en departamentos y la línea de autoridad, pero también por las interacciones espontáneas que surgen entre todos sus individuos.

8. ¿Cómo se toman las decisiones?

Como presidente tengo la potestad para tomar decisiones en términos menores, ya cuando es algo grande nos reunimos en una asamblea general.

9. ¿Qué tipo de asesores le orientan? (Contador, Abogado, Técnico, Ing. En Agricultura, otro.)

Tenemos un abogado y una contadora.

10. ¿Cada qué tiempo realizan las Asambleas?

La asamblea general la realizamos una vez al año.

11. ¿Qué beneficios tienen los Asociados?

Los beneficios de que tienen acceso a un mercado fijo donde los precios están por encima referente al mercado nacional.

12. ¿Cuáles son los requisitos para ser Socios?

Primeramente, la decisión de ser orgánicos.

13. ¿Cuáles son las causas por las que se retiran los socios de la Asociación? ¿Qué trámites realizan para su retiro?

No hasta el momento más bien se han sumado más caficultores a nuestra asociación.

14. ¿Qué problemas tienen los caficultores?

Uno de los grandes problemas es el manejo de las plagas, no existe mucha experimentación en temas orgánico para combatir estas plagas, aunque estamos trabajando en eso para crear insecticidas, fungicidas orgánicos.

15. ¿Qué tipo de actores tienen en sus manos la solución de estos problemas?

Trabajamos en una biofábrica experimentando con productos orgánicos para combatir estas enfermedades.

16. ¿Qué tipo de financiamiento tienen para sus actividades? (Asociación)

Se realizan préstamos y también se obtiene capital de la venta del café.

17. ¿De qué organizaciones reciben apoyo para sus actividades?

Hemos venido trabajando con el MAGAP y también con la prefectura de El Oro.

18. ¿En qué estado reciben el café?

Café lavado en grano

19. ¿Tienen una marca?

Café de especialidad APECAM

20. ¿La marca está registrada?

Si está registrada la marca

21. ¿La marca está patentada?

Si es patentada la marca

22. ¿Tienen registro sanitario?

Si contamos con registro sanitario

23. ¿Cuentan con algún tipo de certificación?

Si certificación orgánica

24. ¿Llevan un sistema de trazabilidad? ¿Qué herramientas utilizan?

Para cumplir con la certificación orgánica debemos cumplir con esos requisitos de trazabilidad.

25. ¿Se organizan ferias / exposiciones?

Si participamos en ferias organizadas por el MAGAP o cualquier organización tratamos de estar presentes exponiendo nuestro producto.

26. ¿Capacitan a sus asociados?

Si tratamos de hacerlo regularmente por lo general cada dos meses impartimos capacitaciones, pero por la pandemia hemos dejado de lado, pero ya empezaremos a retomar nuevamente cartas en el asunto.

27. ¿Las Ventas son regulares? ¿Qué forma contractual tienen con sus compradores?**¿Quiénes son sus principales clientes?**

Todas las ventas son detalladas con registro de compras y ventas, entre los principales compradores están Alemania, Canadá, Francia y Estados Unidos.

28. ¿En qué estado venden el café?

Se lo vende ya el grano lavado en pergamino.

29. ¿Se organizan reuniones entre vendedores y compradores?

Se llegan a acuerdos con respecto a las ventas y al producto.

30. ¿Qué tipos de tecnologías utilizan?

Trabajando de manera artesanal en lo respecto a temas orgánicos

31. ¿Han determinado los costos de Producción y Operación?

Aproximadamente un costo de producción de 160-170 dólares.

32. ¿Llevan contabilidad?

Si llevamos contabilidad.

33. ¿Cómo establecen los precios?

El precio lo establecen los clientes llegando a un acuerdo.

*Anexo 139***Entrevista para presidente de asociaciones de caficultores (ASPROAGEDA)**

Nombre: Sr. Klever Ríos

Nombre de la Asociación: ASPROAGEDA

Ubicación: Av. Manuel Gallardo. s/n Miguel Irrutable.

Teléfono: 0939055607

Correo electrónico: no disponible

Fecha de creación: 26/0/2016

¿Con cuántos socios iniciaron?

Se inicio con 25 socios aproximadamente

¿Cuántos socios tienen ahora?

Aproximadamente cuenta con 104 socios

¿Por cuánto tiempo está en la Presidencia?

4 años en la presidencia

¿Tienen Estatutos?

Sí, la asociación tiene estatus, ya que cuenta con una marca de café que lleva varios años en el mercado.

1. ¿Cuánto tiempo dura la Presidencia?

La presidencia dura periodo de 4 años y de ahí se renueva.

2. ¿Cuáles son los objetivos que tiene la Asociación?

El objetivo principal es comercializar un café de especialidad y lograr exportar el producto

3. ¿Se han cumplido los objetivos?

Si al momento estamos trabajando en los trámites para lograr la certificación orgánica para posteriormente poder exportar.

4. ¿Qué objetivo(s) ha(n) sido difícil(es) de lograr(s)?

Actualmente estamos trabajando en obtener la certificación orgánica.

5. ¿Quiénes conforman la junta directiva?

La junta directiva está conformada por, presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y vocales principales y vocales suplentes.

6. ¿Cada qué tiempo se reúne la directiva?

Se realiza por lo general cada 3 meses

7. ¿Cómo está formada la estructura organizacional?

Está definida por sus divisiones en departamentos y la línea de autoridad, pero también por las interacciones espontáneas que surgen entre todos sus individuos.

8. ¿Cómo se toman las decisiones?

De manera equitativa con la opinión de todos los miembros

9. ¿Qué tipo de asesores le orientan? (Contador, Abogado, Técnico, Ing. En Agricultura, otro.)

Técnicos de agricultura

10. ¿Cada qué tiempo realizan las Asambleas?

La asamblea general la realizamos una vez al año.

11. ¿Qué beneficios tienen los Asociados?

Los beneficios de que tienen es acceso a la maquinaria y insumos de la asociación, precios accesibles y capacitaciones, además de un mercado seguro.

12. ¿Cuáles son los requisitos para ser Socios?

Ser parte de las capacitaciones brindadas y contribuir con la asociación en cuanto a la producción de café.

13. ¿Cuáles son las causas por las que se retiran los socios de la Asociación? ¿Qué trámites realizan para su retiro?

Muchas veces porque existen varias enfermedades que atacan a sus cultivos y de desaniman y dejan de producir.

14. ¿Qué problemas tienen los caficultores?

Uno de los grandes problemas es el manejo de las plagas y enfermedades.

15. ¿Qué tipo de actores tienen en sus manos la solución de estos problemas?

Trabajamos en una biofábrica experimentando con productos orgánicos para combatir estas enfermedades.

16. ¿Qué tipo de financiamiento tienen para sus actividades? (Asociación)

Se obtiene capital de la venta del café.

17. ¿De qué organizaciones reciben apoyo para sus actividades?

Hemos venido trabajando con el MAGAP y también con la prefectura de El Oro.

18. ¿En qué estado reciben el café?

Café en bola o café en pergamino

19. ¿Tienen una marca?

Café Pachito

20. ¿La marca está registrada?

Si está registrada la marca

21. ¿La marca está patentada?

Si es patentada la marca

22. ¿Tienen registro sanitario?

Si contamos con registro sanitario

23. ¿Cuentan con algún tipo de certificación?

Por el momento no

24. ¿Llevan un sistema de trazabilidad? ¿Qué herramientas utilizan?

No por el momento

25. ¿Se organizan ferias / exposiciones?

Si participamos en ferias organizadas por el MAGAP.

26. ¿Capacitan a sus asociados?

Si tratamos de hacerlo regularmente por lo general cada dos meses impartimos capacitaciones, pero por la pandemia hemos dejado de lado, pero ya empezaremos a retomar nuevamente cartas en el asunto.

27. ¿Las Ventas son regulares? ¿Qué forma contractual tienen con sus compradores?

¿Quiénes son sus principales clientes?

Si son regulares las ventas al mercado nacional y local.

28. ¿En qué estado venden el café?

Se lo vende ya molido bajo la marca Pachito

29. ¿Se organizan reuniones entre vendedores y compradores?

Se llegan a cuerdos con respecto a las ventas y al producto.

30. ¿Qué tipos de tecnologías utilizan?

Uso de redes sociales para dar a conocer el producto

31. ¿Han determinado los costos de Producción y Operación?

Aproximadamente un costo de producción de 150 dólares.

32. ¿Llevan contabilidad?

No llevamos contabilidad

33. ¿Cómo establecen los precios?

El precio lo establecemos en base los costos y a la competencia.

*Anexo 140**Entrevista para técnicos del MAG*

Nombre: Ing. César Fernando Vásquez Cueva

Teléfono: 0986862233

Correo electrónico: cesarfernando1987@hotmail.com

Ubicación: Machala-Junio y Olmedo

1. ¿Qué opinión tiene sobre la producción cafetalera en su área de influencia?

Mediante estudios que nosotros realizamos y también los productores nos mencionan que existen bajas cosechas que los rendimientos de ellos no alcanzan las expectativas para cubrir la canasta familiar.

2. ¿Conoce cuántas familias viven de esa actividad?

Aproximadamente unas 50 familias se dedican a este sector productivo.

3. ¿Se ha realizado algún censo para conocer la realidad de esta actividad económica?

En el 2014 empezamos con la reactivación de la caficultura en la provincia de E Oro y desde ahí se tiene registros de caficultores que han dejado sus cultivos están volviendo a retomar sus actividades.

4. ¿Conoce los problemas que tiene este sector?

Los problemas netamente en el sector cafetalero se basan en los hongos como es la roya, la broca para lo cual se está administrando plántulas que son mayormente resistente a esta plaga como lo es la Colombia 6.

5. ¿Qué apoyo brinda a ese sector?

Brindan asistencia técnica además de que se da semillas, capacitaciones e insumos.

6. ¿Conoce si existen organizaciones que apoyan a este sector

La prefectura de El oro junto a nosotros estamos trabajando en reactivar todo este sector cafetalero.

7. ¿Tienen algún objetivo en este campo para el 2020?

Para este 2020 lo que se pretendía era reciclar semillas de plantas altamente productivas para mantener una producción constante.

8. ¿A quién reporta sus actividades?

Toda esta información recolectada se sube a una plataforma llamada simba en donde se puede ver cómo va fluctuando todo en base al café- para que los productores conozcan sobre precios y así no se dejen estafar.

9. ¿Mantiene reuniones con los involucrados (productores, compradores, otros)?

Si se mantienen reuniones para brindar información acerca del café.

10. ¿Cada qué tiempo se reúne con ellos?

Principalmente cuando es la temporada de producción.

Anexos Fotográficos

Anexo 141

Ilustración 19: Aplicación de encuesta a productor del cantón Balsas sitio La Esperanza.



Fuente: Encuesta aplicada en el cantón Balsas,2020
Autor: Steven Danilo Barros

Anexo 142

Ilustración 20: Aplicación de encuesta a productor del cantón Balsas sitio Miraflores



Fuente: Encuesta aplicada en el cantón Balsas,2020
Autor: Steven Danilo Barros

Anexo 143

Ilustración 21: Aplicación de encuesta a productor del cantón Marcabelí sitio La Aldea.



Fuente: Encuesta aplicada en el cantón Marcabelí,2020
Autor: Steven Danilo Barros

Anexo 144

Ilustración 22: Aplicación de encuesta a productor del cantón Balsas sitio Nueva Guinea



Fuente: Encuesta aplicada en el cantón Balsas,2020
Autor: Steven Danilo Barros

Anexo 145

Ilustración 23: Aplicación de encuesta a comercializador del cantón Balsas



Fuente: Encuesta aplicada en el cantón Balsas,2020
Autor: Steven Danilo Barros

Anexo 146

Ilustración 24: Entrevista Aplicada a técnico del MAG



Fuente: Encuesta aplicada en el cantón Marcabellí,2020
Autor: Steven Danilo Barros

CONTENIDO

1.	Título	1
2.	Resumen	2
3.	Introducción.....	4
4.	Revisión de literatura.....	7
4.1	Marco Referencial	7
4.1.1	Diagnóstico y análisis de la cadena de valor del café ecuatoriano durante el periodo 2010- 2015.	7
4.1.2	Análisis de la cadena de valor del café en Honduras	9
4.1.3	Estudio de la cadena productiva de café de altura en la parroquia La Carolina, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.	11
4.1.4	Análisis de la cadena de valor del café con enfoque de seguridad alimentaria y nutricional de Nicaragua.	12
4.1.5	Análisis de cadena de valor en café (Coffea arábica) en el Área de Desarrollo Territorial PUKARA	13
4.1.6	Estudio sobre la cadena de valor del café ugandés de comercio justo	16
4.1.7	Perspectiva del valor compartido en la cadena global de valor del café en Manabí 17	
4.1.8	Incidencia de la cadena de valor en el desarrollo sustentable del cultivo de café robusta (Coffea canephora) en la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.	18
4.2	Marco teórico.....	21
4.2.1	El café.....	21
4.2.2	Origen e historia	22
4.2.3	Especies y variedades del café	22
4.2.4	Fases fenológicas del café	24
4.2.5	Proceso para la obtención del fruto	25
4.2.6	Enfermedades del cafeto	26
4.2.7	El café en Ecuador.....	28
4.3	Cadena de Valor	29
4.3.1	Componentes de la cadena de valor.	30
4.3.2	Actividades primarias.....	31
4.3.3	Actividades de soporte	31
4.3.4	Ciclo de desarrollo de la cadena de Valor	34
4.3.5	Mapeo de la Cadena de Valor	35

4.3.6	Actores inmersos dentro de la cadena de valor	35
4.3.7	Análisis de una cadena de valor	36
4.4	La metodología Value Links	37
4.5	Modalidades de Organización	40
4.5.1	Modalidad independiente	40
4.5.2	Modalidad asociativa.....	41
4.6	Área de Estudio.....	45
4.6.1	Datos del Cantón Balsas.....	45
4.6.2	Ubicación y límites.....	45
4.6.3	División Política	46
4.6.4	Clima	46
4.6.5	Actividades del sector agrario	47
4.6.6	Datos del cantón Marcabellí.....	47
4.6.7	Limites.....	48
4.6.8	División Política.....	49
4.6.9	Clima	49
4.6.10	Actividades del sector agrario	49
4.7	Marco Conceptual.....	51
5.	Metodología.....	54
5.1	Materiales	54
5.2	Métodos	54
5.3	Técnicas	55
5.4	Muestra	55
5.5	Procedimiento	56
6.	Resultados	59
7.	Discusión.....	117
8.	Conclusiones	124
9.	Recomendaciones.....	128
10.	Bibliografía.....	130
11.	Anexos.....	135

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cadena de valor del café ecuatoriano durante el periodo 2010-2015	8
Ilustración 2: Cadena de valor del café de Honduras	10
Ilustración 3: Cadena de valor del café de Nicaragua	13
Ilustración 4: Mapa de cadena de valor de café del Territorio Pukará.....	15
Ilustración 5: Cadenas de valor del café de comercio justo y comercio convencional Uganda.	17
Ilustración 6: Producción: primer eslabón de la cadena de valor del café robusta.....	19
Ilustración 7: Transformación, segundo eslabón de la cadena de valor del café robusta.....	20
Ilustración 8: Comercialización, tercer eslabón de la cadena de valor del café robusta	21
Ilustración 9: Diferencia de la almendra seca de café arábica vs café robusta	22
Ilustración 10: Fases del crecimiento y producción del café.....	25
Ilustración 11: Cadena de valor genérica	30
Ilustración 12: Marco de las cadenas de valor alimentarias sostenibles	33
Ilustración 13 :Actores directos e indirectos dentro de la cadena de valor	36
Ilustración 14: Metodología Value Links.....	38
Ilustración 15: Ubicación geográfica del Cantón Balsas.....	46
Ilustración 16: Ubicación geográfica del cantón Marcabelí.....	48
Ilustración 17: Mapeo de la cadena de valor del café, Modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí de la provincia de El Oro.	91
Ilustración 18: Mapeo de la cadena de valor del café, Modalidad Asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí de la provincia de El Oro	92
Ilustración 19: Aplicación de encuesta a productor del cantón Balsas sitio La Esperanza..	273
Ilustración 20: Aplicación de encuesta a productor del cantón Balsas sitio Miraflores.....	273
Ilustración 21: Aplicación de encuesta a productor del cantón Marcabelí sitio La Aldea. ..	274
Ilustración 22: Aplicación de encuesta a productor del cantón Balsas sitio Nueva Guinea.	274
Ilustración 23: Aplicación de encuesta a comercializador del cantón Balsas	275
Ilustración 24: Entrevista Aplicada a técnico del MAG.....	275

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Comparación entre Enfoque Tradicional vs Cadena de Valor.....	43
Tabla 2: Materiales utilizados en la investigación	54
Tabla 3: Actores Encuestados	56
Tabla 4: Simbología del manual ValueLinks para mapeo de la Cadena de Valor	58
Tabla 5: Actores de la cadena de valor bajo la modalidad independiente.	59
Tabla 6: Actores de la cadena de valor bajo la modalidad independiente.	60
Tabla 7: Eslabones de la cadena de valor, modalidad independiente con sus respectivas funciones.	62
Tabla 8: Actores de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa.	63
Tabla 9: Eslabones de la cadena de valor, modalidad asociativa con sus respectivas funciones.	65
Tabla 10: Caracterización de los proveedores bajo la modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí.	66
Tabla 11: Caracterización de los productores bajo la modalidad independiente del cantón Balsas.....	68
Tabla 12: Caracterización de los productores bajo la modalidad independiente del cantón Marcabelí.....	70
Tabla 13: Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí.	73
Tabla 14: Caracterización de los transformadores bajo la modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí.	74
Tabla 15: Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad independiente de los cantones Balsas y Marcabelí.	76
Tabla 16: Datos generales de las asociaciones	77
Tabla 17: Caracterización de los proveedores bajo la modalidad asociativa	78
Tabla 18: Caracterización de productores de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa en el cantón Balsas.	79
Tabla 19: Caracterización de productores de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa en el cantón Marcabelí.	82
Tabla 20: Caracterización de los acopiadores en cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.	84

Tabla 21: Caracterización de los transformadores en cadena de valor del café bajo la modalidad Asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.....	86
Tabla 22: Caracterización de los comercializadores en cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.....	88
Tabla 23: Mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente	94
Tabla 24: Mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad Asociativa.....	95
Tabla 25: Comparación de los proveedores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y modalidad asociativa en los cantones Balsas y Marcabelí.....	96
Tabla 26: Comparación de los productores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y modalidad asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí.....	98
Tabla 27: Comparación de los acopiadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y modalidad asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí.....	107
Tabla 28: Comparación de los transformadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y modalidad asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí.....	110
Tabla 29: Comparación de los comercializadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y modalidad asociativa de los cantones Balsas y Marcabelí.....	113
Tabla 30: Modalidad de trabajo según las parroquias.....	162
Tabla 31: Modalidad de trabajo en general.....	163
Tabla 32: Tipo de tenencia del terreno.....	164
Tabla 33: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo.....	165
Tabla 34: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno.....	166
Tabla 35: Promedio de plantas sembradas por hectárea.....	167
Tabla 36: Servicios Básicos con los que cuenta la finca.....	168
Tabla 37: Promedio de la inversión inicial para la producción de café.....	169
Tabla 38: Tipo de financiamiento de la inversión.....	170
Tabla 39: Capacitación recibida.....	171
Tabla 40: Organización Capacitadora.....	172
Tabla 41: Tema de capacitación.....	173
Tabla 42: Tipo de materia prima Vegetativa.....	174
Tabla 43: Tipo de variedad de Café.....	175
Tabla 44: Subvariedades de café (Arábica).....	176
Tabla 45: Precio promedio de semilla de café por kg.....	177

Tabla 46: Precio promedio por plántula	178
Tabla 47: Origen de la materia prima.....	179
Tabla 48: Insumos agrícolas utilizados	180
Tabla 49: Edad de las plantaciones de café.....	181
Tabla 50: Tiempo de renovación de cultivo	182
Tabla 51: Rendimiento en quintales por hectárea	183
Tabla 52: Condiciones del cultivo.....	184
Tabla 53: Cuentan con trabajadores	185
Tabla 54: Beneficios para el trabajador.....	186
Tabla 55: Tipo de control sanitario	187
Tabla 56: Maquinaria	188
Tabla 57: Estado del café	189
Tabla 58: Precio promedio del quintal de café.....	190
Tabla 59: Producción promedio en quintales de café.....	191
Tabla 60: Marca propia de café.....	192
Tabla 61: Cuenta con registro sanitario.....	193
Tabla 62: Bajo que exigencias vende el producto.....	194
Tabla 63: Recibe ayuda de otras instituciones	195
Tabla 64: Problemas en el cultivo	196
Tabla 65: Otra fuente de ingreso	197
Tabla 66: Cuidado del medio ambiente.....	198
Tabla 67: Género del caficultor.....	199
Tabla 68: Nivel de educación del caficultor.....	200
Tabla 69: Edad promedio y años como caficultor.....	201
Tabla 70: Cuentan con seguro	202
Tabla 71: Tipo de seguro.....	203
Tabla 72: Listado de productores independientes del cantón Balsas	204
Tabla 73: Listado de productores asociados del cantón Balsas.....	204
Tabla 74: Modalidad de trabajo según las Parroquias.....	205
Tabla 75: Modalidad de trabajo en general	206
Tabla 76: Tipo de tenencia del terreno.....	207
Tabla 77: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo.....	208

Tabla 78: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno	209
Tabla 79: Promedio de plantas sembradas por hectárea.....	210
Tabla 80: Servicios Básicos con los que cuenta la finca	211
Tabla 81: Promedio de la inversión inicial para la producción de café	212
Tabla 82: Tipo de financiamiento de la inversión	213
Tabla 83: Capacitación recibida	214
Tabla 84: Organización Capacitadora	215
Tabla 85: Tema de capacitación	216
Tabla 86: Tipo de materia prima Vegetativa	217
Tabla 87: Tipo de variedad de Café	218
Tabla 88: Subvariedades de café (Arábica)	219
Tabla 89: Precio promedio de semilla de café por kg	220
Tabla 90: Precio promedio por plántula	221
Tabla 91: Origen de la materia prima.....	222
Tabla 92: Forma de acuerdo contractual para adquirir la semilla	223
Tabla 93: Insumos agrícolas utilizados	224
Tabla 94: Precio promedio de insumo.....	225
Tabla 95: Edad de las plantaciones de café	226
Tabla 96: Tiempo de renovación de cultivo	227
Tabla 97: Rendimiento en quintales por hectárea	228
Tabla 98: Condiciones del cultivo.....	229
Tabla 99: Cuentan con trabajadores	230
Tabla 100: Número de trabajadores	231
Tabla 101: Beneficios para el trabajador.....	232
Tabla 102: Tipo de control sanitario	233
Tabla 103: Maquinaria	234
Tabla 104: Estado del café	235
Tabla 105: Precio promedio del quintal de café.....	236
Tabla 106: Producción promedio en quintales de café.....	237
Tabla 107: Marca propia de café	238
Tabla 108: La marca tiene permisos de comercialización (Patente)	239
Tabla 109: Cuenta con registro sanitario.....	240

Tabla 110: Bajo que exigencias vende el producto.....	241
Tabla 111: Recibe ayuda de otras instituciones	242
Tabla 112: Problemas en el cultivo	243
Tabla 113: Otra fuente de ingreso	244
Tabla 114: Cuidado del medio ambiente.....	245
Tabla 115: Género del caficultor.....	246
Tabla 116: Nivel de educación del caficultor.....	247
Tabla 117: Edad promedio y años como caficultor.....	248
Tabla 118: Cuentan con seguro	249
Tabla 119: Tipo de seguro.....	250
Tabla 120: Listado de productores independientes del cantón Marcabelí	251
Tabla 121: Listado de productores asociados del cantón Marcabelí.....	251
Tabla 122: Tipo de proveedor	252
Tabla 123: Origen del producto.....	252
Tabla 124: Necesita permiso para su funcionamiento.....	252
Tabla 125: Local.....	252
Tabla 126: Garantía.....	253
Tabla 127: Listado de proveedores	253
Tabla 128: Tipo de proveedor	253
Tabla 129: Origen del producto.....	253
Tabla 130: Necesita permiso para su funcionamiento.....	254
Tabla 131:Local.....	254
Tabla 132: Garantía.....	254
Tabla 133: Listado de proveedores	254
Tabla 134: Estado del café	255
Tabla 135: Precio de compra quintal.....	255
Tabla 136: Procesa el café.....	255
Tabla 137: Tipo de acuerdo.....	255
Tabla 138: Listado de acopiadores	256
Tabla 139: Estado del café	256
Tabla 140: Precio de compra quintal.....	256
Tabla 141: Procesa el café.....	256

Tabla 142: Tipo de acuerdo.....	257
Tabla 143: Listado de acopiadores	257
Tabla 144: Compra de materia prima.....	257
Tabla 145: Maquinaria	257
Tabla 146: Forma de contabilidad.....	258
Tabla 147: Listado de transformadores	258
Tabla 148: Compra de materia prima.....	258
Tabla 149: Maquinaria	258
Tabla 150: Forma de contabilidad.....	259
Tabla 151: Listado de transformadores	259
Tabla 152: Tipo de venta.....	259
Tabla 153: Precio del café.....	259
Tabla 154: Exigencias del comprador	260
Tabla 155: Marca propia	260
Tabla 156: Listado de comercializadores	260
Tabla 157: Tipo de venta.....	260
Tabla 158: Precio del café.....	261
Tabla 159: Exigencias del comprador	261
Tabla 160: Marca propia	261
Tabla 161: Listado de comercializadores	261

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Modalidad de trabajo según las parroquias.....	162
Gráfico 2: Modalidad de trabajo en general.....	163
Gráfico 3: Tipo de tenencia del terreno.....	164
Gráfico 4: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo.....	165
Gráfico 5: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno.....	166
Gráfico 6: Promedio de plantas sembradas por hectárea.....	167
Gráfico 7: Servicios Básicos con los que cuenta la finca.....	168
Gráfico 8: Promedio de la inversión inicial para la producción de café.....	169
Gráfico 9: Tipo de financiamiento de la inversión.....	170
Gráfico 10: Capacitación recibida.....	171
Gráfico 11: Organización Capacitadora.....	172
Gráfico 12: Tema de capacitación.....	173
Gráfico 13: Tipo de materia prima Vegetativa.....	174
Gráfico 14: Tipo de variedad de Café.....	175
Gráfico 15: Subvariedades de café (Arábica).....	176
Gráfico 16: Precio promedio de semilla de café por kg.....	177
Gráfico 17: Precio promedio por plántula.....	178
Gráfico 18: Origen de la materia prima.....	179
Gráfico 19: Insumos agrícolas utilizados.....	180
Gráfico 20: Edad de las plantaciones de café.....	181
Gráfico 21: Tiempo de renovación de cultivo.....	182
Gráfico 22: Rendimiento en quintales por hectárea.....	183
Gráfico 23: Condiciones del cultivo.....	184
Gráfico 24: Cuentan con trabajadores.....	185
Gráfico 25: Beneficios para el trabajador.....	186
Gráfico 26: Tipo de control sanitario.....	187
Gráfico 27: Maquinaria.....	188
Gráfico 28: Estado del café.....	189
Gráfico 29: Precio promedio del quintal de café.....	190
Gráfico 30: Producción promedio en quintales de café.....	191
Gráfico 31: Marca propia de café.....	192

Gráfico 32: Cuenta con registro sanitario.....	193
Gráfico 33: Bajo que exigencias vende el producto.....	194
Gráfico 34: Recibe ayuda de otras instituciones	195
Gráfico 35: Problemas en el cultivo	196
Gráfico 36: Otra fuente de ingreso	197
Gráfico 37: Cuidado del medio ambiente.....	198
Gráfico 38: Género del caficultor.....	199
Gráfico 39: Nivel de educación del caficultor.....	200
Gráfico 40: Edad promedio y años como caficultor.....	201
Gráfico 41: Cuentan con seguro	202
Gráfico 42: Tipo de seguro.....	203
Gráfico 43: Modalidad de trabajo según las Parroquias.....	205
Gráfico 44: Modalidad de trabajo en general	206
Gráfico 45: Tipo de tenencia del terreno	207
Gráfico 46: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo.....	208
Gráfico 47: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno	209
Gráfico 48: Promedio de plantas sembradas por hectárea	210
Gráfico 49: Servicios Básicos con los que cuenta la finca.....	211
Gráfico 50: Promedio de la inversión inicial para la producción de café	212
Gráfico 51: Tipo de financiamiento de la inversión.....	213
Gráfico 52: Capacitación recibida.....	214
Gráfico 53: Organización Capacitadora	215
Gráfico 54: Tema de capacitación.....	216
Gráfico 55: Tipo de materia prima Vegetativa.....	217
Gráfico 56: Tipo de variedad de Café	218
Gráfico 57: Subvariedades de café (Arábica)	219
Gráfico 58: Precio promedio de semilla de café por kg	220
Gráfico 59: Precio promedio por plántula.....	221
Gráfico 60: Origen de la materia prima.....	222
Gráfico 61: Forma de acuerdo contractual para adquirir la semilla	223
Gráfico 62: Insumos agrícolas utilizados	224
Gráfico 63: Precio promedio de insumo.....	225

Gráfico 64: Edad de las plantaciones de café	226
Gráfico 65: Tiempo de renovación de cultivo	227
Gráfico 66: Rendimiento en quintales por hectárea	228
Gráfico 67: Condiciones del cultivo.....	229
Gráfico 68: Cuentan con trabajadores	230
Gráfico 69: Número de trabajadores	231
Gráfico 70: Beneficios para el trabajador.....	232
Gráfico 71: Tipo de control sanitario	233
Gráfico 72: Maquinaria	234
Gráfico 73: Estado del café	235
Gráfico 74: Precio promedio del quintal de café.....	236
Gráfico 75: Producción promedio en quintales de café	237
Gráfico 76: Marca propia de café.....	238
Gráfico 77: La marca tiene permisos de comercialización (Patente).....	239
Gráfico 78: Cuenta con registro sanitario.....	240
Gráfico 79: Bajo que exigencias vende el producto.....	241
Gráfico 80: Recibe ayuda de otras instituciones	242
Gráfico 81: Problemas en el cultivo	243
Gráfico 82: Otra fuente de ingreso	244
Gráfico 83: Cuidado del medio ambiente.....	245
Gráfico 84: Género del caficultor.....	246
Gráfico 85: Nivel de educación del caficultor.....	247
Gráfico 86: Edad promedio y años como caficultor.....	248
Gráfico 87: Cuentan con seguro	249
Gráfico 88: Tipo de seguro.....	250