



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Paltas, provincia de Loja, periodo 2020 – 2021”

*TESIS PREVIO A OPTAR POR
EL GRADO DE INGENIERO
EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS.*

AUTOR:

Sergio Andrés Barrazueta Roa

DIRECTOR:

Ing. Juan Pablo Sempértegui Muñoz, MAE.

LOJA – ECUADOR

2020 – 2021

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 TRADICIONAL Y ASOCIATIVA EN EL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA, PERIODO 2020 – 2021”**, desarrollada por el Sr. Sergio Andrés Barrazueta Roa, 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
SEMPÉRTEGUI
MUÑOZ

Ing. Juan Pablo Sempértegui Muñoz, M.A.E.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Sergio Andrés Barraqueta Roa**, 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: Sergio Andrés Barraqueta Roa

CÉDULA: 1104967250

FECHA Loja, 26 de mayo del 2021

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

Yo, Sergio Andrés Barraqueta Roa declaro ser autor de la tesis titulada: **“CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD TRADICIONAL Y ASOCIATIVA EN EL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA, 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 tesis 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 26 días del mes de mayo de 2021

AUTOR: Sergio Andrés Barraqueta Roa

CÉDULA: 1104967250

DIRECCIÓN: Imbabura entre Bolívar y Sucre

CORREO ELECTRONICO: sbarraquetar@gmail.com

CELULAR: 0993682242

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Juan Pablo Sempértegui Muñoz, M.A.E

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL: Ing. Com. Gretty Salinas Ordóñez. MAE.

VOCAL DEL TRIBUNAL: Ing. Max Gabriel Boada Hurtado. Mgtr.

VOCAL DEL TRIBUNAL: Ing. Janeth Soledad Gutiérrez Ordoñez, Mg.

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico con mucho amor y respeto a Dios, en primer lugar, en darme esa luz que guía mi camino para seguir adelante y así alcanzar un objetivo más de mi formación profesional.

A mis padres Sergio Barraqueta y Mónica Roa de manera especial, por ser las personas que siempre han estado a mi lado apoyándome ante cualquier situación difícil, sobre todo por los valores que me han inculcado; además, gracias a ellos que me han enseñado que con constancia lo puedo conseguir todo.

A mi querida hermana Doménica Barraqueta y tía Susana Correa, por su absoluto apoyo emocional, que me llena de fuerza para salir adelante.

A mi amada hija Daniela Barraqueta, mi motor y motivo principal para arriesgarme a conseguir lo que me proponga.

A mis compañeros, por su gran amistad y la ayuda ofrecida a lo largo de la carrera Universitaria, Danilo, Henry, Kevin, Jefferson, Steeven, Karla y Miguel; a mis amigos Johan, Karla, Lizbeth, y demás familiares que han estado conmigo cuando más los he necesitado, y de la misma manera agradecer a Erika quien supo brindarme un soporte incondicional en una etapa de mi vida.

Sergio Andrés Barraqueta Roa

AGRADECIMIENTO

Agradecerles principalmente a las autoridades de tan prestigiosa Universidad Nacional de Loja, docentes encargados del proyecto y docentes en general de la carrera de Administración de Empresas.

A mi director de tesis, Ingeniero Juan Pablo Sempertegui Muñoz, MAE, por brindarme su inmenso apoyo, valioso asesoramiento durante todo el proyecto y presto atender todas las inquietudes

Por último y no menos importante, agradezco a las autoridades de cada parroquia del cantón Paltas que me supieron ayudar con información para este proyecto; así mismo a todos los proveedores, productores, acopiadores, transformadores y comercializadores, a todos de forma general. Gracias.

Sergio Andrés Barrazueta Roa

1. Título

“Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Paltas, provincia de Loja, periodo 2020 – 2021.”

2. Resumen

La presente investigación denominada: “Caracterización de la Cadena de Valor del Café bajo la Modalidad Tradicional y Asociativa en el Cantón Paltas, provincia de Loja; periodo 2020 – 2021”, tiene el propósito de diseñar las estructuras de las cadenas de valor, en la modalidad tradicional y asociativa. El estudio tiene orientación de carácter cuantitativo integrado con herramientas cualitativas, diseño metodológico no experimental de carácter descriptivo, analítico, sintético y comparativo, que permitieron identificar y describir cada eslabón perteneciente a la cadena de valor, actores directos e indirectos, relaciones y actividades, además de graficarlas y compararlas; técnicas como la encuesta dirigida a los actores directos, y la entrevista dirigida a los actores indirectos; se empleó el muestreo no probabilístico. La investigación es parte de un grupo de estudios aplicadas a los principales cantones cafetaleros de la zona 7 integrada por Loja, El Oro y Zamora. De acuerdo a resultados destacan que: la cadena de valor de café tanto la modalidad tradicional y asociativa del cantón Paltas se encuentran formadas ambas por 6 eslabones: proveedor, productor, acopiador, transformador, comercializador y consumo. Bajo la modalidad tradicional se encontró 2 proveedores de insumos agroquímicos y 2 abastecedores de plántulas que los mismos productores cultivan, 24 productores de café que se encargan desde la siembra, deshierbe, cosecha del cultivo de café; 6 acopiadores que se encargan de elegir el mejor producto cereza, pergamino, tostado o molido; así mismo actúan en calidad de comercializadores, local, nacional e internacional, en Carolina del Norte de los Estados Unidos en el caso de CAPAMACO TRADING directamente con la importadora Coffe Quest, y la exportadora Wild Coffee a través de la empresa acopiadora CUPUS. En la modalidad asociativa la JUNTA UNIÓN Y PROGRESO, PRODUCTORES DE CAFÉ YAMBILA y APECAM, son asociaciones que proveen de insumos vegetal, y asesoran a organizaciones de productores de café en la producción y comercialización, también ofrecen maquinaria y equipo para todo el proceso de postcosecha, control de calidad y procesamiento de café; actúan en calidad de acopiadores, transformadores y comercializadores; se identificaron 17 productores, los cuales entregan el café con especificaciones de cultivo indicadas por las asociaciones.

Summary

The present research entitled: "Characterization of the Coffee Value Chain under the Traditional and Associative Modality in the Canton of Paltas, province of Loja; period 2020 - 2021", has the purpose of designing the structures of the value chains, in the traditional and associative modality. The study has a quantitative orientation integrated with qualitative tools, non-experimental methodological design of descriptive, analytical, synthetic and comparative character, which allowed identifying and describing each link belonging to the value chain, direct and indirect actors, relationships and activities, as well as graphing and comparing them; techniques such as the survey directed to direct actors, and the interview directed to indirect actors; non-probabilistic sampling was used. The research is part of a group of studies applied to the main coffee growing cantons of zone 7 integrated by Loja, El Oro and Zamora. According to the results, the coffee value chain in both the traditional and associative modalities in the canton of Paltas is made up of 6 links: supplier, producer, collector, transformer, marketer and consumer. Under the traditional modality, we found 2 suppliers of agrochemical inputs and 2 suppliers of seedlings that the producers themselves grow, 24 coffee producers who are in charge of planting, weeding, and harvesting the coffee crop; 6 collectors who are in charge of choosing the best cherry, parchment, roasted or ground product; They also act as traders, locally, nationally and internationally, in North Carolina in the United States in the case of CAPAMACO TRADING directly with the importer Coffee Quest, and the exporter Wild Coffee through CUPUS. In the associative modality, the BOARD UNION AND PROGRESS, YAMBILA COFFEE PRODUCERS and APECAM are associations that provide plant inputs and advise coffee producer organizations on production and marketing; they also offer machinery and equipment for the entire post-harvest process, quality control and coffee processing; they act as collectors, processors and marketers; 17 producers were identified, who deliver coffee with crop specifications indicated by the associations.

3. Introducción

La producción de café en el cantón Paltas es el producto principal como fuente de ingreso económico para las familias del lugar, por lo que es de gran importancia analizar las actividades que cumplen en cada eslabón de la cadena de valor hasta que el producto llegue al consumidor final.

De acuerdo al último registro proporcionando por parte del MAG en un intento para la “Reactivación de la Caficultura”, esta entidad para el cumplimiento de su objetivo en el periodo 2014 – 2018, destinó en un principio semillas para una extensión promedio de 105 hectáreas, pero para años posteriores esta cifra ha ido bajando de forma notoria, ya que para el año 2016 se donó semillas para un total de 90 hectáreas y en el 2018 donaron solamente para sembrar en una ampliación de 12 hectáreas; por lo cual el cantón Paltas ha tenido problemas referente a la producción del café, ya que en la actualidad sólo cubren un promedio de 3 hectáreas; cabe mencionar que estas zonas tales como: San Antonio, Lauro Guerrero y Cangonamá, aunque presentan una buena aptitud para cultivos son propensos a inundaciones por estar ubicados en zonas aledañas a los cursos de agua.

Los registros que lleva el MAG en Paltas es de los cafetaleros que reciben asistencia técnica, en la parroquia Orianga lo conforman en su mayoría productores asociados, es la zona actualmente más productiva de café además reciben asesoramiento y su producción es destinada a Puyango y Marcabelí APECAM, mientras que por otro lado para productores tradicionales de las parroquias de Lauro Guerrero, San Antonio y Cangonamá no reciben apoyo, son productores que poseen plantaciones viejas por ende no se da asesoramiento porque suponen que el productor no va a realizar ninguna actividad para mejorar su cultivo, así también los productores que producen 100 o 200 plantas no cuenta; la falta de

capacitación, la ausencia de organización, hace que cada vez más extensiones de terreno se vuelvan improductivas, sobre todo la falta de definición de la cadena de valor en la producción del café que permite identificar el papel que desempeña cada uno de los actores a lo largo de los eslabones hasta llevar el producto terminado al cliente; escasos recursos económicos para invertir en materia prima y en pagos a trabajadores, motivo de la contratación externa es porque familiares del productor han emigrado por conseguir mejores oportunidades y a eso sumado que no todo productor tiene la capacidad de ofrecer café de especialidad de acuerdo a las exigencias del mercado.

Para la presente investigación tiene como título **“Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Paltas, provincia de Loja; periodo 2020 – 2021.”**, se identifican cada uno de los eslabones y actores que conforman la cadena de valor, bajo ambas modalidades, así mismo cada una de las actividades de las cuales son responsables de lograr y con esto diagramar y comparar las cadenas de valor. De manera general se encuentra estructurada por: **resumen** en el que se describe como se desarrolló la investigación. Asimismo, tiene una **revisión de literatura**, la cual esta conformada por: marco referencial, donde se ubican estudios relevantes con relación al tema tratado tanto local, nacional e internacional; el marco teórico, integrado por investigaciones existentes referente al tema de estudio; y marco conceptual que contiene definiciones de conceptos que permiten un mayor entendimiento y comprensión de la base teórica. En los **materiales y métodos** se especifica los recursos que se utilizó para el desarrollo de la investigación; los métodos utilizados fueron: descriptivo, comparativo, sintético y analítico; las técnicas usadas fueron las encuestas y entrevistas. En los **resultados** se identifica y se caracteriza cada uno de los actores que integran los eslabones de la cadena

de valor del café del cantón Paltas en formato matriz, el mapeo de las cadenas de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa. En la **discusión**, se compararon los resultados de investigaciones anteriores y los resultados de la presente investigación. En las **conclusiones**, se destacó los aspectos más importantes que se obtuvieron en la investigación; las **recomendaciones** se plantearon diferentes consideraciones para beneficiar al sector cafetalero del cantón Paltas, permitiendo conocer su situación actual y la modalidad de trabajo que mejor funciona; la **bibliografía** se ubican las referencias que sirvieron para el desarrollo de la presente investigación y finalmente en los **anexos**, donde se sitúa el anteproyecto, fotografías, tablas y gráficos de información recopilada a través de la aplicación de entrevistas y encuestas.

4. Revisión de Literatura

4.1. Marco Referencial

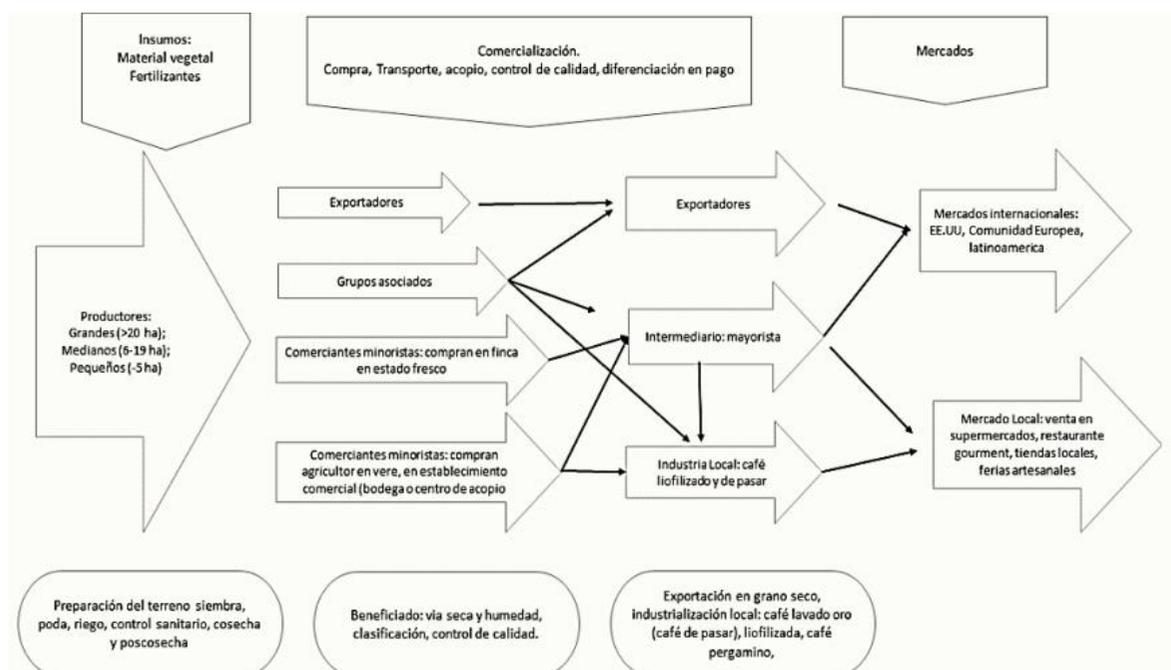
4.1.1. Referencias

Según, el informe *Rendimientos Objetivos Café grano oro* emitido por MAG (2019) el 63% de todos los productores encuestados han recibido capacitación en tema relacionado en el manejo del cultivo de café, la institución que brindó estas capacitaciones fue el MAG impartiendo al rededor del 97% de las capacitaciones; otro factor importante que se analiza es la edad promedio del caficultor que es de 53 años de edad; el 51% terminó la primaria, el 18% terminó la secundaria y el 8% de encuestados no tienen ningún nivel de educación. Además, indica que el 61% de caficultores tiene terreno propio para la continuidad de su actividad comercial en donde la mecanización por la labor de control de malezas es representada por el 70%; el 21,57% de productores de café hacen uso de fertilizantes o algún agroquímico. El principal problema al que se enfrentan los caficultores es a un problema fitosanitarios declarado como amenaza del cultivo por la enfermedad de la roya, mal de hilacha y broca siendo este representado por el 58%. (p.11)

En el *Diagnóstico y análisis de la cadena de valor del café ecuatoriano*, según González (2018) tiene como fin caracterizar la producción del café en función de su dinámica de exportación del periodo 2010-2015, identificar los principales eslabones en la cadena de productiva del café en el Ecuador; para analizar la cadena productiva se utilizó la matriz de Scott donde se enfoca en sentido vertical y territorial; así como, un análisis FODA con el objetivo de encontrar interdependencia entre los involucrados. En cuanto a la cadena de valor del café en Ecuador, consta de tres eslabones. El primer eslabón conformado por los proveedores de insumos y pequeños, medianos y grandes productores; en el segundo eslabón

conformado por dos divisiones uno de minorista y de comercio informal y el segundo de exportación directa e industria del café local. El tercer eslabón son los mercados internacional y local. En cuanto a la superficie sembrada del café tuvo una variación de 199.000 ha a 20.000 ha, mientras que la superficie cosechada decreció de 171.923 ha en el 2009 a 29.870 ha, representando la provincia El Oro 9.730 ha, siendo el factor crítico los problemas fitosanitarios como la presencia de roya en los cultivares. (pp. 9-11)

Ilustración 1: Cadena de valor del café ecuatoriano



Nota: Diagnóstico y Análisis de la Cadena de Valor del café ecuatoriano González (2018)

Según (Ponce et al., 2018) ante la nueva situación del mercado internacional, se analizó la situación actual y las perspectivas del cultivo del café en Ecuador en el territorio ecuatoriano se cultivan dos grandes especies de café, que son comerciales mundialmente conocidas como: (café arábigo) y (café robusto). Para la producción se han empleado tecnologías aprobadas con la capacidad de aumentar la fertilidad a tres tm/ha en arábigo y cinco tm/ha en robusta, esto en cuanto a caficultores a nivel de productores fundadores de

propiedades de valioso rendimiento. La caficultura ecuatoriana sufre grandes complicaciones en la disminución de producción nacional, llevando así aun promedio escaso de 270kg/has. A lo largo de la historia, el mercado del café se ha caracterizado por fluctuaciones de precios, en las que se han observado ciclos de prosperidad y depresión. El MAGAP ha estado liderando e implementando el "*Proyecto de Reactivación de Siembra de Café*", el cual debe reposicionarse para incentivar el cultivo de café Robusta y aprovechar el potencial existente en la zona para promover un modelo de gestión empresarial integral para la unidad. El café se produce de acuerdo con las características de cada zona de producción de café. (pp. 15-20)

Bravo et al. (2019) afirma que la representación de un esquema conceptual de integración de la cadena de valor compartida con los numerosos componentes de la cadena productiva del café, puede alcanzar una interacción solidaria entre los resultados económicos de las organizaciones empresariales y los resultados sociales para el bienestar y calidad de vida de los habitantes, un tipo de relación productiva que puede promover la innovación y el crecimiento, la adopción de mejoras tecnológicas para la producción y cosecha, para que puedan ser comercializadas a mejores precios. Así también es oportuno enfatizar, que la medición del valor compartido en la cadena de valor del café, constituye una oportunidad significativa para la recopilación y procesamiento de datos económicos, financieros y, de evaluación de la eficiencia y la eficacia de la actividad productiva, que permite la generación de nuevos conocimientos, así como la elaboración de acciones e innovaciones en el proceso productivo que inciden positivamente en la solución de los problemas sociales de las comunidades rurales por parte de los representantes de las fincas cafetaleras. (pp. 1-11)

4.2. Marco Teórico

4.2.1. Administración de la Producción

4.2.1.1. *Función de la Administración de Producción*

Para los autores, (Echeverri et al., 2007) indican que

La función de administrar la producción es utilizar los recursos de fabricación de la empresa de la manera más eficaz y eficiente posible para completar la misión de la organización, los fabricantes estadounidenses se dieron cuenta de que debían mejorar la calidad, reduciendo costos y mejorando la atención a los clientes para poder competir en el mercado de una manera eficiente.

“Las tareas del departamento de gestión de operaciones son esencialmente las de organizar, dirigir y controlar, como los procedimientos para sostener un buen control de la producción y de la organización” (Montoya, 2009, párr. 6).

- **Actividades relacionadas con el sistema de producción:** menciona que estos puntos a considerar son los siguientes, diseño de procesos, Diseño de productos, selección de equipos, selección y capacitación de personal, selección de materiales, proveedores, ubicación de la fábrica, asignación interna de la fábrica, planificación de la programación e implementación del sistema. (Montoya, 2009, párr.3).
- **Actividades relacionadas con el sistema de control:** estas actividades incluyen control de calidad, inventarios, procesos de producción, control de la productividad, y además establecer la definición de estrategias y diseño de sistemas de control, así como también la implementación y evaluación de sistemas. Cuando las empresas aumentan de tamaño buscan delegar funciones por la complejidad que lleva la misma

de asignar departamentos los cuales son: a) investigación y desarrollo; b) ingeniería de procesos; c) control de calidad; d) compras; e) logística. (Montoya, 2009, párr.4).

4.2.2. Producción del café

4.2.2.1. Sistemas de Producción del café

El suelo utilizado para la producción de café necesita utilizar fertilizantes aplicados directamente al suelo y superficies foliares para lograr un excelente nivel de producción. Pero sin embargo, a causa de los precios bajos en el mercado internacional, el alto costo de fertilizantes y además la baja rentabilidad de los productos hacen que sea urgente que su uso sea racionalmente aplicado, esto conlleva al asesoramiento técnico especializado que constituye la base para una fertilización racional y sin dejar atrás como un requisito importante, elegir correctamente la semilla tanto en pureza genética y a la vez una semilla sana para lograr una futura cosecha satisfactoria. (Mora, 2008, p.17)

4.2.2.2. Principales tipos de café

Según el informe publicado por World Coffee Research (2018) menciona los siguiente principales tipos de café:

- **Varietades tradicionales en América.** - Se trata de materiales derivados de las variedades Typica o Bourbon. La Coffe arábica es procedente de Etiopia lugar que posee la más alta variedad genética de la especie, luego estas fueron llevadas hacia Yemen para su siembra en el siglo 15 y 16, para el siglo 18, semillas y plantas fueron llevadas a Java para expandir su cultivo dando así un producto de linaje “típica” o conocido como arábigo, posteriormente estas fueron introducidas en el caribe extendiéndose por todo el continente americano y cabe mencionar que semillas de Yemen al igual introdujeron a la isla Borbón dando origen a la

categoría “Borbón” llegando a toda América traspasando el país de Brasil, cabe recalcar que esta última es categorizadas como una alta calidad de taza pero, son vulnerables a plaga y enfermedades.

- **Variedades locales de etíope (llamadas también “Raza Etíope”).** - Se trata de materia prima desarrollados a través del proceso de domesticación llevado a cabo por los caficultores de Etiopía (especies de café originarias de Etiopía). Están relacionados con tazas de alta calidad, pero son sensibles a la mayoría de plagas.
- **Variedades de Introgresión (Catimor/Sarchimor).** - se refiere a una variedad que tiene ciertas características genéticas particulares de otras especies, en este caso *Canephora* o Robusta. (“Infiltración” significa “traído”). En el siglo 19, las semillas de Arábica y Robusta se criaron sexualmente para crear un nuevo material, ahora llamado híbridos de Timor. Este material es una variedad de Arábica que contiene genes de *canephora* que hacen que esta planta sea más fuerte y resista a la enfermedad conocida como roya, posteriormente expertos caficultores utilizaron el híbrido de Timor para combinarlas con la especie arábica “Caturra y Villa Sarchi”, dando origen a una nueva especie “Catimores y Sarchimores”, son vinculadas a una baja calidad de taza, pero resistente a la amenaza que a todo caficultor preocupa que es la roya.
- **Variedades Híbridos F1.**- A través de este catálogo, los híbridos F1 son una nueva generación de café producidas al cruzar dos padres de café arábica pero que genéticamente no son iguales, todo esto con el propósito de fusionarlas y que con sus características genéticas cumplieran los estándares de alta calidad, utilidad y firmeza a las plagas. Cabe recalcar que su reproducción es solo por

micropropagación. Las semillas obtenidas de plantas híbridas no tendrán las mismas características que la planta madre. A esto se le llama "aislamiento", significa que el comportamiento de las plantas descendientes es diferente de las plantas parentales, lo que puede resultar una pérdida de rendimiento, resistencia a enfermedades, calidad u otras características de comportamiento agronómico.

4.2.3. Cadena de Valor

Ilustración 2: Imagen del Café



Nota: Adaptado de *El Café*, por Daniel Ramírez, (2013), Pixabay (<https://cdn.pixabay.com/>).

Según el autor, López (2017) afirma

La cadena de valor internacional se divide en dos partes: intercambios entre comerciantes y tostadores con productores de café tradicional e intercambios con productores y tostadores de café certificado. En el segundo tipo de transacción, se considera estándares para el cultivo, producción y venta de este tipo de café, y un mayor nivel de cooperación entre los diferentes participantes.

4.2.3.1. Motores de la Cadena de Valor

(Nutz & Sievers, 2016) en la Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor, señala algunos factores que son críticos para la forma en que se desarrolla la cadena de valor. Para lo cual es útil distinguir cinco motores de cambio que pueden impulsar el desarrollo de la cadena de valor.

- **Eficiencia del sistema.** - si los participantes grandes y pequeños en la cadena de valor trabajan juntos, existen oportunidades para reducir costos y aumentar la eficiencia del mercado.
- **Calidad del producto.** - el mercado tiene cambios constantes y la competencia es cada vez es más competitiva, de tal modo que, si el sistema de producción quiere asegurarse de que sus productos permanezcan en el mercado y aumentar su participación, debe asegurarse que los productos o servicios satisfagan las necesidades del consumidor.
- **La diferenciación del producto.** – mientras exista mayor cooperación y a la vez la coordinación de las actividades a lo largo de la cadena de valor, será un obstáculo para competidores que quieren replicar productos y procesos de producción, porque no sólo se habla del producto, sino de todo un sistema.
- **Normas sociales y ambientales.** – los demandantes son conscientes en temas de responsabilidad social y medioambiente, es por eso que las exigencias del consumidor hacen que empresas cafetaleras garanticen buenos estándares sociales y medioambientales para ofrecer su producto, esto repercute de manera positiva ya que obliga a mejorar las condiciones laborales en toda la cadena de valor.

- **Entorno empresarial favorable.** - la cadena de valor no existe de forma aislada, sino que está integrada en un entorno de alta complejidad social, económica, política y cultural, lo que determina la naturaleza y el éxito comercial dentro de la cadena de valor. A su vez, el mercado se ve afectado por regulaciones, instituciones e intervenciones que afectan directamente a sectores específicos.

4.2.3.2. Actividades de la Cadena de Valor de Michael Porter

Riquelme (2020) nos habla de que “la cadena de valor muestra el valor total y consta de actividades tales como valor y margen”

Margen: Es la diferencia entre el valor y el costo total de realizar actividades de valor. Y las **Actividades de valor:** Son las distintas actividades que realiza una empresa. Se dividen en dos amplios tipos: actividades primarias y actividades de apoyo. (Riquelme, 2020, p.18)

Porter (1987) menciona a continuación las diferentes acciones que la empresa realiza.

Actividades Primarias

Según, Porter (1987) señala que “la cadena de valor ayuda a determinar qué actividades pueden dar a una empresa una ventaja competitiva” y el autor la clasifica según los siguientes parámetros.

- Logística interna:** son actividades necesarias de recibir, almacenar y distribuir los insumos necesarios para convertir materias primas y ésta a la vez en productos.

- b. Operaciones:** se encargan de efectuar actividades para la transformación de materias primas con sofisticación de materiales en productos terminados.
- c. Logística externa:** corresponden al acopio y distribución de productos
- d. Mercadotecnia y ventas:** se encarga de la producción y medios de comercialización
- e. Servicio postventa:** se refiere a que posterior a la adquisición del producto se brinda seguimiento de soporte, mantenimiento y Atención al Cliente (Porter, 1987, p. 30)

Ilustración 3: Imagen de las actividades primarias



Nota: Adaptado de la Caracterización cadena de valor (Riquelme, 2020).

Actividades de Apoyo

Según Porter (1987) las actividades de apoyo tienen una finalidad la de brindar soporte al eslabón de las actividades primarias.

- **Infraestructura de la empresa:** consiste en apoyar las actividades de toda la empresa, como infraestructura física, finanzas, mercadotecnia, producción, etc.

- **Administración de recursos humanos:** se trata del reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal, siempre y cuando cubra los requerimientos que necesita la empresa.
- **Desarrollo de la tecnología:** se basa en la investigación, desarrollo e innovación de tecnologías que brinden el apoyo a todas las áreas de la empresa.
- **Compras y adquisiciones:** la obtención de insumos que requiere para que la empresa funcione.

Así mismo, este autor indica que tanto las actividades primarias como las secundarias o de apoyo es posible que de ellas se desprendan actividades más explícitas: Por ejemplo, mercadeo y comercializaciones puede subdividirse en: administración del marketing, publicidad, administración y operación de las ventas. El estándar para dividir las actividades principales y las actividades auxiliares se basa en la importancia de las actividades en los ingresos o costos.

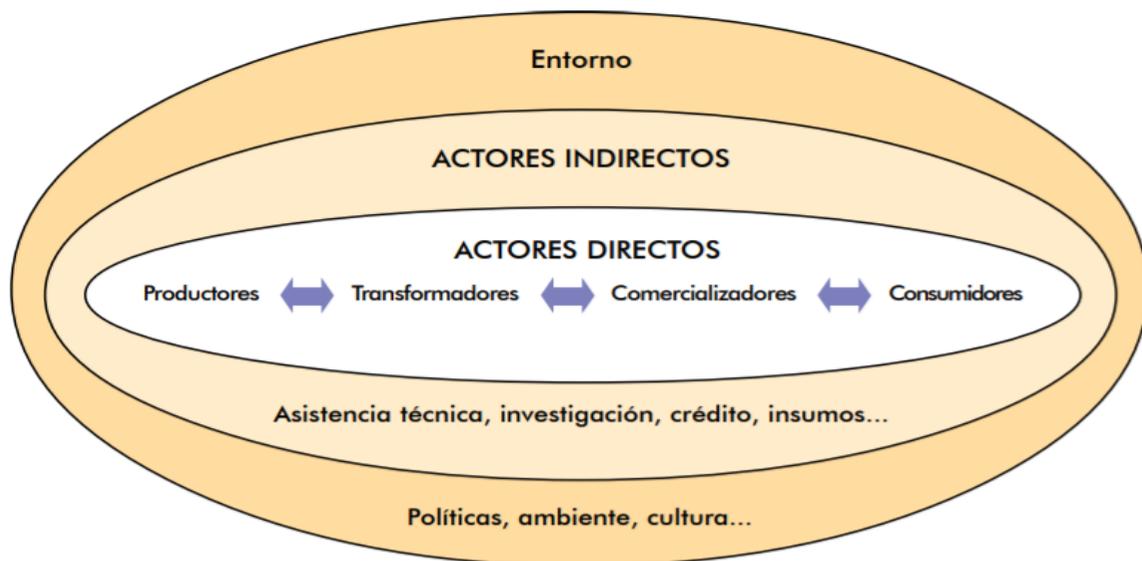
4.2.3.3. Actores involucrados en la Cadena de Valor

Nutz y Sievers, (2016) al hablar de la manera en que una cadena de valor forma parte de un sistema más amplio, manifiestan que:

En el centro están las cadenas de valor que aportan los productos y servicios al mercado. El entorno está formado por funciones de apoyo, reglas y normativas. Cada una de las reglas y las funciones de apoyo identificadas como pertinentes para la conformación del funcionamiento de la cadena de valor puede ser analizada como su propio sistema de mercado “interconectado.” Alrededor del núcleo de este nuevo sistema de mercado, surgen nuevas reglas y funciones de apoyo. Este proceso de

diagnóstico es vital para comprender sistemas de mercado, a menudo complejos, y para llegar a las limitaciones subyacentes reales (en los mercados interconectados) que pueden ser intervenidos para maximizar el cambio en la escalabilidad y la sostenibilidad de la cadena de valor básica. El uso de este diagrama puede ser útil para analizar y comprender sistemas de mercado específicos y sus limitaciones subyacentes (es decir, mediante un análisis de la Cadena de Valor) y para planificar e implementar acciones para mejorarlos (es decir, el desarrollo de la Cadena de Valor). Si bien las cadenas de suministro normalmente se analizan y desarrollan desde la perspectiva de un comprador principal (generalmente una gran multinacional) y a menudo se centran en la logística organizativa de un sistema de suministro, el término cadena de valor se utiliza generalmente con una connotación de desarrollo frente a la productividad, el crecimiento y la creación de empleos en el sistema de mercado. (p. 4)

Ilustración 4: Actores directos e indirectos en la cadena productiva



Nota: Adaptado de Guía Metodológica para el análisis de cadenas productivas, Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola (CICDA, 2004, p. 38).

4.2.3.4. Marco de las Cadenas de Valor Alimentarias Sostenibles.

Según la FAO (2015) manifiesta que

En la cadena se distinguen cuatro fases básicas: producción, agrupamiento, elaboración y distribución. La fase de agrupación o acopio es de gran importancia para las Cadenas de Valor de alimentos en los países en desarrollo ya que al agrupar y almacenar eficazmente pequeñas cantidades de productos de pequeños productores muy dispersos suele ser un gran desafío. La función de agrupación puede ser realizada por organizaciones de productores o intermediarios de agrupación especializados. (p. 15)

Ilustración 5: Marco de las cadenas de valor alimentarias sostenibles



Nota: Marco de las cadenas de valor alimentarias sostenibles, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2015, p.14)

Así también la FAO expresa que se puede distinguir tres tipos principales de proveedores de apoyo:

- Proveedores de insumos físicos, provisión de semillas o material de empaquetado.
- Proveedores de servicios no financieros, Tales como limpieza de tierras, abasto, transporte, análisis de laboratorio, preparación en gestión, e investigación de mercado.
- Proveedores de servicios financieros, indica que dado que el capital de trabajo y el capital de inversión juegan un papel vital en la orientación del crecimiento sostenible de la cadena de valor. (FAO, 2015, p.15)

La FAO (2015) alude que al hablar de elementos sociales son tareas humanas que forman parte de una sociedad, se pueden distinguir 4 tipos:

1. **Elementos socioculturales informales**, por ejemplo, las preferencias de los consumidores y los requisitos religiosos.
2. **Elementos institucionales formales**, se toman en cuenta los reglamentos, leyes y políticas gubernamentales
3. **Elementos organizativos**, asociaciones específicamente especializadas.
4. **Elementos de infraestructura**, todo aquello que conecta para que la empresa pueda cumplir sus actividades con eficiencia y eficacia. (p.15)

Adicionalmente a esto, el MAG en pleno 2020 sigue cumpliendo su papel de institución de Apoyo dentro de la Cadena de Valor y antes que el País y el Mundo experimentara la gran magnitud de esta pandemia ocasionada por el Coronavirus denominado "COVID-19" que ha paralizado el desarrollo normal en todo el mundo, el MAG

específicamente en la Provincia de Loja sigue desde hace algunos años ejecutando el Proyecto con el objetivo de reactivar la caficultura ecuatoriana en cada uno de los cantones productores de café, siendo de apoyo sustancial hacia los caficultores, una parte de trabajo lo realizan los técnicos del café de cada parroquia del cantón que tienen a cargo respectivamente, los cuales ayudan a los caficultores a renovar las diversas hectáreas de café que ya ha cumplido con su ciclo de vida con una productividad óptima, sustituyéndolo por nuevas plantaciones de café con mayor resistencias en especial a la plaga llamada "roya", siendo el MAG quien cumple un papel fundamental a través de sus técnicos, ya que les ayuda a conseguir proveedores y de igual forma les ayuda a conseguir paquetes nutricionales a bajo costo con las empresas que ofrecen estos paquetes como AGRIPAC, ECUAQUIMICA, entre otros.

4.2.3.5. *Ciclo de desarrollo de la Cadena de Valor*

Según, Nutz & Sievers (2016) señaló en la "*Guía general de la OIT para el desarrollo de cadenas de valor*", que

Al organizar una iniciativa de desarrollo de cadenas de valor, se mencionan cinco pasos, teniendo en cuenta que la innovación nunca será definitiva, estos pasos pueden considerarse como las diversas etapas del ciclo del proyecto, pero se debe realizar un aprendizaje continuo para mantener la competitividad de la industria y su cadena de valor en el mercado y mejorar la situación. Grupos vulnerables en la cadena de valor.(p. 5)

- a. Selección de Sectores.** - la selección de secciones debe basarse en un proceso de criterios claros, objetivos y grupos destinatarios de la iniciativa

- b. Análisis del Sistema de Mercado.** - este análisis contiene el mapeo de la cadena de valor utilizado para ilustrar la complejidad de la industria, la investigación mediante entrevistas y grupos focales para comprender las oportunidades y limitaciones.
- c. Diseño de las Intervenciones.** – consiste en desarrollar un "paquete" de intervenciones adaptadas a las condiciones reales del mercado local para encontrar soluciones a los cuellos de botella y posibles restricciones en la cadena de valor para evitar la participación de grupos vulnerables.
- d. Implementación.** – los cuellos de botella son obstrucciones en procesos que maneja la empresa la cual se debe dar solución para que pueda sobrevivir el proyecto y la organización adaptarse a los cambios del mercado.
- e. Monitoreo y medición de los resultados.** - el desarrollo de la cadena de valor es un proceso continuo sin fin. Es por eso que se debe implementar un sistema de monitoreo y cálculo de los resultados, por lo tanto, va ayudar a calcular el éxito y además facilitar información sobre que actuaciones debe tomar en consideración para corregir. (pp.6-8).

También, en esta Guía de la OIT presenta en el siguiente recuadro de consideraciones a tomar en cuenta al momento de seleccionar los sectores para el desarrollo de la cadena de valor.

Ilustración 6: Criterios de selección de los sectores



Nota: Adaptado de la Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor (Nutz & Sievers, 2016, p.7)

4.2.3.6. Monitores y Medición de los Resultados

Nutz & Sievers (2016) con respecto al monitoreo y medición de los resultados de las cadenas de valor manifiestan que:

El seguimiento está relacionado con la medición del progreso del desarrollo frente a los objetivos. Un buen sistema de monitoreo permite a los gerentes ver si el proyecto aún se desarrolla según lo planeado o si se necesitan acciones correctivas. Mediante la definición de criterios de selección y el establecimiento de metas, se establece la

base para el seguimiento y medición de resultados desde el inicio del plan de desarrollo de la cadena de valor. (pp. 5-17).

También estos autores expresan que en un sistema de monitoreo y medición de los resultados se hace una evaluación de los progresos de las cuatro áreas:

- a. **Insumos:** recursos económicos, personas y materia prima para la mediación del desarrollo.
- b. **Productos:** los productos son servicios en la cual el proyecto es responsable de proveer, la capacitación, manuales y publicidades.
- c. **Resultados:** los posibles impactos a corto y mediano plazo del producto de la intervención, como la sensibilización sobre las oportunidades de ingresos y empleo en sectores comerciales específicos y la provisión de capacitadores.
- d. **Impacto:** reconoce los logros generales a largo plazo y el desarrollo estratégico de objetivos, reducir la indigencia o la generación de ingresos y los espacios de empleo.

(Nutz & Sievers, 2016) manifiestan que

Se realiza la medición de los productos, resultados y objetivos, y se aplica un sistema de seguimiento y medición de resultados; de este modo, los sistemas de monitoreo permiten el progreso continuo y ayudan a la intervención a adaptarse a un entorno en constante cambio. (pp.15-17)

4.2.3.7. Mapeo de la Cadena de Valor

Nutz & Sievers (2016) revelan que “el diagrama de la cadena de valor es una herramienta auxiliar para mostrar la complejidad del departamento y su cadena de valor” (pp.8-9)

Dibujar un diagrama de cadena significa establecer una representación visual de las conexiones entre las empresas y las organizaciones de apoyo en la cadena de valor y con otros participantes del mercado. Es una herramienta estándar para el análisis de mercado para lograr los objetivos planteados. (p.9)

Además expresan que en la construcción de un mapa de cadenas de valor implica varios pasos:

- 1. Mapeo de las cadenas de valor mediante el uso de un diagrama de flujo sencillo:** determinar la transacción principal de la industria de destino; el proceso directo desde el diseño, hasta el consumidor final. Además, tener en cuenta que es necesario resolver el proceso congregando las actividades y funciones relacionadas en un nivel de la cadena de valor, de lo contrario, el diagrama de la cadena de valor se volverá demasiado complicado.
- 2. Elaboración de un inventario de actores del mercado:** Después de determinar las operaciones centrales de la cadena de valor de la industria, se puede usar este diagrama de flujo para identificar y mapear a los participantes clave del mercado, de igual forma hay que estar al tanto de otros participantes del mercado que no están directamente involucrados en transacciones comerciales básicas dentro de la cadena

de valor, como agencias e instituciones gubernamentales, organizaciones de empresarios y de obreros y proveedores de servicios comerciales.

- 3. Ilustre las oportunidades y las limitaciones:** para esto indica que se puede utilizar un diagrama de flujo simple de la cadena de valor para ilustrar las oportunidades y limitaciones (o FODA) identificadas en cada nivel de la cadena de valor.
- 4. Identifique los diferentes mercados para un producto o servicio:** en este paso hay que determinar el mercado principal donde se venderá el producto. Para que el gráfico que se realice sea significativo en el futuro, se debe agrupar la información en categorías, que son los principales mercados del producto, con la finalidad de conocer qué segmento de mercado está creciendo o tiene potencial de crecimiento; es importante, ya que esto conducirá a soluciones de las áreas donde se requieren mediaciones.
- 5. Identifique la manera en la que los productos y servicios llegan al mercado final:** los diagramas de cadenas de valor son esencialmente ventajosos para identificar la información y las particularidades de canales de mercado específicos. Esto podría ser, investigación de precios, flujos monetarios o sobre la gobernanza de la cadena de valor y sobre todo la naturaleza de dependencia de los actores al interno de la Cadena de Valor. (pp.11-14)

4.2.3.8. *Análisis de la Cadena de Valor*

(Nutz & Sievers, 2016) en la Guía de la Organización Internacional del Trabajo con respecto al análisis de la cadena de valor expresan que:

El análisis de la cadena de valor incluye la evaluación de los resultados de la investigación, a partir de la cual se evalúan las estrategias de desarrollo y medidas de intervención específicas de la cadena de valor, posterior a lo mencionado se evalúan los resultados obtenidos a partir de la validez del sistema, la calidad y diferenciación del producto, el ambiente industrial y las políticas sociales y ambientales. Al igual los autores expresan que el análisis de la cadena de valor también representa un proceso que permita enlazar las etapas anteriores a la iniciativa de desarrollo de la cadena en la que se realiza la investigación inicial, el mapeo de la cadena de valor y la investigación de la cadena de valor, unas a otras y hasta llegar a una conclusión. Al hablar de los resultados del análisis de la cadena de valor, estos se muestran a continuación:

- Una visión clara de cómo lograr un cambio sostenible y sistémico en las cadenas de valor.
- Un marco de intervención que describe las posibles estrategias e intervenciones de mejoramiento, los actores del mercado que participan y los indicadores de seguimiento y evaluación.
- Documentación de los resultados y las estrategias de las investigaciones y los análisis. (pp.40-44).

Además, estos autores en la guía de la OIT indican que los siguientes pasos para el análisis de una cadena de valor son:

1. Analizar las principales restricciones identificadas durante la investigación de la cadena de valor.

2. Vincular las restricciones a las reglas y funciones de apoyo específicas dentro del régimen de mercado.
3. Identificar a los actores del mercado que desempeñan funciones o tienen incentivos para desempeñarlas.
4. Formular soluciones sostenibles para el mejoramiento de la cadena de valor. (pp. 15-16).

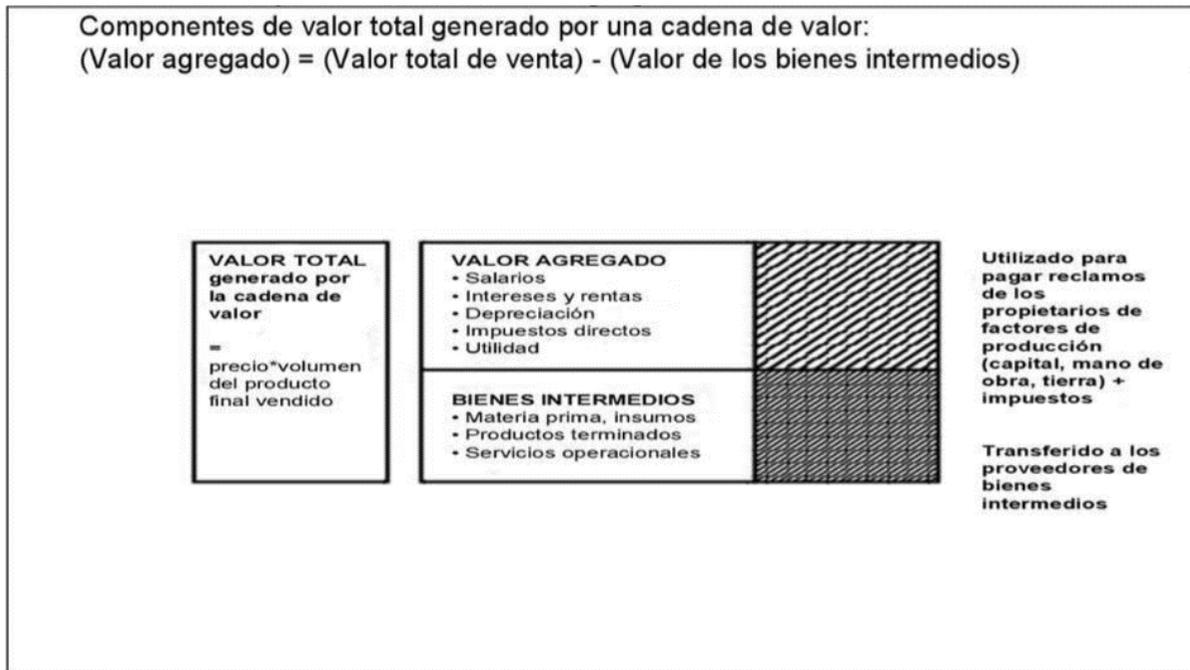
4.2.3.9. *Cálculo del valor agregado de la Cadena de Valor*

El Manual de ValueLinks propuesta por Springer-Heinze et al., (2007) manifiesta que al hablar de valor agregado se refiere a una medición de la riqueza generada en la economía:

- De acuerdo con la definición utilizada en los sistemas de la contabilidad nacional, el valor agregado es equivalente al total de los servicios y productos producidos en la economía para el consumo y la inversión (Producto Interno Bruto -PIB), neto de depreciación, para llegar al valor agregado generado por una cadena de valor específica, el costo de los insumos ingresados, componentes y servicios deben ser deducidos del valor de venta.
- Además, en el Manual ValueLinks se expresa que el valor de venta o ingresos (precio*volumen) obtenido por la cadena de valor se divide entre el valor agregado creado por los operadores que constituyen la cadena y los bienes intermedios, insumos y servicios operacionales suministrados por los prestadores que no forman parte de la secuencia modular de la cadena de valor.

- Así también en este manual se menciona que el cálculo del siguiente cuadro no se refiere a una empresa en particular, sino a todas las empresas de la cadena de valor en su conjunto, incluidos los servicios e insumos suministrados por empresas que no forman parte de esta.

Ilustración 7: Cálculo del Valor Agregado



Nota: Adaptado de Manual Value Links Modulo 2 (Springer-Heinze, 2007, p. 23)

4.2.3.10. Modelo de la Cadena de Valor

Ilustración 8: Modelo de Intervención para el desarrollo de la Cadena de Valor

← IMPLEMENTACIÓN →			← RESULTADOS →	
Insumos	Actividades	Productos	Resultados	Impacto
<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto Personal Contrapartes locales Capacitadores Colaboración Instalaciones Equipo Suministros Experiencia técnica 	<p>Investigación y análisis</p> <ul style="list-style-type: none"> Analizar y seleccionar de los sectores con potencial para la intervención de CV Desarrollar herramientas para el análisis de CV Conducir el análisis de CV <p>Diseño e implementación</p> <ul style="list-style-type: none"> Apoyar el desarrollo de la propuesta <p>Capacitación</p> <ul style="list-style-type: none"> Producir el manual del capacitador Conducir formaciones para personal que trabaja en el campo / contrapartes / facilitadores de DCV Proveer orientación para la implementación <p>Monitoreo y evaluación (M&E)</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseñar modelos de intervención y sistemas de M&E basados en el estándar del DCED Diseñar evaluaciones de impacto rigurosas para las intervenciones seleccionadas Extraer lecciones aprendidas y compartir con otros profesionales 	<p>Investigación y análisis</p> <ul style="list-style-type: none"> Reporte con la selección del sector Herramientas para el análisis de CV Mapeo de la CV <p>Diseño e implementación</p> <ul style="list-style-type: none"> Propuesta del proyecto para los donantes <p>Capacitación</p> <ul style="list-style-type: none"> Material de formación Personal clave capacitado Mentores orientados <p>Monitoreo y evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> Sistemas de M&E basados en el estándar del DCED Reporte de evaluación de impacto Reportes o cortos comunicados con las lecciones aprendidas 	<p>Macro</p> <ul style="list-style-type: none"> Nueva opción de mercado Satisfacción del cliente Competitividad del sector seleccionado mejorada Nuevas políticas, leyes o cambios regulatorios o administrativos adoptados para mejorar el ambiente de los negocios <p>Intermediarios</p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidad de los SDE mejorada Recursos adicionales movilizados de otras partes <p>Empresas individuales</p> <ul style="list-style-type: none"> Adquisición de habilidades adicionales Mejores prácticas de negocios Mejoramiento del desempeño financiero de las empresas Reducción de la informalidad de las empresas Mejoramiento de las condiciones laborales Mejor cumplimiento de los estándares laborales 	<ul style="list-style-type: none"> Trabajos adicionales creados Mayor ingreso familiar generado Calidad de los trabajos mejorada Reducción de la pobreza

Nota: Adaptado de Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor, por Protocolo 2 de la Convención Universal sobre Derecho de Autor (Nutz & Sievers, 2016, p.20)

4.2.4. Modalidades de Organización de la Cadena de Valor

4.2.4.1. Modalidad Tradicional

Vorley et al., (2013) con respecto a la modalidad tradicional de producción agrícola muestra que

Por lo general, las definiciones de la agricultura a pequeña escala se basan en el tamaño de la propiedad agrícola; muchas fuentes, incluida la Federación Internacional de Productores Agrícolas, registran terrenos de dos hectáreas o menos como pequeñas propiedades agrícolas. De acuerdo con este criterio existen por lo menos entre 450 y 500 millones de pequeñas propiedades agrícolas, que representan el 85% de las propiedades agrícolas del mundo; insinúa la posibilidad de que la cifra sea aún más elevada. Se piensa que estas propiedades agrícolas mantienen a una población de aproximadamente 2.200 millones de personas, equivalentes a un tercio de la humanidad". (p. 19)

Gómez (2019) en la modalidad tradicional en la producción de café, expone a continuación que

La modalidad tradicional hace referencia a cafetales que se siembran en paisaje de montaña y en donde todas las labores de cultivo se hacen a mano porque en topografía inclinada no es posible hacer agricultura mecanizada, para este tipo de sistema se intercalan plantas frutales y madereras entre los cafetales, con lo que se logra tener un agro sistema más diverso y auto sostenible. Así mismo expresa que éste sistemas de cultivo las plantas se siembran a mayor distancia unas de otras, más o menos a 2 metros entre planta y planta, con estas distancias de siembra se obtienen un total de

2.500 plantas de café por hectárea siendo este sistema empleado por los agricultores independientes.

También menciona que, este sistema no permite aumentar el 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.

4.2.4.2. Modalidad Asociativa

Romero (2009) al referirse al trabajo en la agricultura moderna bajo la modalidad asociativa describe que

La agricultura moderna de carácter empresarial se mueve con la necesaria participación de organismos asociativos capaces de integrarse con los procesos de racionalización, programación de la producción y de las fases posteriores de transformación y comercialización, contribuyendo a lograr la mejora y el aumento de la competitividad, a partir de la solución conjunta de problemas comunes, consiguiendo: flexibilidad en la capacidad de respuesta al entorno de la empresa, identificar claramente los problemas a partir de una base de diagnóstico común a todas las empresas involucradas, intensificación de los esfuerzos a partir de una adecuada coordinación de los actores implicados y mejorar la búsqueda de alternativas a confrontar antes de decidir una estrategia común. (p.41).

Esta autora también expresa que las formas asociativas en los diversos países está viviendo un momento extremadamente delicado con motivo de la necesidad de afrontar la realidad de un mercado dinámico y condicionado por muchas variables, donde la competición llega a ser posible, siempre que se restablezcan objetivos y

estrategias económicas, modelos operativos y de correcta gestión, y se adecuen tales instrumentos a las condiciones y a los ritmos impuestos por el progreso, y por la evolución de las relaciones a escala interna e internacional. (p. 41)

En la investigación: *Las formas Asociativas en la Agricultura y las Cooperativas*, al describir a los empresarios rurales, Romero (2009) insinúa lo siguiente:

El empresario rural dispone de distintas alternativas asociativas para optimizar sus recursos económicos. La agricultura de grupo presenta fenómenos jurídicos diversos que van desde la empresa familiar a la asociación en una empresa común resultante de un contrato agrario, a la sociedad en toda la gama de sus tipos legales, al consorcio y a las asociaciones entre productores con estructuras simples y complejas. (p. 42)

Así también establece que la historia de la actividad agraria ha sido frecuente el caso de que un productor agrario se vea obligado a tener que suscribir un contrato de venta de sus propios productos, determinado unilateralmente por el adquirente económicamente más fuerte que él. Por ello se trata de compactar en la expresión “asociativismo agrario” a un fenómeno característico de la agricultura moderna de países capitalistas, por el cual los productores agrarios se asocian a fin de disciplinar la producción y, por lo tanto, a reglamentar los precios y adaptar la oferta a la previsión de la demanda, entre otras actividades. (p. 42)

Romero (2009) indica que “se pueden diferenciar algunas formas de integración entre trabajadores en asociaciones que les permite trabajar en conjunto”

- a. **“Empresa social”**: es el caso de las sociedades agrarias especiales que tratan de responder a las diversas alternativas de aportes, representación, responsabilidad,

destino de bienes, etcétera, con que actualmente se plantean las vinculaciones societarias en la economía agraria.

- b. **Estructuras asociativas integradas, complejas**, destinada a la colaboración entre empresas y englobadas en la genérica figura del “consorcio”, se constituye entre empresarios para facilitar o desarrollar determinadas fases de la actividad empresarial de sus miembros. El empresario desarrolla el ciclo global de su empresa con operaciones particulares que denomina “fases”, cada una de las cuales está formada por un grupo específico de trabajos, elaboraciones y actividades diversas organizadas hacia un resultado final.
- c. **“Asociaciones y uniones”** de productores que están constituidas por productores u organizaciones de productores agrarios con el fin de adoptar en común a las exigencias del mercado, la producción y oferta de los socios. (pp. 43-44)

4.2.4.3. *Cuadro Comparativo en el enfoque Tradicional y Asociativo de la Cadena de Valor*

Según Iglesias (2002) al referirse a los enfoques tanto tradicional como asociativo, insiste que

Una cadena de valor es diferente de la relación de rivalidad en los negocios que se encuentra en muchas partes del sector agroalimentario. En las relaciones tradicionales el objetivo es maximizar las ganancias de una empresa basándose en comprar al precio más bajo posible y vender al precio más alto posible. Existe muy poca confianza e incluso no se comparte información entre los directivos. Por otra parte, los miembros de una cadena de valor reconocen que todos los participantes deben crear una situación de

ganar-ganar (“win to win”), por lo cual todos ellos se benefician financieramente y son todos parte del proceso de tomar decisiones y compartir la información. Las cadenas de valor se construyen más con cooperación en el negocio, antes que con rivalidades. La (tabla 1) muestra algunas de las diferencias entre las relaciones de negocios tradicionales y las realizadas en una cadena de valor. (p. 6)

Tabla 1: Comparación entre las Relaciones del Negocio Tradicional y la Cadena de Valor

	Enfoque Tradicional	Cadena de Valor
Información compartida	Escasa o ninguna	Amplia
Objetivo primario	Costo/precio	Valor / Cantidad
Orientación	Producto	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. Adaptado de Bouma (2000), en Cadenas de valor como estrategia (Iglesias, 2002, p.2).

Una vez analizados los enfoques tanto el Tradicional como el Asociativo, se puede resumir de la siguiente forma:

Información compartida: dentro de este punto al hablar de un negocio tradicional no se comparte mucha información y en ciertos casos es nula, mientras que dentro de la cadena de valor se comparte una extensa cantidad de información con cada uno de los actores e inclusive con otras empresas, con un mismo objetivo crecer conjuntamente.

Objetivo principal: en un negocio tradicional el objetivo principal es el costo y el precio es decir se enfoca en competir, comprando a precios bastante bajos para luego vender a un precio alto, mientras que en la cadena de valor el objetivo principal está en agregar valor en cada proceso que se realiza hasta que llega al consumidor final, elaborando productos con los más altos estándares de calidad, que también permitirán agregar valor al cliente.

Orientación: en un negocio tradicional está orientado a los productos o servicios, mientras que, en la cadena de valor, se enfoca en marcar la diferencia con productos que los diferencien de la competencia, permitiéndoles tener una gran participación dentro del mercado.

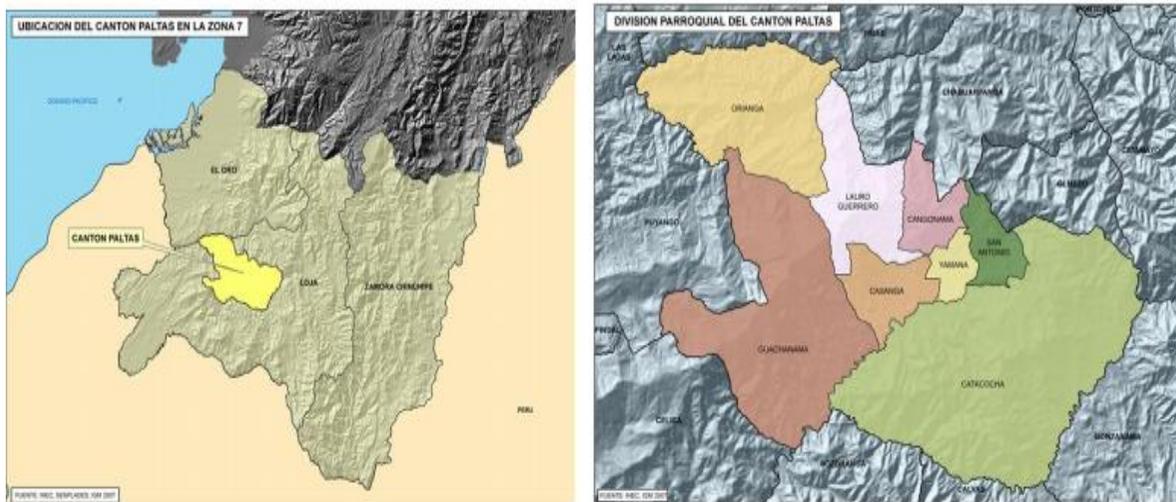
Relación de poder: en los negocios tradicionales buscan tener el control del mercado enfocándose en ofertar productos, pero no se preocupan por ver las necesidades y cumplir las expectativas del cliente. Mientras que en una cadena de valor está enfocada en la demanda, pendientes a las nuevas necesidades que los clientes tengan, para producir productos de calidad como los consumidores lo necesitan y acorde a las últimas tendencias.

Estructura de la organización: en un negocio tradicional se enfocan en trabajar de forma aislada e independientes, es decir solos contra la competencia, mientras que en la cadena de valor está estructurado para que las relaciones sean recíprocas y en la que participan todos los actores de la cadena de valor, permitiéndoles trabajar en conjunto sin rivalidad, sino más bien apoyándose unos a otros para crecer, para satisfacer el mercado con productos de la más alta calidad.

Filosofía: en una cadena de valor está enfocada en la mejora continua, en ser competitivos, agrando valor a sus clientes con productos de la más alta calidad y con los mejores servicios prestados, durante y después de la compra.

4.2.5. Área de estudio, Antecedentes del Cantón Paltas.

Ilustración 9: Localización Geográfica del cantón Paltas



Nota: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019 – 2023, (GAD Paltas, 2019)

4.2.5.1. Datos del cantón Paltas

GAD Paltas (2020) Paltas es un cantón de la provincia de Loja, llamado así por la presencia del poderoso Palta en las regiones preincaicas, constituye los elementos básicos de la etnografía e historia de la provincia. Su cabecera cantonal es la ciudad de Catacocha.

Ministerio de Turismo (2020) se caracteriza por ser una villa fortificada ubicada en el noroeste de la provincia de Loja, por su importante riqueza arqueológica y paleontológica, combinada con las tradiciones y costumbres de Loja, fue declarada patrimonio cultural del Ecuador.

4.2.5.2. Extensión territorial y límites

Tiene una superficie de 1 124 kilómetros cuadrados. Además, se encuentra limitado al Norte: con los cantones Chaguarpamba, Olmedo y parte de la provincia de El Oro; al Sur:

con los cantones Calvas, Sozoranga y Celica; al Este: con los cantones de Gonzanamá y Catamayo; y Oeste: con los cantones de Puyango y Celica. (GAD Paltas, 2019)

4.2.5.3. *Clima y Altitud*

Según (PDOT, 2019) el cantón Paltas provincia de Loja se encuentra a una altitud de 1 183 m.s.n.m. además posee varios niveles climáticos, siendo estos: clima tropical (Catacocha, Lauro Guerrero, Cangonamá y Orianga); Seco (Lourdes, Casanga, Yamana, Lauro Guerrero); y Templado (Cangonamá, Catacocha y Lourdes). (p.3)

4.2.5.4. *Población*

De acuerdo con datos publicados por Ecuador en cifras, la población total del cantón Paltas es de 24 703 habitantes, de los cuales 12 398 son hombres y 12 305 son mujeres. En la zona urbana se concentra sólo el 21,76% y en la zona rural el 78,24% de la población cantonal. El 97,5% representa la población mestiza. (INEC, 2010)

4.2.5.5. *Parroquias del Cantón Paltas*

Según, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Paltas, (2020) las parroquias del cantón paltas se dividen de la siguiente manera:

- Dos parroquias urbanas: Catacocha y Lourdes.
- Siete parroquias rurales: Cangonamá, Casanga, Guachanamá, Lauro Guerrero, Orianga, San Antonio y Yamana.

4.2.5.6. *Producción y Comercio de café en el cantón.*

GAD Cantón Paltas, (2013) recalca que

Desde años atrás, la producción del café ha enfrentado muchas adversidades, especialmente en términos de ingresos por ventas, debido a que la mayoría de

los productores no cuentan con la infraestructura necesaria para procesar los granos de manera oportuna y adecuada, por lo que la calidad del café ecuatoriano para exportación es siempre de menor calidad.

La caficultura en el cantón se realiza sobre granos secos, sin la debida fermentación y secado por parte del fabricante, lo que suele reducir el tipo de café o su calidad, se realiza un secado de grano sin ninguna técnica, perdiendo muchas de las características organolépticas del producto, y por último en la fase de “comercialización”, donde el intermediario juega un papel importante, estos se encuentran fijos en la cabecera cantonal donde comercializan la gran mayoría. Los caficultores corren con el riesgo de comercializar su producto ya que el cantón no cuenta con vías adecuadas para trasladar el café, desde los lugares de su producción hasta llegar a los lugares de comercialización y consumo. “GAD Cantón Paltas”, (2013).

El comercio en el cantón Paltas, en beneficio para todas sus parroquias llegan acuerdos comerciales a través de sus ferias anuales siendo estas fechas las siguientes: 24 de junio, 30 de Julio y primer domingo de octubre, donde se reúnen agricultores, ganaderos y comerciantes a gran escala para la compra y ventas de productos además mencionar que todos los domingos existe actividad comercial. (Etnias y Nacionalidades, 2013).

4.3. Marco Conceptual

Cadena de valor: permite una gestión más eficaz de aquellos elementos que se consideran ventajas competitivas y agrupa recursos para eliminar las debilidades descubiertas, incrementado de esta manera el valor del bien y servicio para el cliente. (Quintero & Sánchez, 2006, p.1)

Convencional: desempeñar características habituales o tradicionales. (Oxford Lexico, 2020, p.3)

Sustentabilidad: se define como la producción de bienes y servicios, en la cual se satisfacen necesidades humanas y además la adecuación de tecnología no destructiva con la naturaleza, fortificando condiciones ambientales y el uso de recursos naturales en el ámbito del rediseño y desarrollo natural. (Plinio, 2018, p.4)

Paleontológica: hace referencia al estudio de fósiles de aquellas mutaciones que sobrellevaron las especies al transformarse de unas a otras, estos fósiles pueden ser animales y plantas. (Delicio, 2002, p.8)

Introgresión: se describe que es llamada así por la fase que consiste en introducir genes de diferentes poblaciones en una población específica, para dar como resultado otra especie más fuerte. (Cañon, 2017, p.2)

Micropropagación: es particularmente útil para proteger plantas preciosas y mejorar especies en situaciones donde otros métodos son difíciles de lograr. (Asociación Gremial ChileBIO CropLife, 2018, p.1)

5. Metodología.

En la presente investigación se analizó la cadena de valor del café bajo modalidad tradicional y asociativa en el cantón paltas provincia de Loja, para lo cual se utilizaron materiales, métodos, técnicas e instrumentos, que permitieron cumplir con los objetivos planteados.

5.1. Materiales

Durante el desarrollo de la presente investigación se creó necesario el uso de los siguientes materiales descritos a continuación:

Tabla 2: Lista de materiales utilizados en la investigación

Suministros de oficina	Equipos de oficina	Herramientas de trabajo de campo
Esferos	computador portátil	cámara/celular
Borrador	USB	
Carpetas	Impresora	
Encuestas y Entrevistas		

Elaboración: Sergio Barraqueta.

5.2. Métodos

La actual investigación que parte de un enfoque cuantitativo complementado con herramientas cualitativas, se utilizaron los siguientes métodos descritos a continuación para el cumplimiento de los objetivos.

- **Método descriptivo:** se aplicó este método para identificar cada una de las características de los diferentes actores de la cadena de valor, así como también sus principales actividades y la relación que tiene con los demás actores de los diferentes eslabones de la C.V.
- **Método analítico:** se utilizó para analizar los problemas actuales de la población del sector productivo del café.

- **Método sintético:** se utilizó principalmente para condensar la información recabada.
- **Método comparativo:** se usó para identificar las diferencias y semejanzas más relevantes entre las cadenas de valor.

5.3. Técnicas

Para la presente investigación se usó dos técnicas de recolección de datos, a continuación, se detallan:

- Encuesta: se empleó a todos los actores involucrados en la cadena de valor; desde proveedores, productores, acopiadores, transformadores y comercializadores que permitió conocer a detalle las variables, características y similitudes para analizar la cadena de valor en el cantón Paltas, provincia de Loja.
- Entrevista: fueron aplicadas a los actores directos e indirectos que componen la cadena de valor, tales como: presidentes de las asociaciones, técnicos del MAG, presidentes de las juntas parroquiales del cantón Paltas, los cuales contribuyeron con información importante para el estudio.

5.4. Muestra

De acuerdo con datos publicados por Ecuador en cifras (INEC, 2010) la población total del cantón Paltas es de 24 703 habitantes, de los cuales en un total de 658 familias son las que se dedican al cultivo de café en el cantón; en el desarrollo de la investigación se difiere a esta estadística ya que al requerir una lista de los actores directos al MAG de Paltas, la cantidad de caficultores no era la misma, es decir menor a las cifras publicadas, es por eso que para ejecutar la aplicación de las encuestas, de la presente investigación se hizo uso del muestreo **no probabilístico por conveniencia**; ya que el MAG de Paltas tiene información desactualizada en cuanto a la composición de número de productores de café, por lo tanto,

no se conoce la probabilidad de que cada individuo sea seleccionado para la muestra; modelo por conveniencia, la cual consistió en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea asequible, es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionaron porque se conoció que pertenecían a la población de interés, para llegar a cada uno de ellos se realizó este tipo de muestra, 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.

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 ampliando el rango de información., y de esta forma llegar a las personas que son de interés, de una forma objetiva permitiendo asegurar que con los datos recolectados se pueda realizar inferencia estadística.

Tabla 3: Actores encuestados

ACTORES	TRADICIONAL	ASOCIATIVA	TOTAL
Proveedores	2	1	3
Productores	24	17	41
Acopiadores	6	2	8
Transformadores	3	2	5
Comercializadores	5	4	9
TOTAL	38	28	66

Nota. Población de estudio para la caracterización de la cadena de valor

Elaboración: Sergio Barraqueta.

5.5. Procedimiento

En primera instancia se efectuó una exploración de conceptos, teorías y estudios realizados en relación al tema, en donde se constató que la herramienta propuesta en el manual ValueLinks para el estudio de la cadena de valor, es la más acertada para este tipo de investigación. Luego de esto, se estructura las herramientas de recolección de datos, para

posteriormente ejecutar el levantamiento de la información aplicando la encuesta para los actores directos y la entrevista a los actores indirectos.

Una vez ordenada toda la información en una base de datos, el paso a seguir fue determinar el tipo de cadena que se analizará, tomando en consideración el origen y destino de producción, las actividades y relaciones entre los diferentes actores.

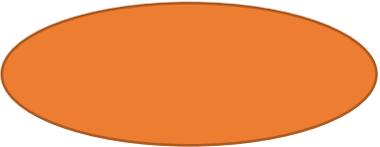
Luego de identificar el tipo de cadena de valor, se continúa a dar cumplimiento al primer objetivo, permitiendo de esta forma identificar cada eslabón que compone la C.V. así como se identifica a cada actor directo y de igual forma a los actores indirectos que son los prestadores de servicio de apoyo tales como: asistencia técnica, capacitación, financiamiento, transporte, etcétera).

Para dar cumplimiento al segundo objetivo la caracterización de la cadena de valor se estructuró empleando el método descriptivo a través de matrices en donde se analizaron; las actividades, la relación entre los actores, riesgos, precios, oportunidades, debilidades y fortalezas, en ambas cadenas de valor.

Para el tercer objetivo el desarrollo de diagramación se sintetizó toda la información de la caracterización, representado de esta forma a quienes participan, el tipo de relación que mantienen entre los actores, el tipo de acuerdo comercial y condiciones de acuerdo.

Finalmente, en el cuarto objetivo, se estructuró diferentes cuadros comparativos para cada actor directo que compone la cadena de valor en sus dos modalidades, comparando los elementos usados en la matriz de caracterización de los actores directos, permitiendo de esta manera definir la cadena más competitiva en el mercado, e identificar el actor más vulnerable dentro de la misma.

Ilustración 10: Simbología ValueLinks para el 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

Nota: Tomado de la Guía metodológica de la facilitación en cadenas de valor (Rojas, Ruiz, Larrea & Saavedra, 2009)

Elaboración: Sergio Barraqueta.

6. Resultados

Los participantes en la cadena de valor son dueños del producto durante el proceso de producción y comercialización, en donde la calidad y el valor agregado inciden para la explotación y comercialización del café.

Con respecto a los actores que intervienen en cada uno de los eslabones identificados bajo la modalidad tradicional y asociativa que tienen características semejantes; en la modalidad tradicional el caficultor actúa en todos los eslabones de la C.V, y se enfrentan a dificultades como enfermedades en las plantas, difícil acceso ya que la mayoría de caminos para llegar son de herradura y lastra, seguido del bajo financiamiento, y por último el confinamiento debido a la crisis sanitaria por covid-19, la transformación y comercialización bajo la modalidad asociativa es realizada en el centro del cantón, por otra parte intermediarios que ayudan a productores a comercializar el café lo realizan personas que acopian en cantones como: Chaguarpamba, Olmedo, Celica, Zamora, Puyango y Marcabelí; y su destino de comercio es a las grandes ciudades como Guayaquil, Quito y Cuenca e internacionalmente a EE.UU; por otro lado bajo la modalidad asociativa son las mismas asociaciones encargadas de la tecnificación del cultivo, además el beneficio de la asociación implica ventajas dentro de la comercialización, ya que empresas poseen permiso y certificación para seguir operando sus actividades comerciales en cuanto a temas de restricción de movilización por la pandemia de covid-19, bajo la modalidad asociativa existe APECAM (Asociación de Pequeños Exportadores de Café Especial de Marcabelí), El café de la asociación APECAM llega al mercado internacional a través de FAPECAFES, quien acopia este café para exportarlo.

Se establecen los mapeos de costos inmersos en el procesamiento del café tanto en la cadena de valor asociativa como en la cadena de valor tradicional, sumado a esto la importancia de la concepción del modelo de cadena de valor, desde la perspectiva del producto y su posicionamiento en el mercado y, a la satisfacción de las necesidades de las comunidades rurales con la decisión de crear y mantener relaciones productivas que permitan el desarrollo de la innovación y expansión de las fincas cafetaleras.

Objetivo específico 1. “Identificar cada uno de los eslabones y actores que conforman la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.”

A continuación, en la tabla se figuran los eslabones de la cadena de valor, con sus respectivas funciones.

Tabla 4: *Eslabones de la cadena de valor, modalidad tradicional con sus respectivas funciones.*

PROVISIÓN	PRODUCCIÓN	ACOPIO	TRANSFORMACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	CONSUMO
Número de proveedores:	Número de productores:	Número de acopiadores:	Número de transformadores:	Número de comercializadores:	Tipo de mercado:
3	24	3	3	6	2
Proveer de plántulas.	Preparar el espacio para la siembra	Almacén del café	Receptar el café	Acuerdos Comerciales para el producto del café	Café, para el consumo local y nacional
Proveer de insumos como abono y herbicidas	Utilizar el abono que se haya elegido	Controlar el peso y la calidad requerida	Seleccionar y clasificar de manera correcta el café que requiera procesar corriente o especial	Dar a conocer la clase de café que esta puesta a la venta	—
	Tener la precaución de cuidar correctamente la planta.	Distribuir las diferentes especies de café para el fin comercial.	Proceder con el tostado y molido del café, para su posterior comercialización		—

Continúa

Prevencción y control de plagas y enfermedades.	Búsqueda de compradores para lograr un mercado rentable.	Pesar y empacar para comercializar el café listo para el consumo.	— — —
---	--	---	-------------

Nota. Identificación de los eslabones con las pertinentes actividades que desarrollan en la cadena de valor del café bajo modalidad tradicional, encuestas y entrevistas (2020).

Categoría de actores en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y sus relaciones

Ilustración 11: Categoría de los actores en la modalidad tradicional



Nota. Encuesta a los actores directos e indirectos.

Elaboración: Sergio Barraqueta.

A continuación, se representan a los actores directos e indirectos de la cadena de valor del café en la modalidad Tradicional.

Tabla 5: Actores de la cadena de valor bajo la modalidad tradicional.

ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1. Proveedor de insumos agrícolas	PRESTADORES DE SERVICIOS OPERACIONALES
Locales comerciales, y en el centro las ferias libres.	Instituciones Bancarias: son las encargadas de proporcionar financiamiento crediticio para desarrollar actividades de agricultura, en este caso la producción de café. Destacan BanEcuador.
2. Productores	Cooperativas de Transporte: se encargan de transportar la producción e insumos a la provincia y el país, además de ser el principal medio para la movilización de los productores del cantón. Entre ellas se encuentran: Cooperativa de transporte de camionetas ciudad de Catacocha, Cooperativa de camionetas Guara – Lando y motorizados.
Pequeños productores individuales no calificados ubicados en el cantón Paltas.	

Continúa

3. Acopiadores	Prestadores de Servicios de Apoyo
Los acopiadores se encuentran ubicados en la ciudad de Loja, en el cantón Paltas parroquia Cangonamá, Puyango, Zamora, y Marcabellí	Prefectura de Loja: Encargado del mejoramiento de la producción agrícola y cafetalera en los cantones de la provincia de Loja. Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): encargada de la agricultura, brindando el asesoramiento técnico y capacitaciones a través de proyectos para la reactivación de café de altura.
4. Transformadores	Organizaciones Regulatoras
Productores independientes que no cuentan con maquinaria automatizada y transforman una cantidad de producto a pequeña escala.	Agrocalidad: La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario se encarga de la producción de plantas y productos vegetales en condiciones fitosanitarias; del control y prevención de plagas y enfermedades. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA): Se encarga de vigilar que los productos de uso y consumo cumplan con las condiciones de higiene y además ayuda a obtener permisos de funcionamiento. Servicio de Rentas Internas (SRI): Se encarga de gestionar el cobro de impuestos y de otorgar el RUC y el RISE.
5. Comercializadores	
Minoristas y mayoristas. Comercializar el producto a nivel local y nacional (Guayaquil, Zamora, Cuenca).	
6. Consumidor Final	
Consumidores a nivel nacional e internacional.	

Nota. Datos tomados de encuestas y entrevista aplicadas a los actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional en el cantón Paltas 2020.

En la siguiente tabla se muestran cada una de las funciones que realizan cada uno de los eslabones de la cadena de valor, bajo la modalidad Asociativa

Tabla 6: *Eslabones de la cadena de valor, modalidad Asociativa con sus respectivas funciones.*

PROVISIÓN	PRODUCCIÓN	ACOPIO	TRANSFORMACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	CONSUMO
Número de proveedores:	Número de productores:	Número de acopiadores:	Número de transformadores:	Número de comercializadores:	Tipo de mercados:
3	17	2	2	3	2
Proveer plántulas.	Preparar el espacio para la siembra	Almacén del café	Receptar el café	Negociar el café	Café, listo para el consumo

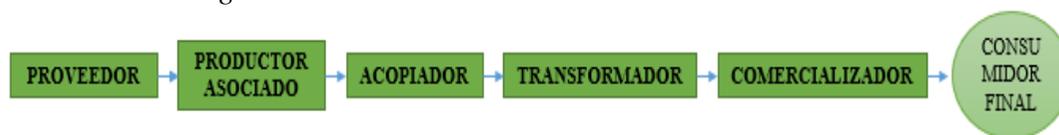
Continúa

					nacional e internaci onal
Proveer de insumos como abono y herbicidas.	Utilizar el abono que se haya elegido	Controlar el peso ya la calidad requerida	Elegir y clasificar el café que requiera procesar	Dar a conocer la clase de café que esta puesta a la venta	— — —
Proveer la maquinaria y materiales para el cuidado del cafetal.	Tener la precaución de cuidar correctamente la planta.	Distribuir las diferentes especies	Proceder con el tostado y molido del café.	Transportar el café	— — —
	Prevención y control de plagas y enfermedades	Generar la búsqueda de mercados.	Pesar y empacar para comercializar el café listo para el consumo		— —

Nota. Identificación de los eslabones conjuntamente con las pertinentes actividades que desarrollan en la cadena de valor del café bajo un enfoque o modalidad asociativa. Entrevistas y encuestas aplicadas (2020).

Categorías de actores en la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa y sus relaciones

Ilustración 12: Categoría de los actores en la modalidad Asociativa



Nota. Encuesta a los actores directos

Elaboración: Sergio Barrazaeta.

Se indican a continuación los actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.

Tabla 7: Actores directos e indirectos de la cadena de valor del café en la modalidad asociativa.

ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1. Proveedor de insumos agrícolas	Prestadores de Servicios Operacionales
Locales comerciales, y en el centro las ferias libres.	Instituciones Bancarias: quienes financian esta actividad como lo hace BanEcuador.
2. Productores	CUPUS: organización encargada de acopiar el café en el cantón Alamor, además que brinda capacitaciones y facilidad de adquisición de maquinaria.
Pequeños productores individuales no calificados ubicados en el cantón Paltas.	
3. Acopiadores	Prestadores de Servicios de Apoyo
Los acopiadores se encuentran ubicados en la ciudad de Loja, en el cantón Paltas parroquia Cangonamá, Puyango, CUPUS (Alamor), y APECAM representado por un productor de café en la parroquia Orianga.	MAG: El Ministerio de Agricultura y Ganadería, es el responsable de promover la competitividad y el desarrollo de las actividades agropecuarias y del ámbito rural, en armonía con la protección del ambiente y los recursos productivo. FAPECAFES: proporcionan de la misma forma asesoramiento y capacitaciones en temas de cultivo de café. APECAM: forma parte de la organización FAPECAFES
4. Transformadores	Organizaciones Reguladoras
A través de la exportadora Wild Coffee ubicada en la ciudad de Guayaquil, además tiene su planta procesadora ubicada en Zamora Chinchipe, una en La Jalca y la otra en Chito; la empresa CUPUS con ayuda del Ing. Medardo Nole envía el café acopiado para su posterior proceso de transformación.	Agrocalidad: La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario se encarga de la producción de plantas y productos vegetales en condiciones fitosanitarias; del control y prevención de plagas y enfermedades. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA): Se encarga de vigilar que los productos de uso y consumo cumplan con las condiciones de higiene y además ayuda a obtener permisos de funcionamiento. Servicio de Rentas Internas (SRI): Se encarga de gestionar el cobro de impuestos y de otorgar el RUC y el RISE.
CAPAMACO TRADING, con la representación del Econ. Roberto Jiménez, con planta de transformación en la ciudad de Loja.	

Continúa

5. Comercializadores

CUPUS: Comercializa el café, ubicada en el cantón Alamor.

Marcabelí: dirigido por Jimmy Suarez.

Econ. Roberto Jiménez

6. Consumidor Final

Los consumidores de café se encuentran tanto a nivel local, nacional e internacional.

Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN): Se encarga de dar certificados de calidad para los productos

Nota. Datos tomados de la aplicación de encuestas y entrevistas dirigida a los actores directos e indirectos que conforman la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa en el cantón Paltas, 2020.

Objetivo específico 2. “Describir la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Paltas.”

Una vez identificado a cada uno de los eslabones y de los actores que participan en la cadena de valor bajo la modalidad tradicional y asociativa, se procede a realizar la caracterización de cada uno de ellos, de manera que se pueda conocer características, actividades a las que se dedican, relación entre actores, costos, riesgos, debilidades y fortalezas.

CARACTERÍSTICAS DE LOS ACTORES DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD TRADICIONAL

a) PROVEEDORES

Tabla 8: Caracterización de los proveedores bajo la modalidad tradicional en el cantón Paltas.

VARIABLES	PROVEEDORES
CARACTERÍSTICAS	Los proveedores se encuentran ubicados en el centro del cantón Paltas, dedicados a la venta al por mayor y menor de productos veterinarios y agrícolas como lo es el Centro Agrícola Veterinario TACURI y AGRIPAC. SA., trabajan con un permiso de Agrocalidad para poder realizar sus actividades comerciales, siendo los meses que más ventas realizan: enero, febrero, y marzo, entregando a sus clientes la garantía de asistencia técnica y capacitaciones al uso de sus insumos. Proveen a sus clientes todo tipo de pago, llevando cantidades de venta de abono alrededor de 6 kilos al mes.
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Abastecen a los pequeños productores de las parroquias del cantón de Paltas, en productos como herbicidas, Fertilizantes y abono.
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan directamente con los pequeños productores, de forma esporádica.

Continúa

ÁMBITO DE ACCIONES	En el centro del cantón Paltas, Manuel Vivanco, provee de materia prima vegetal (semillas) y agroquímicos.
PRECIO	Los precios de los insumos están fijados de acuerdo a la competencia, los precios oscilan entre 23,35\$ y 24,20\$ el abono, los fertilizantes entre 23,50 y 23,00\$ y los herbicidas 6,20\$ el litro.
RIESGOS	Bajos ingresos en los meses que menos los campesinos acuden al lugar de proveedores ya que los cultivos son orgánicos y ya dejan de utilizar agroquímicos.
DEBILIDADES	El cafetal debe tener un cuidado especial para obtener un buen grano, de tal manera que si aplica al cultivo algún agroquímico estaría bajando el grado de pureza del café.
FORTALEZAS	Otorgan la garantía a sus clientes de asistencia técnica y capacitaciones al uso de sus insumos.

Nota. Identificación de proveedores bajo la modalidad tradicional, con las características que los definen en cuanto a: las actividades que desarrollan, relación con demás actores que forman parte de la cadena de valor, precios que manejan en el mercado y riesgos a los que se enfrentan además de la definición de sus fortalezas y debilidades. Fuente: Anexos: 56, 57, 58, 59 y 60.

b) PRODUCTORES

El segundo eslabón se encuentra integrado por los productores de café no calificados, lo que quiere decir que son productores que realizan el proceso productivo de café de manera empírica, aplicando conocimientos que nacen del uso y del sentido a partir de la observación y experimentación que generación tras generación han transmitido en sus familias, sumado a esto, los caficultores no llevan registro de los controles de cultivo. A continuación, se indica su caracterización:

Tabla 9: Caracterización de los productores bajo la modalidad tradicional.

VARIABLES	PRODUCTORES
CARACTERISTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Los productores de café tradicionales tienen una edad promedio de 56 años. El 88% ellos son hombres y el 12% son mujeres. • De la misma forma el 88% ha tenido educación primaria, el 8% accedió hasta la secundaria y el 4% tiene estudios de tercer nivel. • Llevan un promedio de 47 años dedicando a la actividad de producción de café. • Todos los productores del cantón tienen otra fuente de ingreso aparte de la producción de café, como un negocio propio, la siembra de otros cultivos como: guineo, maíz, plátano. • De los productores que pertenecen a esta modalidad que es representado por el 59% del total de encuestados, el 25% tiene seguro campesino, y el 75% no poseen ningún tipo de seguro. • El 100% de los productores poseen una finca la cual es de su propiedad. Que corresponde al 59% del total de productores • Realizan una inversión anual en promedio de \$ 541,76. • El 46% de los productores tienen despulpadora, el 4% tiene molino y el 50% de productores no cuenta con ningún tipo de maquinaria. • El 25% de los productores si han recibido capacitaciones en relación con la producción y cuidado de café, mientras que el 75% no ha recibido ningún tipo de capacitación. • Los insumos agrícolas que se utilizan para la producción de café son: el abono (28%), fertilizantes (13%). Y no utilizan ningún insumo el 59%. • El 60% si ha renovado el cultivo de café en promedio lo renueva cada 10 años, el 40% lo renueva cada 15 años. • El 83% de productores tienen una producción anual de menos de 8 quintales de café y el 17% con una cantidad de producción anual de 9 a 16 quintales. • Las distintas especies de café que mayor producción tiene son: bourbon amarillo con el 56% seguido del bourbon rojo que representa el 26%, Catimor (23%), Típica mejorada (15%), Catuaí rojo (13%), Catuaí amarillo (13%), caturra (13%), san salvador (18%) y Sarchimor (13%).

Continúa

CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • El 79% de los productores tiene cultivo bajo condiciones temporal, y el 21% bajo condiciones de riego y temporal. • El 59% que son los productores independientes, contratan trabajadores para la época de siembra y la cosecha. • El 75% de los productores les brinda la alimentación a los trabajadores, a parte del salario, el 25% les da alojamiento por las distancias que existen de movilizarse de un lugar a otro sobre todo por la carretera ya que no se encuentran pavimentadas y su acceso es complicado • Las exigencias de sus compradores se basan de acuerdo a: el aroma del café (38%), el tamaño del grano (29%), el peso (25%), el color del tostado (8%). • El 17% de los productores realizan preparación de abono, el 54% realiza control de enfermedades, el 29% ninguno estos controles. Los controles eran realizados de 1 o 2 veces al año • El 75% no recibe ayuda de ninguna institución, la Junta Unión y Progreso ayuda en un 17%, y por último CAPAMACO TRADING en un 8%. • El 32% de los productores de café señala que el principal problema al que se enfrentan es la enfermedad de la roya, seguido de precios inestable (24%), el 22% requiere de financiamiento para seguir con su producción y Precios inestables (22%). • El tipo de café es Arábica.
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Los pequeños productores de café se encargan de la preparación del vivero, siembra, control de sombra, plagas y enfermedades del cultivo; de la cosecha y secado dentro de sus meses de mayor cuidado.
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan directamente con los intermediarios, consumidores finales en las ferias comerciales del cantón, acopiadores, alrededor de 2 veces al año
ÁMBITO DE ACCIONES	En el centro del cantón Paltas
PRECIO	Anualmente, el 33% de los productores venden un promedio de 2 quintales de café en cereza a un precio de \$100,00 dólares el quintal; el 19% venden un promedio de 1 quintal de café despulpado a un precio de \$120.00 dólares el quintal; el 14% venden un promedio de 1 quintal de café seco a un precio de \$135.00 dólares y el 14% vende un promedio de 1 quintal de café tostado a \$100.00 y por último el 10% venden un promedio de 3 quítales a \$345.00

Continúa

RIESGOS	Factor climático. El invierno es un factor que influye ya que las vías se complican para ser circulables y de esta manera hace que se tenga contratiempos. Otro factor son las plagas y enfermedades como la Roya y la Broca, que destruyen a veces hectáreas de café.
DEBILIDADES	La falta de tecnificación que se emplea en el momento de siembra y cosecha. No llevan control o registro de los ingresos y egresos. El productor no tiene mucha ayuda de sus familiares o hijos ya que estudian o tienen otros puestos laborales en diferentes ciudades de país, debido a esto se contrata mano de obra externa.
FORTALEZAS	Son dueños de sus terrenos o fincas

Nota. Identificación de productores bajo la modalidad tradicional, con las características que los definen en cuanto a las actividades que desarrollan, relación con demás actores que forman parte de la cadena de valor, precios que manejan en el mercado y riesgos a los que se enfrentan además de la definición de sus fortalezas y debilidades. Fuente: Anexos: 2, 3, 4, 5, 6, 7, 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, y 40.

c) ACOPIADORES

Los acopiadores ocupan el tercer lugar en el eslabón de actores que integran la cadena de valor, quienes receiptan el café de productores calificados y no calificados para poder transformar y comercializar. Su caracterización es la siguiente.

Tabla 10: Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad tradicional en el cantón Paltas.

VARIABLES	ACOPIADORES
CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> La cantidad que producen el café del cantón Paltas es vendida a los centros de acopio de la ciudad de Loja, en la parroquia Cangonamá, barrio Carmelo.

Continúa

CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • En Marcabelí y Puyango son centros de acopio de las producciones de café del cantón paltas. • Los productores como: Ángel Salvador (Cangonamá), Ángel Capa (Cangonamá) José Suarez (Yambila alto). Acopian café de: los barrios cruz de huato, Yambila Alto y bajo, Carmelo y además de la parroquia de Lauro Guerrero
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Es en relación a diferentes exigencias en donde se comprueban la calidad del grano de café, verifican el peso, la calidad, y acceden a la compra del café luego de esto lo clasifican de acuerdo a su calidad, lo almacenan y buscan un mercado de comercialización
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan con productores y transformadores del cantón Paltas de forma esporádica y formal de 2 a 3 veces al año
ÁMBITO DE ACCIONES	Ámbito Local y Nacional
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> • El precio de compra el quintal de café pergamino es de \$320 en parroquias de producción de café son: San Antonio, Lauro Guerrero y Cangonamá. • Por parte de la parroquia Orianga se vende el café lavado en \$250 el quintal, destinado a Marcabelí.
RIESGOS	Los riesgos que enfrentan son la escasa producción de café debido a diferentes factores que afectan a la producción tales como: los precios inestables, condiciones climáticas, la falta de mercado y en la actualidad por la restricción de movilización a causa de la crisis sanitaria por covid-19.
DEBILIDADES	Falta de capital para abastecerse de mayor cantidad de café para venderla.
FORTALEZAS	Son personas que son conocidas y la responsabilidad en la forma en cómo trabajan para lograr mayor venta en el mercado.

Nota. Identificación de acopiadores bajo la modalidad tradicional, con las características que los definen en cuanto a las actividades que desarrollan, relación con demás actores que forman parte de la cadena de valor, precios que manejan en el mercado y riesgos a los que se enfrentan además de la definición de sus fortalezas y debilidades. Fuente: Anexos: 46, 47, 48, 49, y 50.

d) TRANSFORMADORES

En el cuarto eslabón se encuentran los transformadores de café, los cuales, se encargan de tostar y moler el café para su posterior comercialización. Sus características son las siguientes:

Tabla 11: Caracterización de los transformadores bajo la modalidad tradicional.

VARIABLES	TRANSFORMADORES
CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Para llevar a cabo el ciclo productivo del café los productores no cuentan con maquinaria tecnificada para los procesos, solamente tienen marquesina. • La señora Raquel Chamba Posee una capacidad de transformación de 180 quintales anual. Compra café a pequeños productores del Cantón Paltas que se acercan a enseñar la calidad de café para ser comercializada. • Señor Virgilio Torres, ubicado en el cantón Chaguarpamba. • Medardo Nole, compra café cereza o en grano a productores independientes de la parroquia Orianga, para su posterior transformación.
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Tienen en cuenta los conocimientos adquiridos, para seleccionar los granos de calidad, en donde posteriormente sea transformado y listo para ser comercializado
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan de forma esporádica y formal, con productores, acopiadores, y mercado local y nacional.
ÁMBITO DE ACCIONES	Ámbito Local, Nacional e Internacional
PRECIO	En el caso del café comercial, TOSTAR Y MOLER, tiene un costo de \$40,00 dólares por quintal.
RIESGOS	Al momento de escoger el café encuentran granos que no les sirve para el proceso que le desean aplicar para sacar un café de calidad

Continúa

DEBILIDADES	Falta de capital para abastecer de mayor cantidad de café para transformarla.
FORTALEZAS	Poseen todos los insumos, así como la maquinaria tecnificada y especializada para procesar el café.

Nota. Identificación de acopiadores bajo la modalidad tradicional, con las características que los definen en cuanto a las actividades que desarrollan, relación con demás actores que forman parte de la cadena de valor, precios que manejan en el mercado y riesgos a los que se enfrentan además de la definición de sus fortalezas y debilidades. Fuente: Anexos: 51, 51, 53, 54 y 55.

El siguiente eslabón es el de comercialización, las ferias libres son el principal lugar comercial en el cantón.

Tabla 12: Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad tradicional.

VARIABLES	COMERCIALIZADORES
CARACTERÍSTICAS	Venden el café a los clientes de diferentes zonas del país: Marcabelí el Señor. Jimmy Suarez, que comercializa para la ciudad de Guayaquil, además el Ing. Mauricio Conde que compra el café lavado en la parroquia de Orianga, posterior a eso lo acopia en el cantón Alamor para comercializar a través de Wild Coffe.
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Propietario acude los fines de semana al mercado central del cantón Paltas para ofrecer su producto, además están pendientes a intermediarios que llegan al lugar para verificar y comprar el café de productores oferentes.
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan de forma esporádica con productores, acopiadores, y mercado nacional e internacional.
ÁMBITO DE ACCIONES	Ámbito Local (Alamor, Puyango, Marcabelí), Nacional (Cuenca, Zamora y Guayaquil) e Internacional (EE. UU).
PRECIO	El precio del café tostado y molido es de \$3,00 café corriente y \$5,00 café de especialidad.

Continúa

RIESGOS	Existe mayor número de competencia en el mercado por las exigencias que la población de consumidor posee Aparición de nuevas marcas de café.
DEBILIDADES	Carecen de planificación estratégica que les permita mejorar su nivel de productividad y competitividad.
FORTALEZAS	Tener el mercado de comercialización comprometidos a seguir haciendo negocios siempre y cuando se cumpla las características que se exigen para vender café de calidad.

Nota. Identificación de acopiadores bajo la modalidad tradicional o independiente, con las características que los definen en cuanto a las actividades que desarrollan, relación con demás actores que forman parte de la cadena de valor, precios que manejan en el mercado y riesgos a los que se enfrentan además de la definición de sus fortalezas y debilidades. Fuente: Anexos: 61, 62 y 63.

CARACTERÍSTICAS DE LOS ACTORES DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD ASOCIATIVA

Para la Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa se utilizó la información recopilada de las 3 organizaciones a las que pertenecen los productores que trabajan bajo esta modalidad

Tabla 13: Datos generales de las asociaciones.

N°	NOMBRE	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN	N° DE SOCIOS
1	JUNTA UNIÓN Y PROGRESO	Provincia: Loja Cantón Paltas. Parroquia: Cangonamá, la cruz de huato	Organización de familias cafetaleras ubicadas en la parroquia de Cangonamá, dirigida por el Sr. Ángel Salvador, que se encarga de acopiar café y lo comercializan a través de un intermediario el Econ. Roberto Jiménez, a través de Coffe Quest.	6
2	Productores de café Yambila	Provincia: Loja Cantón Paltas. Parroquia: Cangonamá, Yambila alto y bajo.	Asociación de productores de Yambila y su dirigente es el señor José Suárez	8
3	APECAM	Provincia: Loja Cantón Marcabelí. Raúl Yanangonez Representante en el cantón Paltas. Parroquia: Orianga.	Recepta de los pequeños productores café en pergamino y comercializarlo, además de proveer de material destinado para el cuidado del cafetal, asesoramiento, y maquinaria como: despulpadora, marquesina, malla sarán	50

Nota. Datos de las asociaciones en donde se agrupan los productores que trabajan bajo la modalidad asociativa.

Dos empresas son el principal proveedor de insumos como lo es AGRIPAC. SA. Y TACURI junto con la ayuda de la Federación Regional de Café (FAPECAFES), por lo que integran primer eslabón de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa.

a) **PROVEEDORES**

La asociación se caracteriza por ser el principal proveedor de insumos agrarios a los productores asociados en este caso la asociación APECAM dirigida por el señor Raúl Yanangonez quien es representante en la parroquia Orianga, proveen de semillas para la producción de café.

Tabla 14: Caracterización de los proveedores bajo la modalidad asociativa

VARIABLES	PROVEEDORES
CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Las asociaciones cumplen el rol de analizar y seleccionar las mejores semillas y plántulas para brindar a sus productores. • Capacitan en temas relacionados al cultivo de café. • Capacitación en cuanto a la tecnificación para producir un café de alta calidad y características organolépticas. • Proveen materia vegetativa, plántulas y semillas
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Abastecen a los productores de café de insumos agrícolas como herbicidas y abono para el cuidado y cultivo del café.
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan de forma esporádica y formal con productores
ÁMBITO DE ACCIONES	Ámbito local en el sector céntrico de cantón Paltas para las parroquias Lauro Guerrero, San Antonio y Cangonamá; por otro lado, para el sector de Orianga su proveedor se encuentra en Marcabelí.
PRECIO	El precio del abono es de \$23,35 el saco. El herbicida \$6,20 el litro

Continúa

RIESGOS	Corren el riesgo de que los insumos no se usen de manera adecuada y la producción se vea afectada
DEBILIDADES	No poder abastecer a los productores con los insumos necesarios para los cultivos debido a la falta de recursos económicos.
FORTALEZAS	Ofrecen asistencia técnica a los productores, además se aseguran de que la materia prima e insumos adquiridos cumplan con los estándares de calidad necesarios y se usen de la manera correcta para obtener café 100% orgánico.

Nota. Identificación de proveedores bajo la modalidad asociativa, con las características que los definen en cuanto a las actividades que desarrollan, relación con demás actores que forman parte de la cadena de valor, precios que manejan en el mercado y riesgos a los que se enfrentan además de la definición de sus fortalezas y debilidades. Fuente: Anexos: 56, 57, 58, 59 y 60.

b) PRODUCTORES

La producción anual de los cultivos de café de los productores que se encuentran asociados es entregada única y exclusivamente a la asociación a la que pertenecen, en este caso APECAM, Junta Unión Y Progreso y Productores de Café Yambila

Tabla 15: Caracterización de los productores bajo la modalidad asociativa

VARIABLES	PRODUCTORES
CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Los productores de café bajo la modalidad asociativa, tienen una edad promedio de 55 años, el 81% son hombres y el 19% mujeres. De la misma forma el 82% accedido a la educación primaria y el 18% tiene la educación secundaria. • Llevan un promedio de 45 años dedicándose a la actividad de producción de café. • Todos los productores del cantón tienen otra fuente de ingreso aparte de la producción de café, como un

Continúa

CARACTERÍSTICAS

- negocio propio, la siembra de otros cultivos como: guineo, maíz, tomate, plátano, legumbres y ganado.
- El 41% representa el total de los productores asociados; de ellos, el 47 % tiene seguro campesino, y el 53% no poseen ningún tipo de seguro.
 - El 100% de los productores poseen una finca la cual es de su propiedad. Que corresponde al 41% del total de productores
 - Realizan una inversión anual en promedio de \$865,40.
 - El 47% de los productores tienen despulpadora, el 29% tiene molino y el 24% no cuenta con ningún tipo de maquinaria.
 - El 88% de los productores si han recibido capacitaciones en relación con la producción y cuidado de café, mientras que el 12% no ha recibido ningún tipo de capacitación.
 - Los insumos agrícolas que se utilizan para la producción de café son: el abono (44%), y el 56% no utilizan ningún insumo agroquímico.
 - El 69% si ha renovado el cultivo de café, en promedio lo renueva cada 10 años, mientras que el 31% lo renueva cada 15 años.
 - El 94% son productores que tienen una producción anual de menos de 8 quintales de café, el 6% son productores con una cantidad de 9 a 16 quintales.
 - Las distintas especies de café que mayor producción tiene son: San Salvador 11%, Catimor 22%, Sarchimor 6%, Colombia 6, 22%, caturra roja 6% y Típica mejorada 19%.
 - El 100% de los productores tiene cultivo bajo condiciones temporales.
 - El 41% de productores bajo la modalidad asociativa, contratan trabajadores para la época de siembra y la cosecha.
 - El 25% de los productores les brinda la alimentación a los trabajadores, a parte del salario, el 59% les da alojamiento por las distancias que existen de movilizarse de un lugar a otro sobre todo por la carretera ya que no se encuentran pavimentadas y su acceso es complejo.
 - Las exigencias de sus compradores se basan de acuerdo al aroma del café (47%), el tamaño del grano (29%) y de acuerdo al peso (24%).

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> • El 65% de los productores fueron capacitados en preparación de abono mientras que el 35% en control de enfermedades, el 29% ninguno estos controles. • El 54% recibe asistencia por la asociación APECAM, la Junta Unión y Progreso ayuda en un 12%, productores de Yambila 12% CAPAMACO TRADING en un 12%. y por último el 12% no recibe ayuda de ninguna institución • El 45% de los productores de café señala que el principal problema al que se enfrentan es la enfermedad de la roya, seguido de precios inestable (20%), el 20% requiere de financiamiento para seguir con su producción y por último 15% los cambios climáticos. • El tipo de café es Arábica.
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Personas dedicadas a la siembra del café, además realizan controles de enfermedades y sombra para que el cafetal se desarrolle adecuadamente, asegurándose que el café tenga las especificaciones requeridas por el mercado
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan exclusivamente con las asociaciones, Productores de café Yambila, Junta Unión y Progreso y APECAM
ÁMBITO DE ACCIONES	Sector céntrico de cantón Paltas en las diferentes parroquias Orianga y Lourdes.
PRECIO	El precio del abono es de \$23,35 el saco. El herbicida \$6,20 el litro
RIESGOS	Las variaciones del clima que pueden afectar a los cultivos y también la aparición de plagas o enfermedades
DEBILIDADES	El escaso capital para invertir, las personas jóvenes están abandonando la agricultura, por lo que cada vez menos personas se dedican al cultivo de café.
FORTALEZAS	Reciben asesoría por parte del técnico del MAG Ing. Olger Celi, además por técnicos de la asociación a la que pertenecen la cuales certifican la calidad del café y fomentan el trabajo en equipo para mejorar sus cultivos

Nota. Identificación de productores del cantón Paltas, bajo la modalidad asociativa, con las características que los define en cuanto a las actividades que desarrollan, relación con demás actores de la cadena de valor, precios que manejan en el mercado y riesgos a los que se enfrentan además de la definición de sus fortalezas y debilidades. Fuente: Anexos: 2, 3, 4,

5, 6, 7, 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, y 40.

c) ACOPIADORES

El tercer eslabón es el de acopio, esta función es realizada por las 3 asociaciones. El café es seleccionado, clasificado y almacenado en lotes para ser vendido o transformado. La caracterización de los acopiadores se describe a continuación:

Tabla 16: Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad asociativa

VARIABLES	ACOPIADORES
CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • CUPUS, acopia el café en Alamor, es dirigida por Ing. Mauricio Conde técnico encargado, y lo envía a Zamora, donde Wild Coffe tiene 2 plantas procesadoras, marca para la comercialización. • Las asociaciones cumplen el rol de analizar y seleccionar las mejores semillas y plántulas para brindar a sus socios. • Capacitan en temas relacionados al cultivo de café. • Capacitación en cuanto a la tecnificación para lograr un café de calidad.
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Clasifican el grano de café mediante pruebas para determinar la calidad del mismo y posteriormente lo procesan para obtener un producto final con su respectivo precio.
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan de forma exclusiva y formal con productores asociados del cantón
ÁMBITO DE ACCIONES	Ámbito local y nacional
PRECIO	El precio promedio de trillado es de \$40,00 a \$45,00 por quintal
RIESGOS	Que la producción no cumpla con la calidad necesaria. Elevados costos para el transporte del café de un lugar a otro.

Continúa

DEBILIDADES	No tener el capital suficiente para comprar más café a los productores. Falta de organización y compromiso para la creación de nuevos proyectos dentro de la asociación.
FORTALEZAS	Llevan la contabilidad y establecen costos, cuentan con la maquinaria y equipos necesarios para analizar el café, clasifican y eligen el mejor café para su transformación y comercialización

Nota. Identificación de productores del cantón Paltas, bajo la modalidad asociativa, con las características que los define en cuanto a las actividades que desarrollan, relación con demás actores de la cadena de valor, precios que manejan en el mercado y riesgos a los que se enfrentan además de la definición de sus fortalezas y debilidades. Fuente: Anexos: 51, 52, 53, 54, 55.

d) TRANSFORMADORES

Una vez realizado el acopio del producto, el siguiente paso es la transformación que aplican al café de acuerdo a exigencias. Esta función es empleada por las asociaciones con los controles de rutina que llevan a cabo para medir la calidad del grano o producto.

Tabla 17 : *Caracterización de los transformadores bajo la modalidad asociativa.*

VARIABLES	TRANSFORMADORES
CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • A través de la exportadora Wild Coffee es la empresa que se encarga de transformar y comercializar el producto. • Las asociaciones cumplen el rol de analizar y seleccionar las mejores semillas y plántulas para brindar a sus socios. • Capacitan en temas relacionados al cultivo de café. • Capacitación en cuanto a la tecnificación para lograr un café de calidad.
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • CAPAMACO TRADING, transforma el café en, molido y pilado para posterior venderlo a Coffe Quest que es una importadora donde comercializa el producto en Carolina del Norte, EE.UU.

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> • APECAM asociación del cantón Marcabellí de la provincia de El Oro, quien acopia y transforma el café de productores de la parroquia Orianga
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan con los clientes del sector, acopiadores y comercializadores
ÁMBITO DE ACCIONES	Ámbito local y nacional
PRECIO	El precio promedio de tostado y molido es de \$95,00
RIESGOS	La aparición de nuevas marcas de café de especialidad en la provincia de Loja
DEBILIDADES	Falta de capital para poder comprar mayores cantidades de café a los productores e invertir en maquinaria y equipos que permitan aumentar la capacidad de transformación.
FORTALEZAS	Tienen excelente capacidad técnica para llevar a cabo las transformaciones requeridas del café

Nota. Identificación de productores del cantón Paltas, bajo la modalidad asociativa, con las características que los define en cuanto a las actividades que desarrollan, relación con demás actores de la cadena de valor, precios que manejan en el mercado y riesgos a los que se enfrentan además de la definición de sus fortalezas y debilidades. Fuente: Anexos: 47, 48, 49 y 50.

e) **COMERCIALIZADORES**

Por último, las asociaciones JUNTA UNIÓN Y PROGRESO, PRODUCTORES DE CAFÉ YAMBILA Y CAPAMACO TRADING, realizan la tarea de comercializar, Este café cuenta con registro sanitario, que hacen que el producto tenga garantías de su calidad.

Tabla 18: *Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad asociativa.*

VARIABLES	COMERCIALIZADORES
CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • CUPUS, mediante el Ing. Mauricio Conde que compra el café lavado en la parroquia de Orianga y Cangonamá, posterior a eso lo acopia en Alamor, para ser comercializado a través de la exportadora Wild Coffee ubicada en Zamora.

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> • CAPAMACO TRADING, exporta a través de Coffe Quest, con la ayuda del Econ. Roberto Jiménez y FAPECAFES. • Capacitan en temas relacionados al cultivo de café. • Capacitación en cuanto a la tecnificación para lograr un café de calidad.
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Su comercialización es a nivel local (Paltas, Chaguarpamba, Puyango, Alamor y Marcabelí), nacional (Loja, Zamora, Guayaquil, Cuenca y Quito) e internacional (EE. UU y Europa).
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relación de forma esporádica con los clientes / consumidores.
ÁMBITO DE ACCIONES	Ámbito local, nacional e internacional.
PRECIO	Café especial en presentación de 200 gr cuesta \$4.00 y a \$8.00 la presentación de 400 gr
RIESGOS	Aparición de nuevas marcas y otros sectores de producción del café en otras partes del País
DEBILIDADES	La baja producción de café para satisfacer la demanda del mercado
FORTALEZAS	Comercializan uno de los mejores cafés por la altura en que son cultivados además de el aroma y sabor del café.

Nota. Identificación de productores del cantón Paltas, bajo la modalidad asociativa, con las características que los define en cuanto a las actividades que desarrollan, relación con demás actores de la cadena de valor, precios que manejan en el mercado y riesgos a los que se enfrentan además de la definición de sus fortalezas y debilidades. Fuente: Anexos: 61, 62 y 63.

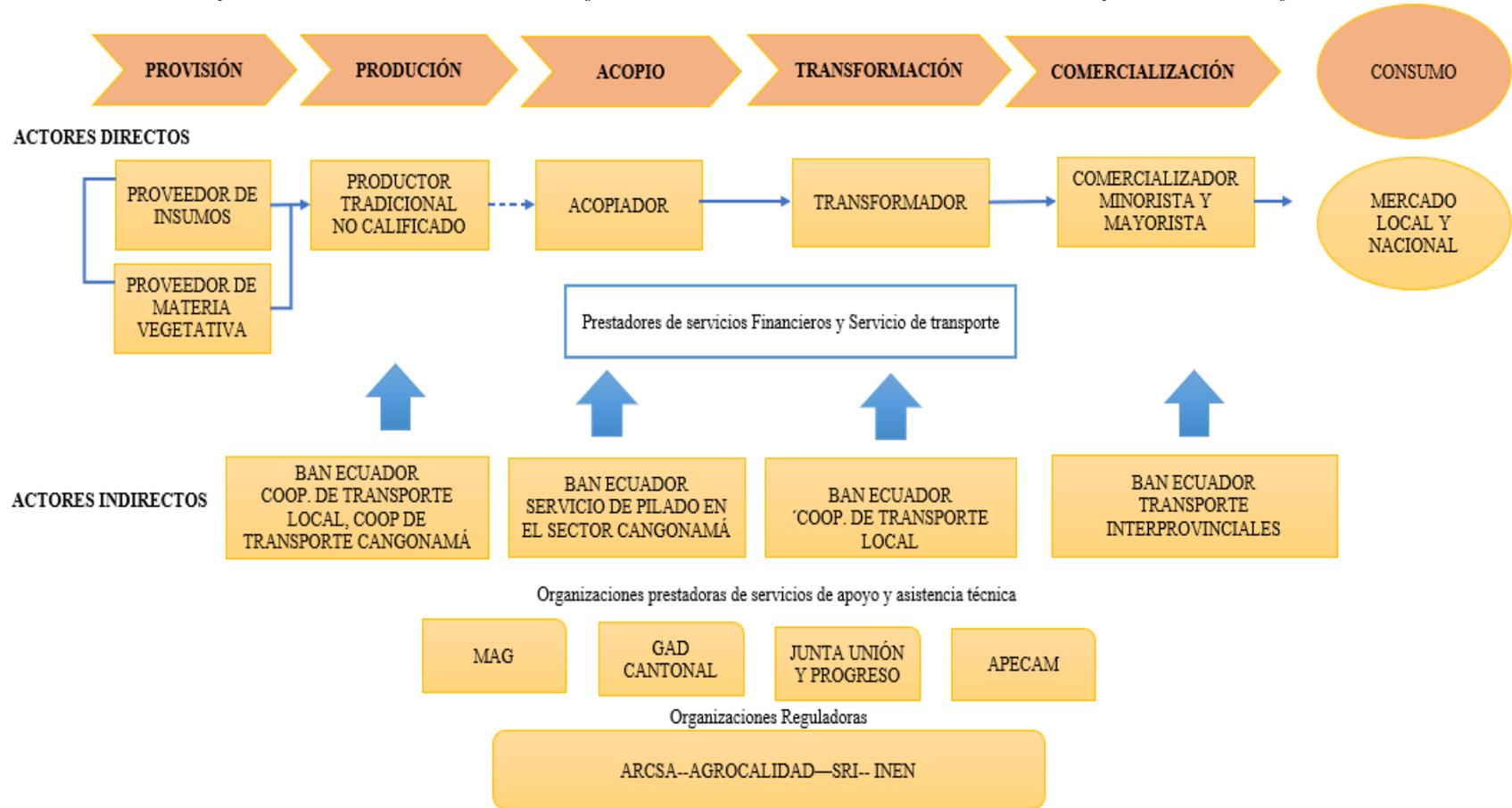
Objetivo Específico 3. “Diagramar la Cadena de Valor del Café Bajo la Modalidad Tradicional y Asociativa en el Cantón Paltas.”

Una vez realizada la descripción de los eslabones y actores, se puede realizar el mapeo con cada uno de los elementos que integran las cadenas de valor del café bajo la modalidad tradicional y bajo la modalidad asociativa.

Para ello se utilizó la simbología ValueLinks para la caracterización de la cadena de valor.

Estas dos cadenas de valor se encuentran graficadas de la siguiente manera:

Ilustración 13: Mapeo de la cadena de valor del café, Modalidad Tradicional del cantón Paltas provincia de Loja



Nota: Mapeo de la cadena de valor del café del cantón Paltas, modalidad tradicional. Fuente: Tablas 8, 9, 10, 11 y 12
Elaboración: Sergio Barrazueta.

Mapeo de costos

En las siguientes tablas se establecerán los costos inmersos en el procesamiento del café tanto en la cadena de valor asociativa como en la cadena de valor tradicional 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 post cosecha hasta obtener 1 quintal de café en grano pergamino, 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 empacar 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 $[(1\text{qx}100\%)/75\%= 1,33]$, Comercialización incluyen los costos de distribución Consumo, etapa en la que el producto llega al cliente final.

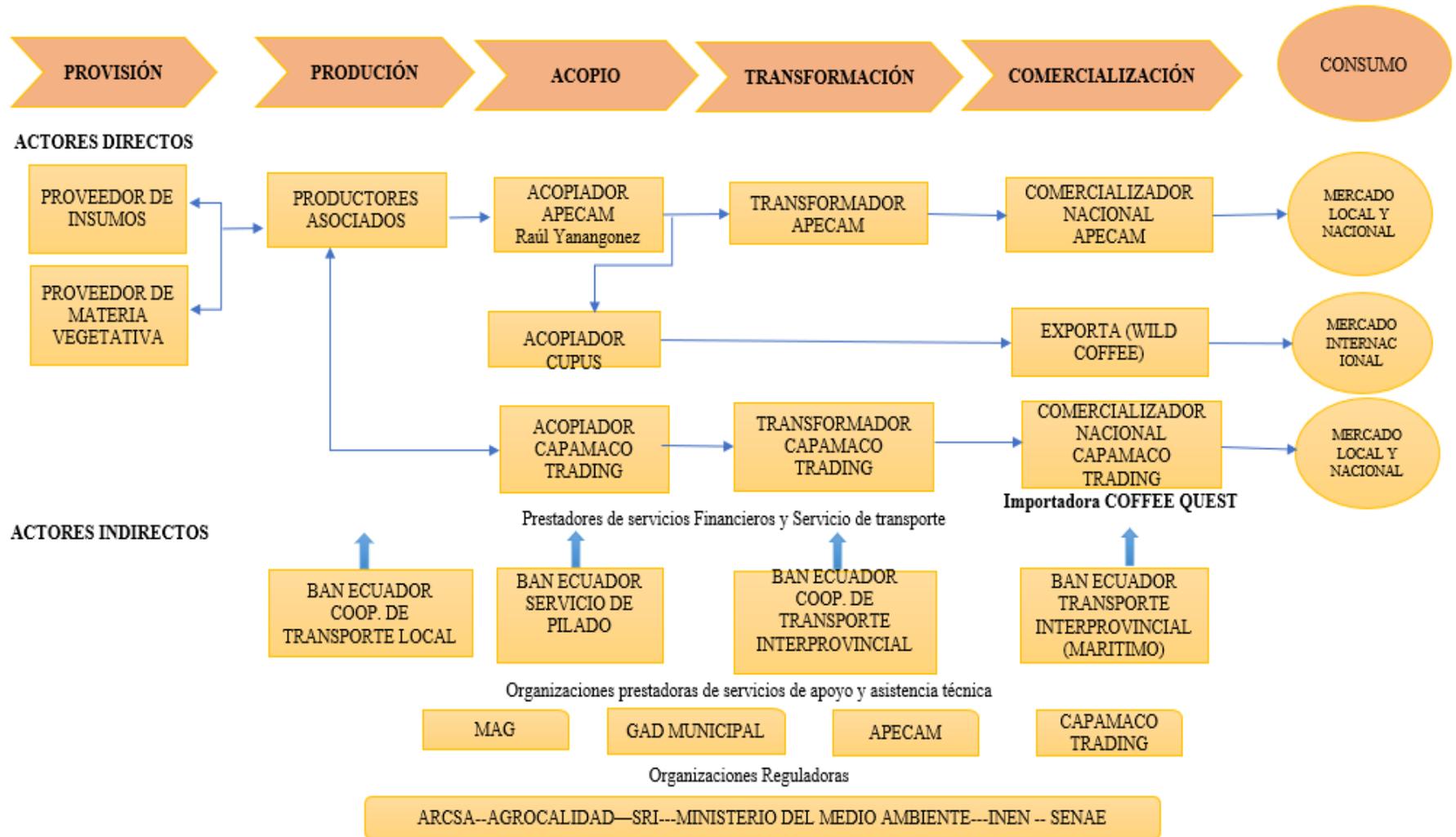
Ilustración 14: Mapeo de costos de la C.V del café comercial, bajo la modalidad Tradicional

	PRODUCCIÓN Café en Pergamino	ACOPIO Café pilado	TRANSFORMACIÓN Café tostado y molido	COMERCIALIZACIÓN Café molido y de Especialidad	CONSUMO Unidades de 1lb
PRECIO DE VENTA	\$100,00	\$122,00	\$250,00	\$2,70	\$3,00
UTILIDAD	\$20,00	\$7,50	\$46,00	\$0,50	-
COSTOS	\$80,00	\$4,50	\$33,00	\$0,10	-
PRECIO DE COMPRA (USD/QQ)	-	\$110,00 (1qq)	\$171,00 (1,33 qq)	\$2,10 (1 libra)	-

Nota: Mapeo de costos de la cadena de valor del café del cantón Paltas, modalidad tradicional. Fuente: Encuestas a los actores que conforman la cadena de valor.

Elaboración: Sergio Barraqueta.

Ilustración 15: Mapeo de la cadena de valor del café, Modalidad Asociativa del cantón Paltas provincia de Loja



Nota: Mapeo de la cadena de valor del café del cantón Paltas, modalidad asociativa. Fuente: Tablas 14, 15, 16, 17, 18 y 19.
Elaboración: Sergio Barrazueta.

Ilustración 16: Mapeo de costos de la C.V del café de especialidad, bajo la modalidad Asociativa

	PRODUCCIÓN Café en pergamino seco	ACOPIO Café pilado	TRANSFORMACIÓN Café tostado y molido	COMERCIALIZACIÓN Café molido y de Especialidad	CONSUMO Unidades de 1lb
PRECIO DE VENTA	\$135,00	\$230,00	\$360,00	\$4,00	\$4,00
UTILIDAD	\$51,00	\$22,00	\$25,60	\$0,50	-
COSTOS	\$84,00	\$15,00	\$38,00	\$0,25	-
PRECIO DE COMPRA (USD/QQ)	-	\$193,00 (1qq)	\$296,40 (1,33 qq)	\$3,25 (400 gramos)	-

Nota: Mapeo de Costos de la cadena de valor del café del cantón Paltas, modalidad asociativa. Fuente: Encuestas.

Elaboración: Sergio Barraqueta.

Objetivo Específico 4. Comparar las Cadenas de Valor del Café Bajo las Modalidades Independiente y Asociativa en el Cantón Paltas

Las cadenas de valor bajo la modalidad tradicional y asociativa tienen similitudes y diferencias, a continuación:

Tabla 19: Matriz comparativa de proveedores.

VARIABLE	TRADICIONAL	ASOCIATIVA
CARACTERÍSTICAS	Ventas al por mayor y menor. Ofrecen productos agroquímicos como abono y herbicidas para los cultivos de café. No aplican otro insumo ya que los compradores de café les exigen que sea un ciclo de producción netamente orgánico	Proveen de semillas, plántulas y abono para la producción del café. No aplican al cultivo de café ningún agroquímico, debido a que esta modalidad trabaja con café 100% orgánico. Brindan asistencia técnica a los productores.
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Locales agropecuarios que venden insumos para el cuidado y mantenimiento del cultivo del cafetal.	Las asociaciones: Junta Unión y Progreso, Productores de café Yambila y CAPAMACO TRADING, abastecen a los productores de plántulas y semillas de la mejor calidad para cumplir con las diferentes exigencias del consumidor
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Directamente con los productores.	Directamente con los productores.
ÁMBITO DE ACCIONES	Sector urbano del cantón Paltas	Sectores: Zamora, Loja (Catacocha, Alamor, Chaguarpamba y Céllica)
PRECIOS	Abono (10-30-10) \$23.35 dólares el saco. Gramoxón el litro cuesta \$6.20 dólares	Plántulas a 0.25 ctvs.

Continúa

RIESGOS	Bajos ingresos en la venta de insumos agroquímicos en cultivo de café, ya que los productores no utilizan este tipo de insumos.	El mal manejo y la utilización de insumos de manera incorrecta en el cafetal.
DEBILIDADES	No poder abastecer a los productores con los insumos necesarios para los cultivos debido a la falta de recursos económicos.	No tener el compromiso de cultivar y sembrar café, de todos quienes se asocian.
FORTALEZAS	Ofrecen asistencia técnica y capacitación en uso y manejo de abono y herbicidas	Ofrecen asistencia técnica a los productores, y además los dotan de insumos de calidad.

Nota. Se comparan las cadenas de valor de acuerdo al eslabón de proveedores bajo la modalidad tradicional y asociativa que brindan diferentes insumos al cantón Paltas. Fuente: Tablas 8 y 14.

Tabla 20: Matriz comparativa de productores.

VARIABLE	TRADICIONAL	ASOCIATIVA
	Representa 59% de productores.	Representa 41% de productores.
	El 88% son hombres y el 12% son mujeres	El 81% son hombres y el 19% son mujeres
	Edad promedio 56 años	Edad promedio 55 años
	Un Promedio de 47 años dedicándose a la actividad de la caficultura	Un Promedio de 45 años dedicándose a la actividad de la caficultura
CARACTERÍSTICAS	El 100% tiene otra fuente de ingreso aparte de la producción de café	El 100% tiene otra fuente de ingreso aparte de la producción de café
	El 88% de productores tiene la (Primaria), el 8% (Secundaria) y 4% Tercer nivel	El 82% de productores tiene la (Primaria) y el 18% (Secundaria)
	El 25% cuenta con seguro campesino y el 75% no tiene seguro.	El 47% cuenta con seguro y el 57% no tiene seguro

Continúa

CARACTERÍSTICAS

Promedio de 1575 plantas de café sembradas por hectárea.	Promedio de 1671 plantas de café sembradas por hectárea.
Realizan una inversión anual en promedio de \$ 541,76.	Realizan una inversión anual en promedio de \$ 865.40
El 94.73% financiamiento propio, y el 5,27% es financiado por una institución bancaria.	El 95% financiamiento propio, y el 5% es financiado por una institución bancaria.
El 25% si ha recibido capacitaciones mientras que el 75% no ha recibido capacitaciones.	El 88% si ha recibido capacitaciones mientras que el 12% no ha recibido capacitaciones
El 17% de las capacitaciones son por parte de la asociación de cafetaleros Unión y Progreso, 8% lo componen productores que buscan la capacitación y en 75% ninguna capacitación por alguna organización.	El 12% de las capacitaciones son por parte del MAG, en un 54% APECAM y el 12% es que ningún productor se ha capacitado.
El 17% capacitado en preparación de abono, 54% control de enfermedades y el 29% ninguno.	El 65% capacitado en preparación de abono, 35% control de enfermedades.
Variedades de café más representativas: Bourbon rojo y amarillo, San Salvador, Catimor, Catuaí rojo y amarillo típica, caturra roja, Típica mejorada y Sarchimor.	Variedades de café más representativas: San Salvador, Catimor, Colombia 6, caturra roja, Típica mejorada y Sarchimor.
Utilizan abono y Matamontes como: Gramoxón.	Proceso de cultivo netamente orgánico.

Continúa

CARACTERÍSTICAS	El 59% que son los productores independientes, contratan trabajadores para la época de siembra y la cosecha.	El 41% que son los productores independientes, contratan trabajadores para la época de siembra y la cosecha.
	El 60% si ha renovado el cultivo de café en promedio lo renueva cada 10 años, el 40% lo renueva cada 15 años.	El 69% si ha renovado el cultivo de café en promedio lo renueva cada 10 años, el 31% lo renueva cada 15 años.
	El 83% son productores que tienen una producción anual de menos de 8 quintales de café, el 17% son productores con una cantidad de 9 a 16 quintales.	El 94% son productores que tienen una producción anual de menos de 8 quintales de café, el 6% son productores con una cantidad de 9 a 16 quintales.
	El 75% de los productores les brinda la alimentación a los trabajadores, a parte del salario, el 25% les da alojamiento.	El 25% de los productores les brinda la alimentación a los trabajadores, a parte del salario, el 59% les da alojamiento.
	El 32% enfermedad de la roya, seguido de precios inestable (24%), el 22% requiere de financiamiento para seguir con su producción y cambios climáticos (22%).	El 45% enfermedad de la roya, seguido de precios inestable (20%), el 20% requiere de financiamiento para seguir con su producción y cambios climáticos (15%).
	El 100% producción Arábica	El 100% producción Arábica
	El 46% de los productores tienen despulpadora, el 4% tiene molino y el 50% de productores no cuenta con ningún tipo de maquinaria.	El 47% de los productores tienen despulpadora, el 29% tiene molino y el 24% de productores no cuenta con ningún tipo de maquinaria.
	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Los productores se encargan de la preparación del suelo, siembra, control

	de sombra, plagas y enfermedades del cultivo; de la cosecha y secado de café	a los parámetros de exigencia y que sea 100% orgánico
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relaciona con proveedores y acopiadores	Relación con las asociaciones CAPAMACO TRADING Junta unión y progreso Productores de café Yambila.
ÁMBITO DE ACCIONES	Sector rural y urbano del cantón Paltas	Sector rural y urbano del cantón Paltas
PRECIOS	Cereza \$100.00 Despulpado \$120.00 Seco \$135.00 Tostado 100.00 Molido 345.00	Cereza \$90.00 Despulpado \$160.00 Seco \$120.00 Tostado 110.00 Molido \$360.00
RIESGOS	Factor climático, acceso a financiamiento y enfermedades de la roya y Broca	Factor climático, acceso a financiamiento y enfermedades de la roya.
DEBILIDADES	La falta de tecnificación en el ciclo productivo del café, además que no llevan ningún registro de contabilidad Las vías que conducen a los productores son caminos recortados y estrechos	La asociación APECAM, ayuda a los productores de la parroquia Orianga a comercializar su producto en Marcabelí, ya que la vía de Orianga se encuentran en condiciones deplorables e invierno
FORTALEZAS	Son propietarios de sus tierras o fincas	El llevar a cabo un proceso orgánico, ayuda a lograr mayores ventas del café especial.

Nota. Se comparan las cadenas de valor con respecto al eslabón que lo conforman los productores bajo la modalidad tradicional y asociativa del cantón Paltas. Fuente: Tablas 9 y 15.

Tabla 21: Matriz comparativa de acopiadores.

VARIABLE	TRADICIONAL	ASOCIATIVA
CARACTERÍSTICAS	De los 6 acopiadores de café del cantón, 4 se encuentran en Paltas, 1 en Chaguarpamba y 1 en la provincia de El Oro. los productores locales. Compran anualmente un promedio de 125 quintales de café en cereza y seco.	CUPUS, se encuentra ubicada en el canton Alamor, dirigida por Ing. Mauricio Conde técnico encargado. CAPAMACO TRADING, ubicada en la ciudad de Loja, dirigido por el Econ. Roberto Jiménez quien comercializa a través de la importadora Coffe Quest
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	Acopia grandes cantidades de café, de diferentes parroquias del Cantón Paltas, y por ende su calidad es muy variada. Almacenan el café pilado para enviar a una tostadora de un productor que ya no tiene ninguna actividad agraria.	Acopian todo el café necesario para luego transformarlo en producto final Clasifican el grano de café en donde más adelante lo enviarán a procesar para obtener un producto final
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Con el productor	Con el productor
ÁMBITO DE ACCIONES	Ámbito local y Nacional	Ámbito local, Nacional e Internacional.
PRECIOS	TOSTAR Y MOLER, tiene un costo de \$40,00 dólares por quintal.	El precio promedio de trillado es de \$40,00 a \$45,00 por quintal
RIESGOS	Escasa producción por las diferentes circunstancias que afectan directamente a los cultivos	Elevados costos para el transporte del café de un lugar a otro.
OPORTUNIDADES	Sector altamente productivo	Sector altamente productivo
DEBILIDADES	Carecen del uso de un sistema contable	Falta de organización y compromiso para la creación de nuevos proyectos dentro de la asociación

Continúa

FORTALEZAS	La experiencia que tienen al trabajar de generación tras generación.	Llevar una correcta contabilidad. Clasifican y eligen el mejor café para su transformación y comercialización
-------------------	--	--

Nota. Se comparan las cadenas de valor con respecto al eslabón conformado por los acopiadores que actúan en el cantón Paltas bajo la modalidad tradicional y asociativa.

Fuente: Tablas 10 y 16.

Tabla 22: Matriz comparativa de transformadores

VARIABLE	TRADICIONAL	ASOCIATIVA
CARACTERÍSTICAS	Para la transformación del café en sus diferentes etapas, estos lo realizan bajo el modo tradicional quiere decir que no cuentan con maquinaria tecnificada	Poseen una buena infraestructura Cuentan con todo tipo de maquinaria para la transformación del café.
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	El número promedio de trabajadores para la transformación es de 2 personas. Empieza con el acogimiento del café pilado, para enviarlo a la tostadora con el uso de gas del domicilio, donde controlan el color del tostado y el tiempo de tueste, finalizado este proceso se enfría el café y lo someten al proceso de molido.	El número promedio de trabajadores para la transformación es de 4 personas. APECAM asociación del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro, quien ayuda a los productores de la parroquia Orianga a comercializar el café producido. CAPAMACO TRADING exportadora donde comercializa el producto en Carolina del Norte, EE. UU y Europa, vende el café molido y pilado a través de la marca Coffee Quest.

Continúa

RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan con los clientes del sector y comercializadores	Se relacionan con los clientes del sector, acopiadores y comercializadores
ÁMBITO DE ACCIONES	Ámbito Local (Alamor, Marcabelí y Puyango) y Nacional (Zamora)	Ámbito Local (Alamor, Marcabelí y Puyango), Nacional (Zamora, Guayaquil) e Internacional (EE. UU y Europa)
PRECIOS	TOSTAR Y MOLER, tiene un costo de \$40,00 dólares por quintal.	El precio del proceso de Tostado y molido un quintal de café es de \$95,00
RIESGOS	Maquinaria de transformación como tostadora y molino manual, para las cuales se requiere mayor esfuerzo y por ende mayor tiempo	La aparición de nuevas marcas de café de especialidad en la provincia de Loja
DEBILIDADES	Se conforman con lo que tienen y no hay visión para buscar expandir el mercado	En caso de APECAM esta asociación ayuda a la comercialización del café de Orianga, no exigen mucho a este sector debido a que los cultivos se han ido perdiendo de a poco.
FORTALEZAS	Logran acaparar mayor cantidad de café, de familias de caficultores de las parroquias cercanas.	Tienen excelente capacidad técnica para llevar a cabo las transformaciones requeridas del café

Nota. Se comparan las cadenas de valor con respecto al eslabón conformado por los transformadores que procesan el café producido en el cantón Paltas bajo la modalidad tradicional y asociativa. Fuente: Tablas 11 y 17.

Tabla 23: Matriz comparativa de comercializadores.

VARIABLE	TRADICIONAL	ASOCIATIVA
CARACTERÍSTICAS	<p>Venden el café a los clientes de la zona en: pergamino, seco y molido.</p> <p>Venden en las ferias libres en el centro de la cabecera cantonal de Paltas, Catacocha.</p> <p>Medardo Nole comercializa en Marcabelí al igual que el señor Jimmy Suarez que comercializa para la ciudad de Guayaquil Para facilitar sus actividades cuenta con Ruc el 78 % y RISE el 22%</p>	<p>Venden el café a los clientes de diferentes zonas del país: el Ing. Mauricio Conde, que compra el café lavado en la parroquia de Orianga, posterior a eso lo acopia en el cantón Alamor, para ser enviado a Zamora y comercializado a través de Wild Coffee</p> <p>CAPAMACO TRADING, exporta café a través de la marca Coffe Quest, con la ayuda del Econ. Roberto Jiménez.</p> <p>Para facilitar sus actividades cuenta con Ruc el 78 % y RISE el 22%</p>
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	<p>Su venta es a nivel local (Paltas, Chaguarpamba, Puyango, Alamor y Marcabelí),</p> <p>La exigencia del café es por su aroma y el peso.</p>	<p>Su comercialización es a nivel local (Paltas, Chaguarpamba, Puyango, Alamor y Marcabelí), nacional (Loja, Zamora, Guayaquil, Cuenca y Quito) e internacional (EE. UU y Europa)</p> <p>La exigencia del café es por su aroma y el peso</p>
RELACIÓN ENTRE ACTORES	Se relacionan con transformador y consumidor.	Productores / Clientes / consumidor.
ÁMBITO DE ACCIONES	Ámbito local y nacional.	Ámbito local, nacional e internacional.

Continúa

PRECIOS	Café comercial \$2.70 dólares la libra y a \$3.25 dólares en presentación de 400 gr	Café especial en presentación de 200 gr cuesta \$4.00 y a \$8.00 la presentación de 400 gr
RIESGOS	Aumento de la competencia	Aparición de nuevas marcas y otros sectores de producción del café en otras partes del País.
DEBILIDADES	No cuenta con planes de ventas y marketing lo cual afecta para la expansión de mercados	Falta de estrategias para la comercialización.
FORTALEZAS	Comercializan uno de los mejores cafés por la altura en que son cultivados además de el aroma y sabor del café.	Sus productos son netamente orgánicos ya que cuentan con un mercado internacional.

Nota. Se comparan las cadenas de valor bajo la modalidad tradicional y asociativa con respecto al eslabón conformado por los comercializadores, encargados de distribuir el producto terminado ya sea café corriente o especial, con origen de café producido en el cantón Paltas. Fuente: Tablas 12 y 18

7. Discusión.

La caracterización de la cadena de valor permite identificar cada uno de los eslabones y actores. La discusión se estructuró de acuerdo a los objetivos específicos planteados en la investigación.

Para el primer objetivo de la investigación se ha comparado los resultados obtenidos con la cadena de valor del café ecuatoriano (ilustración n°1) desarrollado por González (2018), la cual se encuentra estructurada por 3 eslabones en donde los proveedores de insumos (agroquímicos, plántulas, etc.) y los productores de café conforma el primer eslabón; el segundo eslabón lo conforma la etapa de comercialización que incluye compra, transporte, diferenciación de pago, acopio, calidad del producto y control de calidad y por último en el tercer eslabón son los mercados local, nacional e internacional; mientras que los actores indirectos no se justifica su participación en la cadena de valor. Sin embargo en la cadena de valor bajo la modalidad tradicional y asociativa del cantón Paltas se evidenciaron 6 eslabones: el primer eslabón lo integran los **proveedores** de insumos agroquímicos y de materia prima vegetativa; **producción** representado por caficultores en calidad de tradicionales o independientes y asociados; **acopio** lo realizan productores que anteriormente han tenido un lote de producción amplio e intermediarios que buscan la comercialización del café con diferentes empresas tales como: CAPAMACO TRADING y Wild Coffee; **transformación** ya sea este el café especial o café corriente; **comercialización** minorista, mayorista e importadora a través de la marca Coffee Quest y exportadora Wild coffee y finalmente el **mercado**, que está establecido a nivel local, nacional e internacional, por la tanto en comparación del anterior estudio mencionado, estas cadenas de valor identifican visiblemente los actores indirectos que mantienen actividades de apoyo a cada una de las

cadena de valor en ambas modalidades, permitiendo clasificarlas en: prestadores de servicios operacionales, apoyo crediticio y organizaciones reguladoras.

Para el cumplimiento del segundo objetivo específico se difiere lo siguiente: según, FAO (2015), destacan que “La fase de agrupación o acopio es de gran importancia para las CV de alimentos en los países en desarrollo ya que al agrupar y almacenar eficazmente pequeñas cantidades de productos de pequeños productores muy dispersos suele ser un gran desafío”. De acuerdo a información obtenida se considera que en la fase de productor es la que mayor atención se tiene que brindar en asesoramiento técnico para el mejoramiento de cultivos, procesos en base a estándares de calidad, procesos netamente orgánicos, decisivo para el desarrollo de este sector económico, es por eso al carecer de apoyo técnico y capacitaciones a productores, refleja una alta improductividad de forma en que sus tierras no son soberanamente capaces de brindar un café de alta calidad, que actualmente son requeridos por mercados internacionales

Subsiguientemente se muestra la comparación entre el productor a nivel nacional y los resultados del presente trabajo investigativo: El productor de café a nivel nacional en relación con el informe de Rendimientos Objetivos Café Grano Oro, MAG (2019), señala que: el 63% de todos los productores encuestados han recibido capacitación en tema relacionado en el manejo del cultivo de café, la institución que brindó estas capacitaciones fue el MAG impartiendo al rededor del 97% de las capacitaciones; otro factor importante que se analiza es la edad promedio del caficultor es de 53 años de edad; el 51% terminó la primaria, el 18% terminó la secundaria y el 8% de encuestados no tienen ningún nivel de educación. Además, indica que el 61% de caficultores tiene terreno propio para la continuidad de su actividad comercial, la labor de control de malezas es representada por el

70%; el 21,57% de productores de café hacen uso de fertilizantes o algún agroquímico. El principal problema al que se enfrentan los caficultores es por la enfermedad de la roya, mal de hilacha y broca siendo este representado por el 58%. En el cantón Paltas el productor bajo la modalidad tradicional o independiente posee las siguientes características: Por parte de productores tradicionales han sido capacitados en temas de control de enfermedades 54%, en la preparación de abono un 17% y un 19% en ningún tema. El MAG no ha brindado capacitaciones ya que suponen que muchos de los productores tienen baja productividad y no tienen el deseo de renovar el cultivo por lo que no acuden a solicitar ayuda técnica, no obstante, La junta Unión y Progreso a capacitado al 17% de productores independientes y CAPAMCO TRADING al 8%, para que mejoren la calidad del producto bajo condiciones orgánicas, y el 75% ninguna organización los capacita. La edad promedio es de 56 años, y un promedio de 47 años dedicándose a la actividad de la caficultura, el 88% de productores han accedido solamente hasta la Primaria, el 8% Secundaria y el 4% Tercer nivel. El 51 % poseen terreno propio, el 13% de productores independientes utilizan Matamontes como: Gramoxón, el 28% utilización de abono y un 59% no utiliza ningún agroquímico, entre las subvariedades de café, de los productores independientes, las especies más representativas son: Bourbon rojo 25%, bourbon amarillo 56%, San Salvador 18%, Catimor 23%, Catuaí rojo 13%, Catuaí amarillo 5%, típica 5%, caturra roja 13%, Típica mejorada 15% y Sarchimor en un 13%. Uno de los mayores problemas que se enfrentan los productores es con la enfermedad de la roya un 32% y cambios climáticos que representa el 22% que pueden afectar totalmente un cultivo, 24% referente a precios inestables y por último el 22% representa problemas de financiamiento que pueda otorgar una entidad crediticia. Por el contrario, el productor que actúa bajo la modalidad asociativa, posee las siguientes particularidades a continuación: en una gran mayoría que compone el 65% han sido

capacitados en tema de preparación de abono para la siembra, y un 35% en control de enfermedades de la Roya, asimismo reciben capacitación por parte de APECAM, para la zona de Orianga en un 54%, Junta Unión y Progreso 22%, el MAG en un 12% para la zona de Productores de Yambila, y CAPAMACO TRADING con el 12% de capacitación a sus asociados. De los productores asociados, la edad promedio es de 55 años, y un promedio de 45 años dedicándose a la actividad de la caficultura, el 82% de productores ha culminado la primaria y el 18% la secundaria, el 49% que representa a los productores asociados poseen terreno propio para sus cultivos, el 44% de productores asociados utilizan abono y un 56% no utiliza ningún agroquímico, entre las subvariedades de café, de los productores asociados, las especies más representativas son: San Salvador 11%, Catimor 22%, Colombia 6, 22%, caturra roja 6% y Típica mejorada 19%. Principales problemas a los que se enfrentan son: el 45% enfermedad de la roya, seguido de precios inestable 20%, los cambios climáticos afectan en un 15% y por último el 20% requiere de financiamiento para seguir con su producción. Cabe recalcar que en comparación al informe del MAG (2019), a nivel nacional el 21,5 % utiliza agroquímicos y con respecto a la información obtenida en la investigación se diferencian que ambas modalidades no utilizan fertilizantes es algo positivo, ya que cultivan de forma orgánica.

Para las cadenas de valor tanto tradicional y asociativa se compara con las opiniones de otros autores tal como lo menciona Gómez (2019) en su publicación, Sistemas de Cultivo de café, hace referencia en la **modalidad tradicional** a cafetales que siembran en paisaje de montaña y en donde todas las labores de cultivo se hacen a mano porque en este tipo de topografía no es posible hacer agricultura mecanizada este sistema no permite aumentar el rendimiento por hectárea, o mejorar la calidad de la cosecha; contrastando esta información si bien es cierto la dificultad que existe al realizar agricultura mecanizada en zonas

inclinadas, de acuerdo con la información recabada en la investigación, es posible que caficultores aumenten su capacidad de producción con la ayuda de implementación de estrategias logrando la atención y el apoyo de entidades gubernamentales, ya que es de gran importancia dinamizar este sector productivo para que exista un mejor desarrollo de cultivo y la generación de café de alta calidad, además logrando mejorar la calidad de vida del productor y su familia. Por otra parte, para la **modalidad asociativa** indica Romero (2019), en las formas asociativas en la agricultura y las cooperativas, que la agricultura moderna de carácter empresarial asociativa se mueve con la necesaria participación de organismos asociados capaces de integrarse con los procesos de racionalización, programación de la producción y de las fases posteriores de transformación y comercialización, contribuyendo a lograr la mejora y el aumento de la competitividad. De acuerdo con la autora, la modalidad de trabajo que mejor funciona es la asociativa ya que dentro de esta cadena de valor se comparte una extensa cantidad de información con cada uno de los actores e inclusive con otras empresas, permitiéndoles trabajar conjuntamente sin rivalidad, apoyándose unos a otros para crecer, para satisfacer las exigencias del consumidor, elaborando productos con los más altos estándares de calidad, que también permitirán agregar valor al cliente, con productos que los diferencien de la competencia, y ganar participación dentro del mercado.

En el tercer y cuarto objetivo se toma en consideración la diagramación de las cadenas de valor en comparación con referencia del diagnóstico y análisis de la cadena de valor del café ecuatoriano (ilustración n° 1) propuestas por González (2018), relaciona ambas modalidades en una sola la cual no permite identificar con claridad los diferentes procesos que ocurren en las diferentes modalidades de estudio, en su parte clasifica de acuerdo a la capacidad de producción en pequeño, mediano y grande, las relaciones

contractuales entre los diferentes actores no existe representación alguna en la forma en que se lo realice ya sea esporádica, exclusiva o formal y la falta de identificación de actores indirectos que cumplan con actividades operacionales, reguladoras y de apoyo.

Para el desarrollo de la investigación se ha empleado la simbología del Manual ValueLinks establecida en la Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor por Rojas et al., (2009), para la caracterización de la cadena de valor en donde se especifican las figuras a emplear y el tipo de representación para las relaciones contractuales, se identificó productores asociados y la definición de instituciones operacionales, reguladoras y de apoyo. Este tipo de metodología es de gran importancia de manera que constituyen herramientas de ayuda para el análisis de composición para visualizar y comprender la complejidad de los departamentos y las redes comerciales, ya sea a escala local e incluso global, esta metodología es orientada al fomento de las cadenas por la ventaja a favor en detallar eslabones, actores y actividades, resaltando que la metodología empleada es altamente efectiva para caracterizar una cadena de valor.

8. Conclusiones

- Respecto a los eslabones y los actores que lo conforman, la modalidad tradicional representa el 59% de caficultores y el 41% pertenece a la modalidad asociativa, las cuales tienen características semejantes; proveedores el 67% proveen a caficultores tradicionales y el 33% a caficultores asociados; acopiadores bajo modalidad tradicional representado por el 25% y el 75% asociativo; transformadores y comercializadores tienen el 50% en ambas modalidades respectivamente. Mientras tanto los actores indirectos identificados como: prestadores de servicios bancarios el 4% de la modalidad tradicional ha recibido crédito y de la misma forma el 6% en la modalidad asociativa; prestadoras de servicio técnico por parte del MAG parroquial servicio de tostado y molido, asistido al 35% de caficultores tradicionales y un 65% en asociativas.
- En la C.V se presentan las siguientes características: proveedores, en la modalidad tradicional el 35% de la materia prima es comprada y el 65% es donada; en la modalidad asociativa el 47% es comprada y el 53% es donada; productores tradicionales representado por el 59% que tienen un promedio de 1,48 ha destinadas al cultivo de café y el 41% de caficultores asociados con un promedio de 1,6 ha; el 56% de caficultores tradicionales incluyen un control de plagas y enfermedades a sus cultivos y el 44% restante a ninguno, mientras que para la modalidad asociativa el 88% tiene cuidado con el control de plagas y enfermedades y el 12% a ningún tipo de control; acopiador representando el 25% bajo la modalidad tradicional y el 75% en la modalidad asociativa; transformador y comercializador es un eslabón que en la modalidad tradicional el 15% lo realizan los mismos productores. En la C.V. bajo la

modalidad asociativa la Junta Unión y Progreso, Productores de café Yambila y APECAM en un 85%, promueven en llevar procesos orgánicos para lograr un café especial.

- Para la diagramación de la C.V bajo ambas modalidades fue estructurada en base a la simbología detallada en la Guía metodológica del manual ValueLinks, en la modalidad tradicional se identificaron 2 tipos de relaciones, la de productores y acopiador es de forma contractual esporádica y la relación que manejan el eslabón de acopiador, con transformador y comercializador entre sí, es de relación contractual formal. Por otra parte, en la C.V. bajo la modalidad asociativa, las asociaciones intervienen de forma directa en cada uno de los eslabones llevando así a conformar una relación formal contractual y contractual exclusiva, con cada uno de los actores que cumplen diferentes actividades en cada proceso.
- La comparación entre las dos modalidades da como resultado que es mucho más competitiva la modalidad asociativa, especialmente por trabajar bajo certificaciones orgánicas y de comercio justo el 78% cuenta con RUC para la facilitación de actividades comerciales y el 22% tiene RISE, las asociaciones se encargan de gestionar el apoyo de instituciones del sector público para desarrollar y dinamizar este sector productivo; el 25% de la modalidad tradicional recibe asistencia y capacitación técnica y por otro lado el 88% de la modalidad asociativa gestionan capacitaciones y asistencia técnica para el mejoramiento del cultivo.

9. Recomendaciones

- El organismo gubernamental, a través del MAG, debe reaccionar y actuar ante las condiciones que viven los pequeños productores y comprometerse a ayudar a este sector para poder dinamizar e incentivar el cultivo que se ha ido perdiendo en el paso de los años, dotando de apoyo técnico para que los procesos de cultivo sean 100% orgánicos y alcancen los estándares de calidad requeridos por el mercado consumidor, así como también la dotación de maquinaria; se debe tener en cuenta que el eslabón de los productores se convierte en uno de los más vulnerables de toda la cadena de valor, es por eso que la participación de instituciones de apoyo como instituciones financieras, ayudarían a mejorar la calidad de vida de cada uno de los productores.
- MAGAP debería realizar un plan para dinamizar el sector cafetalero donde otras instituciones apoyen a llevar a cabo esta actividad que se ha ido perdiendo en el transcurso de los años, buscar asociaciones que permitan darles financiamiento a largo plazo además de la realización de un calendario de exposiciones de café para que comercializadores de diferentes partes del país acudan y puedan comprometerse con los pequeños productores a sembrar y cultivar café orgánico de calidad.
- Gestionar con el municipio de Paltas la habilitación de vías para mejorar el acceso y a la vez que productores tengan la posibilidad de ahorrar tiempo e ir al centro donde intermediarios buscan comprar. El MAG debe realizar proyectos donde se vinculen directamente con la sociedad permitiendo de esta forma conocer el esfuerzo sobre valorado que cada uno de los productores realizan en sus actividades agrarias en

donde demanda de bastante esfuerzo físico, conocimiento, tiempo, dedicación y responsabilidad sobre el cultivo para que llegue hasta el consumidor final

- Y por último se recomienda que exista un plan de dinamización del sector productivo, involucrando de esta manera a instituciones públicas, logrando la implementación de políticas que permitan la negociación del producto final de productores en calidad de exportación disminuyendo la gran cantidad de intermediarios que se sitúan en diferentes puntos acopiadores y comerciales de la ciudad y el país.

10. Bibliografía

Asociación Gremial ChileBIO CropLife, C. (2018). *ChileBIO*. (A. G. CropLife, Productor)

Obtenido de ChileBIO: <https://www.chilebio.cl/micropropagacion/>

Plinio, Z. (2018). *LA SUSTENTABILIDAD O SOSTENIBILIDAD: UN CONCEPTO PODEROSO PARA LA HUMANIDAD*. Colombia: Universidad Colegio Mayor de

Cundinamarca.

Obtenido

de

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/396/39656104017/html/index.html>

Bravo Velez, D. A., Cobacango Villavicencio, L. M., Cuétara Sánchez, L. M., & García

Rabelo, M. Perspectiva del valor compartido en la cadena global de valor del café en

Manabí (30 de Septiembre de 2019). <http://scielo.senescyt.gob.ec/>. Obtenido de

<http://scielo.senescyt.gob.ec/>: [http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/n33/2528-7907-](http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/n33/2528-7907-rsan-33-00001.pdf)

[rsan-33-00001.pdf](http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/n33/2528-7907-rsan-33-00001.pdf)

Campana Castillo, J. P. (2018). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de

Pontificia

Universidad

Católica

del

Ecuador.:

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14650>

Cañon, J. (2017). *Club de Caza*. Madrid. Recuperado el 31 de Octubre de 2020, de Cliub de

Caza: <https://www.club-caza.com/articulos/190canon.asp>

Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola - CICDA. (2004). *Guía*

Metodológica para el análisis de cadenas productivas. France. Obtenido de

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/52032475/Cadenas_productiva](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/52032475/Cadenas_productivas.pdf?response-content-)

[s.pdf?response-content-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/52032475/Cadenas_productivas.pdf?response-content-)

[disposition=inline%3B%20filename%3DEquipo_coordinador_GUIA_METODOL](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/52032475/Cadenas_productivas.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEquipo_coordinador_GUIA_METODOL)

OGICA_PAR.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=ASIATUSBJ6BAOJITL272%2F2020

Delicio, M. P. (2002). *El desarrollo del pensamiento paleontológico*. Print version ISSN 0370-4467 On-line version ISSN 1807-0353. Recuperado el 30 de Octubre de 2020, de https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0370-44672002000100014&lang=es

Diario La Hora. (04 de Marzo de 2019). <https://lahora.com.ec/>. Obtenido de [https://lahora.com.ec/: https://lahora.com.ec/noticia/1102226568/la-exportacion-de-cafe-disminuye-en-5000-toneladas](https://lahora.com.ec/:https://lahora.com.ec/noticia/1102226568/la-exportacion-de-cafe-disminuye-en-5000-toneladas)

Echeverri, P., Nahmias, S., Castellanos, A. T., Murrieta, J. E., Hernández, F. G., Nudiug, B., . . . Milanés, J. Y. (2007). *Análisis de la producción y las operaciones* (Vol. 57). McGraw-Hill Interamericana. Recuperado el 13 de Julio de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105316865011.pdf>

Etnias y Nacionalidades. (06 de Octubre de 2013). *Grupos Étnicos del Ecuador*. Recuperado el 19 de Octubre de 2020, de Grupos Étnicos del Ecuador: <http://etniasynacionalidadesecuador.blogspot.com/2013/10/pueblo-palta.html>

GAD Cantón Paltas. (2013). *Generación de Geoinformación para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1: 25 000*. Paltas, Loja, Ecuador.

GAD Paltas, 2. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019 - 2023*. Loja. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de alcaldiadepaltas.gob.ec: <https://drive.google.com/file/d/1PALTH1oqAHGixqBUVnbvIK472uPXhfEs/view>

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Paltas. (2020). *2020 AIGAD-PALTAS*.

Obtenido de 2020 AIGAD-PALTAS: <https://www.alcaldiadepaltas.gob.ec/paltas>

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Guachanamá. (2015). *sni.gob.ec*. (2.

Equipo Técnico del PDyOT GAD Parroquial, Ed.) Recuperado el 22 de Julio de

2020, de [sni.gob.ec](http://www.sni.gob.ec): [http://app.sni.gob.ec/sni-](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160027280001_PD)

[link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160027280001_PD](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160027280001_PD)

[OT%20GUACHANAMA_13-05-2015_22-50-12.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160027280001_PD)

Gómez, S. (20 de Mayo de 2019). *Sistemas de Cultivo de Café*. Obtenido de

<https://quecafe.info/sistemas-de-cultivo-de-cafe-como-cultivar-cafe/>

González, V. M. (28 de Febrero de 2018). *repositorio.utmachala.edu.ec*. Obtenido de

repositorio.utmachala.edu.ec:

http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12414/3/DE00001_TRABAJO

[DETITULACION.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12414/3/DE00001_TRABAJO)

Iglesias, D. (2002). *Cadenas de valor como estrategia: las cadenas de valor en el sector*

agroalimentario. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria., Estación

Experimental Agropecuaria Anguil. Obtenido de

<https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-cadenasdevalor.pdf>

ENEMDU. (2018). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de ecuadorencifras.gob.ec:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Junio->

[2018/062018_Mercado%20Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Junio-)

INEC. (2010). *ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 15 de Junio de 2020, de *ecuadorencifras.gob.ec*: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/datos_generales_cpv/11paltas.pdf

Landacay, M. (2014). *Análisis Sectorial del Café en la Zona 7*. LOJA: UTPL.

López, A. C. (2017). *ANALISIS DE LA CADENA DE VALOR DE CAFÉ PARA LA CREACION DE UN SISTEMA DE CAFÉ VERDE*. Bogota: Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA. Obtenido de https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1817/TG_823.pdf?sequence=1&isAllowed=y

MAG. (2019). *Informe de Rendimientos Objetivos Café grano oro 2019*. MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA. Obtenido de <file:///C:/Users/IDEAPAD%20S145%20i3%208TH/Downloads/Informe%20de%20Rendimientos%20Objetivos.%20Caf%C3%A9%20grano%20oro.%E2%80%A6-2019.pdf>

MAGAP. (2014 - 2019). *sni.gob.ec*. Recuperado el 23 de Junio de 2020, de *sni.gob.ec*: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160000910001_PDyOT%20%20Cant%C3%B3n%20Paltas%20%20Diagnostico_05-03-2015_10-49-08.pdf

Martillo, A., Nikita, S., & Calderón Salazar, J. (2018). <https://www.bibliotecasdelecuador.com/>. Obtenido de <https://www.bibliotecasdelecuador.com/>:

<https://www.bibliotecasdelecuador.com/Record/oai:localhost:123456789-2093/Description#tabnav>

Ministerio de Turismo. (25 de Junio de 2020). *turismo.gob.ec*. Obtenido de turismo.gob.ec:
<https://www.turismo.gob.ec/paltas-cumple-196-anos-de-cantonizacion/>

Montoya, H. (Ed.). (2009). *academia.edu*. Recuperado el 25 de Febrero de 2020, de
https://www.academia.edu/11594985/ADMINISTRACION_DE_LA_PRODUCION

Mora, S. (2008). *Agrocadena de café. Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Dirección Regional Huetar Norte. Recuperado el 27 de Mayo de 2020, de
<http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/03/a00080.pdf>

Nutz, N., & Sievers, M. (2016). *Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor*. Organización Internacional del Trabajo - OIT. Ginebra: Primera publicación. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_541432.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO. (2015). *Desarrollo de cadenas de valor alimentarias sostenibles: principios rectores*. Roma. Recuperado el 17 de Mayo de 2020

Oxford Lexico. (2020). *Lexico.com*. Obtenido de Lexico.com:
<https://www.lexico.com/es/definicion/convencional>

Ponce Vaca, L. A., Orellana Suarez, K. D., Acuña Velásquez, I. R., Alfonso Alemán, J. L., & Fuentes Figueroa, T. (2018). Situación de la caficultura ecuatoriana: perspectivas.

Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina, 6(1), 15-20.
Recuperado el 12 de Junio de 2020, de
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322018000100015&lng=pt&tlng=es.

Porter, M. E. (1987). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Grupo Editorial Patria. Recuperado el 17 de Mayo de 2020, de
https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=wV4JDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=ventaja+competitiva+PORTER+1987&ots=mwyDp8T7eB&sig=NkVDRKykgKEHsGpxZUT0kktHyqM&redir_esc=y#v=onepage&q=ventaja%20competitiva%20PORTER%201987&f=false

Quintero, J., & Sánchez, J. (03 de Diciembre de 2006). *TeloS*. Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318788001.pdf>

Ramirez, D. (12 de Diciembre de 2013). *Pixabay*. Obtenido de <https://pixabay.com/es/photos/caf%C3%A9-coffee-cafe-beber-cafe%C3%ADna-3923897/>

Riquelme, M. (9 de Julio de 2020). *Web y Empresas*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>

Rojas, M., Ruiz, C., Larrea, N., & Saavedra, T. (Diciembre de 2009). Guía Metodológica de facilitación en cadenas de valor. *yumpu.com.es*, *Primera Edición*, 61-62.
Recuperado el 25 de Junio de 2020, de
<https://www.yumpu.com/es/document/read/14609286/guia-metodologica-de-facilitacion-en-cadenas-de-valor-pdrs>

Romero, R. B. (2009). Las formas asociativas en la agricultura y las cooperativas. *Estudios agrarios*(41), 37-66. Obtenido de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_41/analisis/5%20roxana%20beatriz%20romero.pdf

SENPLADES - Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (21 de Febrero de 2014). *SNI.gob.* (A. E. DIRECCIÓN DE MÉTODOS, Editor) Obtenido de SNI.gob: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1109_PALTAS_LOJA.pdf

Springer-Heinze, A. (2007). *Manual de ValueLinks: la metodología de promoción de la cadena de valor.* GTZ Eschborn, Alemania. Obtenido de http://eprints.icrisat.ac.in/10641/1/valuelinks_complete.pdf

Vorley, B., Del Pozo - Vergnes, E., & Barnett, A. (2013). *Agricultores de pequeña en el mercado globalizado: tomando decisiones en un mundo cambiante.* International Institute for Environment and Development, La Paz, Bolivia. Obtenido de <https://pubs.iied.org/pdfs/16543IIED.pdf>

World Coffee Research. (2018). *Las Variedades del Café Arábica.* World Coffee Research. Recuperado el 17 de Mayo de 2020, de https://worldcoffeeresearch.org/media/documents/las_variedades_del_cafe_arabica_v2_feb_2018.pdf

11. Anexos

Anexo 1

Proyecto de Tesis

1. Proyecto de tesis

“Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Paltas, provincia de Loja, periodo 2020-2021”.

2. Problemática

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2019) la agricultura desempeña un papel crucial en la economía de un país, es la columna vertebral del sistema económico; no sólo proporciona alimentos y materias primas, sino también oportunidades de empleo para una importante cantidad de ecuatorianos.

Según datos representados en Encuesta Nacional Empleo, Desempleo y Subempleo, (ENEMDU, 2018) el 29,4% de la Población Económicamente Activa en el territorio nacional, constituye a la actividad de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca en la que concentra mayor participación de empleo ya que más de 1,6 millones de personas laboran en el sector.

Entre los productos más importantes que se cultivan en el país destacan el Café, siendo una potencial fuente de ingresos y de gran aporte para la producción nacional, pero no ha sido explotada al máximo a pesar que en la provincia de Loja existen suelos enriquecidos, condiciones climáticas adecuadas y de ser reconocido como el cultivo de uno de los mejores cafés a nivel nacional e internacional. Entre los factores más influyentes en la pérdida del mercado de este producto es la migración de la población joven del campo a

la ciudad, que abandonan sus terrenos haciéndolos improductivos y convirtiéndolos en consumidores, la falta de definición de la cadena de valor en la producción del café que permite identificar el papel que desempeña cada uno de los actores a lo largo de los eslabones que permiten llevar el producto terminado hasta el cliente.

Diario La Hora (2019) a pesar de la buena reputación del café ecuatoriano por su calidad y sabor, las exportaciones han venido disminuyendo en la última década, debido a la cada vez menor producción y los bajos precios en los principales mercados internacionales, en el año 2008, el país exportaba aproximadamente 10.100 toneladas de café, pero una década después, en 2018, solo se vendieron 5.130 toneladas. Esto representa una caída en volumen de casi el 50%. El 70,24% de la producción del país corresponde a cultivos en la Amazonia, seguidos por el 21,10% en la Costa y finalmente 8,66% en la Sierra.

Landacay (2014) menciona que

En la Zona 7 del Ecuador el caficultor canaliza sus ventas a través de dos cadenas de valor: cadena de valor de comercio convencional y cadena de valor de comercio justo, estas cadenas integran un sistema de conocimientos y una secuencia de procesos productivos; desde la provisión de insumos, para la producción del café, hasta la comercialización y su consumo final, mediante la combinación de información, tecnología apropiada así como habilidades para coordinar los diferentes procesos de la cadena productiva, tomando en cuenta la participación de actores involucrados, de manera que permite agregar o disminuir su valor a lo largo de los diferentes eslabones de la cadena, hasta llegar al consumidor final.

El sector cafetalero se desarrolla principalmente bajo dos modalidades: tradicional y asociativa.

Según datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2018) tan sólo el 18% de los productores de café son parte de una asociación, sabiendo que la sostenibilidad de los procesos agroalimentarios requiere de sistemas que establezcan la inclusión de los pequeños agricultores en asociaciones, en donde tengan la oportunidad de participar creando una distribución equitativa de los beneficios, que facilite el acceso a los mercados, al comercio justo y establecerse como protagonistas del desarrollo rural; ya que la asociativa 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.

Según, (MAGAP, 2014 - 2019) determina lo siguiente

Existen problemas de sobreutilización del suelo en el 15,5 % de superficie del cantón (17969,76 ha), principalmente por la presencia en zonas no aptas de cultivos, mosaicos agropecuarios y pastizales, los principales conflictos por sobreutilización de áreas se ubican en las parroquias Guachanamá, Orianga, Casanga, Lauro Guerrero y sector rural de la parroquia Catacocha principalmente. Los suelos subutilizados representan el 8,74 % de la superficie total del cantón (10112,34 ha) y se encuentran ubicados principalmente en la parroquia Casanga, Yamana y San Antonio, sin embargo, cabe mencionar que estas zonas, aunque presentan una buena aptitud para cultivos son propensos a inundaciones por estar ubicados en

zonas aledañas a los cursos de agua. Finalmente, dado que la información tomada como base (mapa de uso y cobertura) para el análisis de conflictos de uso, determina que el 62,88 % del territorio está siendo utilizado por bosques en distintos niveles de alteración, matorral y páramo y el 23,92 % del suelo del cantón está cubierto de vegetación herbácea, se concluye que el del suelo está siendo bien utilizado en un 74,80 % (86531,07 ha).

Productores de café han insistido en la preocupación por obtener una mayor producción con calidad por hectárea, además de contribuir a la protección del medio ambiente, como lo hacen con el café, de la misma manera también debe hacerlo con otros cultivos. Entre los factores más influyentes en la pérdida del mercado de este producto es la falta de definición de la cadena de valor en la producción del café que permite identificar el papel que desempeña cada uno de los actores a lo largo de los eslabones que permiten llevar el producto terminado hasta el cliente.

El sector cafetalero del cantón Paltas produce dos tipos de café: El Café Natural o Corriente es decir el que lo cosecha sin estándares de calidad el cual lo tienden en un tendal o en cemento, pasando semanas en las que los animales se pasan sobre el mismo, dicho café no va a pasar de \$100,00 por quintal. En este tipo de café el productor siempre tiene las de perder en términos de calidad el cual, va a tener siempre un techo en precio ya sea lo venda a granel o dándole valor agregado es decir molido, no pasa de un precio tope que exagerando llega, \$2,50 a \$3,00 por libra. Y el Café Especial, es cosechado solo maduro puede hacerlo en capote en su proceso se realiza el secado solo se lo hace en marquesinas suspendidas del piso y cubierta para evitar contaminaciones, la temperatura alrededor de 25° a 35°, secado lento moviéndolo siempre con buena ventilación; en lavado se realiza los procesos:

despulpado, fermentado, lavado con eso si pueden mejorar su cadena de valor y se pueden mejorar los precios, en Paltas, en la Parroquia de Cangonamá ya hay sectores que están haciendo café especial, vendiéndolo en alrededor de \$350.00 a \$450.00 por quintal. Así también se produce en otras zonas, pero, sin embargo, son muy pocos los que producen este tipo de café: El Carmelo con un precio fijo de \$230.00 a granel; Yambila en el año 2019 se vendió a \$450.00 el quintal, Angamasa a \$300.00. San Francisco a \$250.00, San Antonio a \$280.00. (GAD Cantón Paltas, 2013).

Hay cafetaleros que ellos mismos le dan el valor agregado y lo están vendiendo en alrededor de \$5.00 la libra, pero hay muy poca demanda para este café especial. Los registros que lleva el MAG en Paltas es de los cafetaleros que reciben asistencia técnica a los que manejan de ½ hectárea en adelante que posee un cultivo joven de menos de 10 años, en plantaciones viejas no se da asesoramiento porque suponen que el productor no va a realizar ninguna actividad para mejorar su cultivo, así también los productores que producen 100 o 200 plantas no cuenta.

En la renovación desde el año 2014 el MAG lleva en ejecución un proyecto de reactivación de la caficultura donde en dicho año se entregaron semillas para 105 hectáreas, en el año 2015 para 94 hectáreas, año 2016 para 90 hectáreas, 2017 datos reales sembraron 14 hectáreas, en 2018 se sembraron 12 hectáreas; en el cantón paltas no existe mucha caficultura, Lauro Guerrero, Cangonamá, parte alta de San Antonio.

La parroquia que más tiene café es Orianga que recibe asistencia técnica por parte del técnico Ing. Olger Celi del cantón Paltas, pero su producción se destina a Puyango y Marcabelí, la mayoría en Orianga están haciendo café lavado a precios bajos, a \$170.00 o

\$190.00 y las Asociaciones que acogen su producción son la APECAM en Marcabelí y La PROCAP en Puyango. Dichas asociaciones tienen volúmenes de exportación especialmente al mercado chino alrededor de 3.000 quintales/año, con precios bajos por la calidad, por altitud no pueden sacar un café más de 85 puntos.

En cuanto a ventas, en una hectárea produce en promedio 7.5 quintales, vendidos a \$100.00 teniendo en promedio \$650.00/hectárea. En los costos de producción sin tomar en cuenta los costos de plantación, sino de una plantación ya establecida, en la limpieza que se realiza en el primer trimestre de cada año que se gasta \$120.00, en 8 jornales/hectárea; en la cosecha 5 jornales/quintal \$552.50; secado lo hace en su casa con sus familiares, el café natural es una actividad familiar; trillado o pilado y transporte, \$8.00, dando un costo de \$738.00, con una utilidad de \$87,00 por hectárea/año. En el cálculo anterior no se toma en cuenta el tema de la siembra, el cual se demora 3 años en obtener la primera cosecha, por tal motivo la utilidad que se genera por café natural es demasiado baja, por tal motivo en el café especial se incrementa un poco, aunque no deja de ser baja la rentabilidad que se obtiene del café.

Las nuevas variedades tienen resistencia a los ataques de roya, son de alta producción y se maneja mayor densidad de plantas/hectárea, en el cultivo tradicional se está manejando alrededor de 2.500 plantas/hectárea, con las nuevas variedades se podría tener hasta 5.000 plantas/hectárea, sin embargo, la resistencia al cambio de los cafetaleros hace que dificulte el trabajo del MAG para la renovación y reactivación del sector cafetalero.

En el cantón Paltas ya se está plantando sarchimor, colombia seis, y típica mejorado, siendo el de productividad generada. sin embargo, hay otras variedades de semilla en el

mercado, pero por los altos costos significan una barrera para que el sector cafetalero obtenga estas semillas ya que están a un aproximado de \$125.00/kilo. Cabe recalcar que estas variedades de alta producción requieren gran cantidad de alimento, para lo cual el AGRIPAC ofrece el paquete más barato de crecimiento que está en \$325.00/hectáreas; para producción en ECUAQUIMICA en \$160.00/hectárea. Lo cual una planta bien fertilizada no dura más de 10 años, razón por la cual muchos de los agricultores se niegan a darle un buen proceso de alimentación a sus plantaciones de café. Así también se niegan a invertir por esta razón, el MAG ha optado por incentivar la siembra de variedades resistentes ya que así no inviertan estas al menos les van a durar.

El cantón estaría produciendo, muy inferior a lo obtenido en la década de los años 90, sin embargo, por los ataques de roya optaron por cambiar de actividad haciendo pastizales y rastrojos para la siembra de maíz y maní.

Así también existen transformadores de otros cantones que venden sus productos en el cantón Paltas a los negocios y en las ferias, disminuyendo las ventas para los cafetaleros de la localidad.

La problemática se reduce a la desarticulación de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el Cantón Paltas, provincia de Loja, y al protagonismo que tiene la cadena de valor en la productividad del sector cafetalero, por ende, es importante identificar:

¿Cuáles son los actores que intervienen en la cadena de valor del café?

¿Qué características tiene la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional?

¿Qué características tiene la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa?

¿Cuáles son las diferencias de las cadenas de valor del café bajo la modalidad tradicional y bajo la modalidad asociativa?

3. JUSTIFICACIÓN

En la provincia de Loja la producción de café se ha constituido durante décadas en un producto tradicional de gran importancia dentro de la economía ecuatoriana por el valor de su producción, la generación de trabajo y las divisas que aporta la exportación. Dentro de la cadena de valor de la producción del café existe el modelo tradicional y el asociativo, siendo este último un 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. Sin embargo, la tecnología de producción y beneficio son muy precarias, por lo que la productividad y la calidad son deficientes. Por tanto, entender estas nuevas dinámicas territoriales es de suma relevancia destacando la participación del cantón Paltas en la producción de café.

Esta investigación está justamente interesada en llevar adelante un estudio de la cadena de valor del café del tipo tradicional y asociativa, para entender las características de la cadena de valor, así también, determinar si se desarrollan estos tipos en el Cantón Paltas y establecer si tienen diferencias significativas.

Con la ejecución de este estudio se identificará 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.

Desarrollar esta investigación contribuirá con el sector cafetalero mediante la caracterización de la cadena de valor en la que se describirá la situación actual en que se encuentra el sector cafetalero en el cantón Paltas y se identificará los principales retos del sector, sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, 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 y desarrollo competitivo.

La elaboración del presente trabajo se justifica académicamente constituyendo principalmente en un parámetro primordial previo para la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas. Ya que al desarrollar esta investigación se pondrá en práctica todos los conocimientos que, adquirido en el transcurso de la formación académica, de tal manera que se pone en práctica destrezas, habilidades y a la contribución de solución de problemas empresariales, mejorando el estilo y la calidad de vida de los cafetaleros.

4. OBJETIVOS

a) Objetivo General

Caracterizar la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Paltas, provincia de Loja, en el periodo 2020.

b) Objetivos Específicos.

- Identificar cada uno de los eslabones y actores que conforman la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.

- Describir la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Paltas.
- Diagramar la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Paltas.
- Comparar las cadenas de valor del café bajo las modalidades asociativa y tradicional en el cantón Paltas.

5. METODOLOGÍA

El proyecto de investigación actual presentará un enfoque de tipo descriptivo en cuanto a la cadena de valor que utilizan los productores de café asociados y no asociados, que se desarrollará en el cantón Paltas, se emplearán métodos y técnicas con la finalidad de dar cumplimiento a los objetivos planteados, especialmente para recabar información primaria y secundaria.

a) Técnicas a utilizar

Observación: se tendrán en cuenta las actividades y comportamientos de los actores de la cadena de valor, a través de una guía de observación, que se oriente a observar los aspectos, las actividades y actitudes de los actores de la cadena de valor del café del cantón Paltas.

Entrevista: se realizará a los actores de apoyo que intervienen en los eslabones de la cadena de valor del café, en el cantón Paltas; técnico encargado del MAG, presidentes de las juntas parroquiales, así como también a los proveedores de: insumo, para lo cual, se utilizará una guía de entrevista, que contenga los temas, preguntas y aspectos a analizar, de acuerdo a cada uno de los actores.

Encuesta: se aplicará a los actores que intervienen en la cadena de valor del café, en el cantón Paltas, para ello, se utilizará un cuestionario, para medir las variables requeridas y características que se pretende analizar de la producción de café en base a preguntas previamente elaboradas, a cada uno de los actores de la cadena de valor.

b) **Procedimiento**

En primera instancia se desarrollará relaciones y contactos con diferentes expertos en el tema administrativo, de la producción y comercialización del café; además, a través de la observación directa, encuestas y entrevistas se recolectará información de instituciones que conozcan y contribuyen al desarrollo del cultivo, de asociaciones, productores y comercializadores del café en el cantón Paltas; en esta instancia se conocerá cuantos de los productores de café, pertenecen a una asociación y cuántos no pertenecen.

Para luego, con la información obtenida anteriormente, se determinarán los actores que intervienen en la cadena de valor del café, aplicando la técnica del “Arcoíris”, que permitirá identificar si se trata de actores principales o secundarios de la cadena de valor, así como, la importancia de cada uno de ellos.

Para el desarrollo de la investigación se hará uso de la metodología Value Links, que está totalmente orientada a la acción.

Por lo que se procederá conforme establece la Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor (Rojas, Ruiz, Larrea, & Saavedra, 2009) permitiendo revisar distintos enfoques hacia la Cadena de Valor, 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, se crearán las condiciones, para caracterizar la cadena de valor en la producción y comercialización del café en el cantón Paltas, provincia de Loja.

c) **Población y Muestra**

De acuerdo con datos publicados por Ecuador en cifras (INEC, 2010), la población total del cantón Paltas es de 24 703 habitantes, de las cuales en un total de 658 familias se dedican al cultivo de café en la zona del cantón Paltas.

Las parroquias del cantón Paltas se divide en parroquias urbanas: Catacocha y Lourdes y parroquias rurales: Cangonamá, Casanga, Guachanamá, Lauro Guerrero, Orianga, San Antonio y Yámana.

En el desarrollo de la investigación se tomará como población objetivo a 658 familias, que se dedican a la siembra de este producto, los cuales cubren alrededor de 428 hectáreas de cultivo de café en las principales zonas de alto cultivo como son: Cangonamá, San Antonio, Lauro Guerrero y Orianga. (INEC, 2010)

6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Objetivo/actividad	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración de la revisión de Literatura: marco teórico, referencial y conceptual.	■	■	■																	
Elaboración de los instrumentos de investigación: observación, encuestas y entrevistas.			■																	
Realizar la visita de observación en el Cantón Paltas para establecer la ubicación de productores independientes.				■																
Diseño de cronograma de visitas para aplicación de las encuestas a los actores de cada uno de los eslabones de la cadena de valor de la producción de café en el Cantón Paltas.					■															
Aplicación de encuestas a cada uno de los actores de la cadena de valor.						■	■	■	■											
Tabulación de la información obtenida en la investigación										■	■	■	■							
Análisis e interpretación de los resultados tabulados.													■	■						
Identificar los actores que intervienen en la cadena de valor bajo la modalidad tradicional y asociativa.															■					
Describir la cadena de valor bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Paltas.															■					
Diagramar la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Paltas.																■				
Comparar las cadenas de valor del café bajo las modalidades asociativa y tradicional en el cantón Paltas.																	■			
Establecer conclusiones y recomendaciones																			■	
Presentación del informe final.																			■	
Exposición del borrador de tesis																			■	■

Tabla Nro.1 Cronograma de actividades. El autor

7. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

a) PRESUPUESTO

RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Viajes Técnicos			
Alimentación	30	3,25	\$ 97,50
Hospedaje	17	15,00	\$ 255,00
Transporte	40	4,00	\$ 160,00
Materiales y Suministros			
Esferos	3	0,45	\$ 1,35
Copias	1200	0,05	\$ 60,00
Internet/hora	240	0,10	\$ 24,00
Impresiones	500	0,15	\$ 75,00
Recargas	15	3.00	\$ 45,00
Carpetas	2	0,30	\$ 0,60
Porta gafete	1	1,50	\$ 1,50
Imprevistos	1	60,00	\$ 60,00
TOTAL			\$ 779,95

Tabla Nro.2 Cronograma de actividades. El autor

b) FINANCIAMIENTO

El presupuesto será financiado por el autor.

Anexo 2

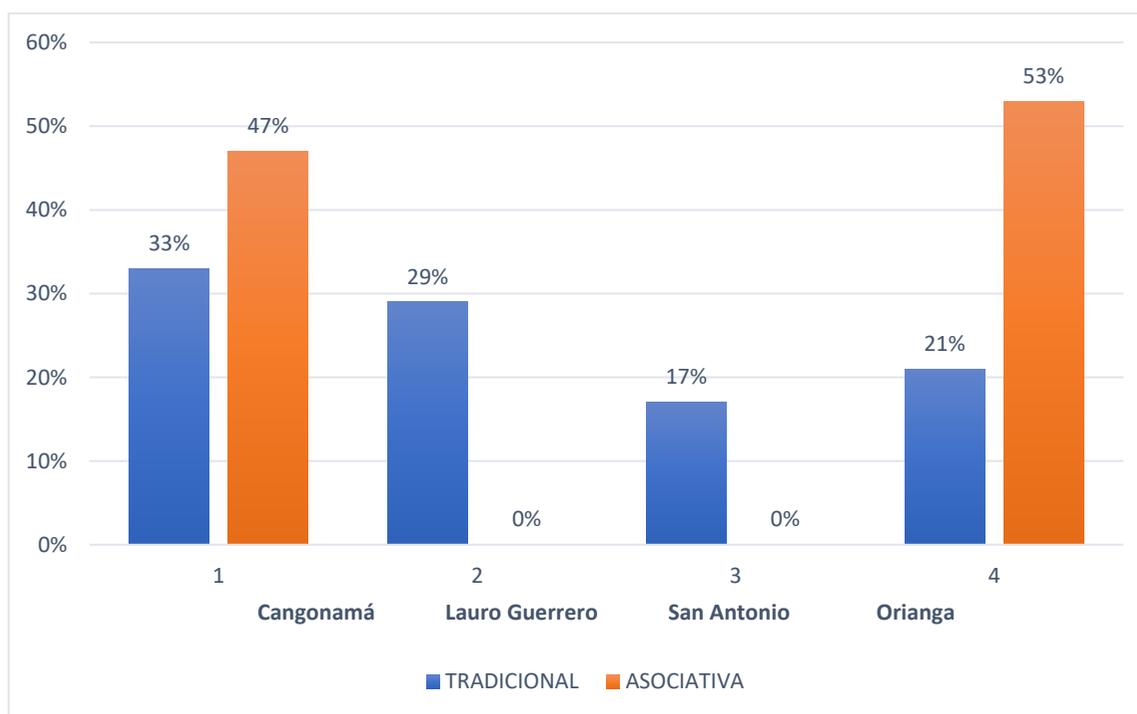
ENCUESTA A PRODUCTORES

Tabla 24: Modalidad de trabajo según las parroquias.

	Cangonamá		Lauro Guerrero		San Antonio		Orianga		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	8	33%	7	29%	4	17%	5	21%	24	59%
ASOCIATIVA	8	47%	0	0%	0	0%	9	53%	17	41%
TOTAL	16	39%	7	17%	4	10%	14	34%	41	100%

Nota. Modalidad de trabajo a la que pertenecen las parroquias con mayor producción de café en el cantón Paltas. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 1: Modalidad de trabajo según las parroquias.



Nota. La figura muestra las cifras de acuerdo a la modalidad de trabajo del cantón Paltas con las parroquias más representativas en la producción de café. Fuente: Tabla 24.

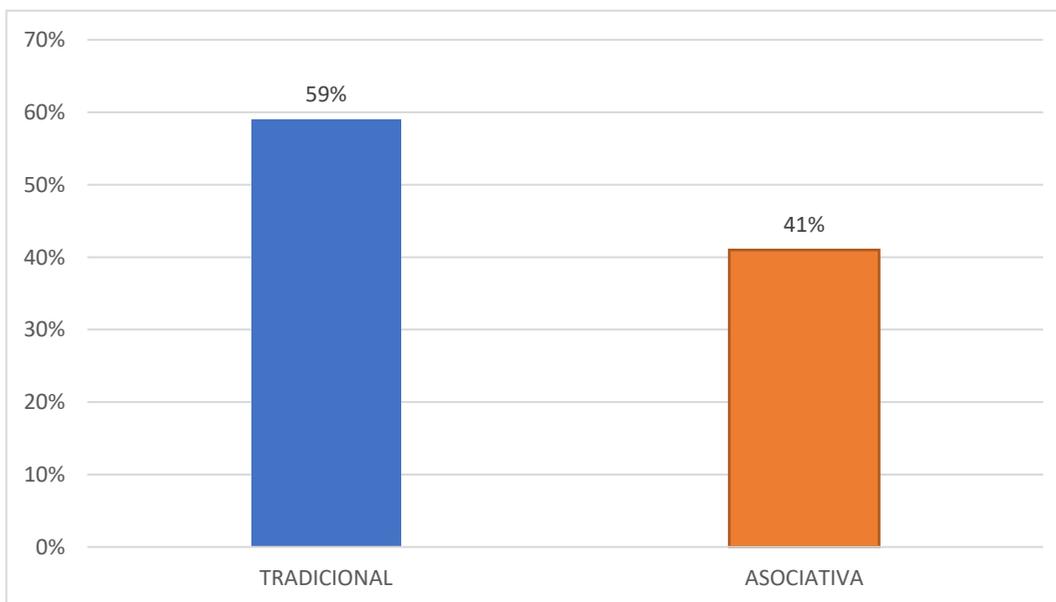
Anexo 3

Tabla 25: Modalidad de trabajo en general.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TRADICIONAL	24	59%
ASOCIATIVA	17	41%
TOTAL	41	100%

Nota. Datos en forma general de la modalidad a la que pertenecen los caficultores del cantón Paltas. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 2: Modalidad de trabajo en general.



Nota. La figura muestra las cifras en forma general a la modalidad a la que pertenecen los caficultores del área de estudio. Fuente: Tabla 25.

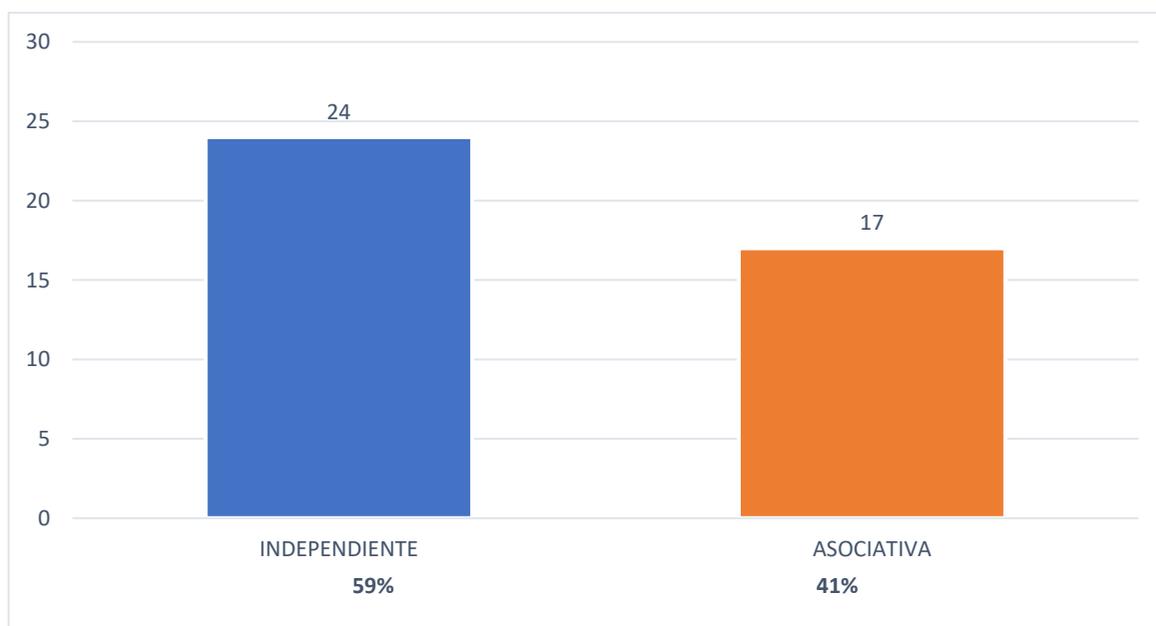
Anexo 4

Tabla 26: *Tipo de tenencia del terreno.*

	PROPIA		TOTAL	
	F	%	F	%
TRADICIONAL	24	100%	24	59%
ASOCIATIVA	17	100%	17	41%
TOTAL	41	100%	41	100%

Nota. Datos obtenidos de productores de café del cantón Paltas con respecto al tipo de propiedad que poseen. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 3: *Tipo de tenencia del terreno.*



Nota. La figura muestra las cifras en forma general al tipo de terreno que los productores asumen. Fuente: Tabla 26.

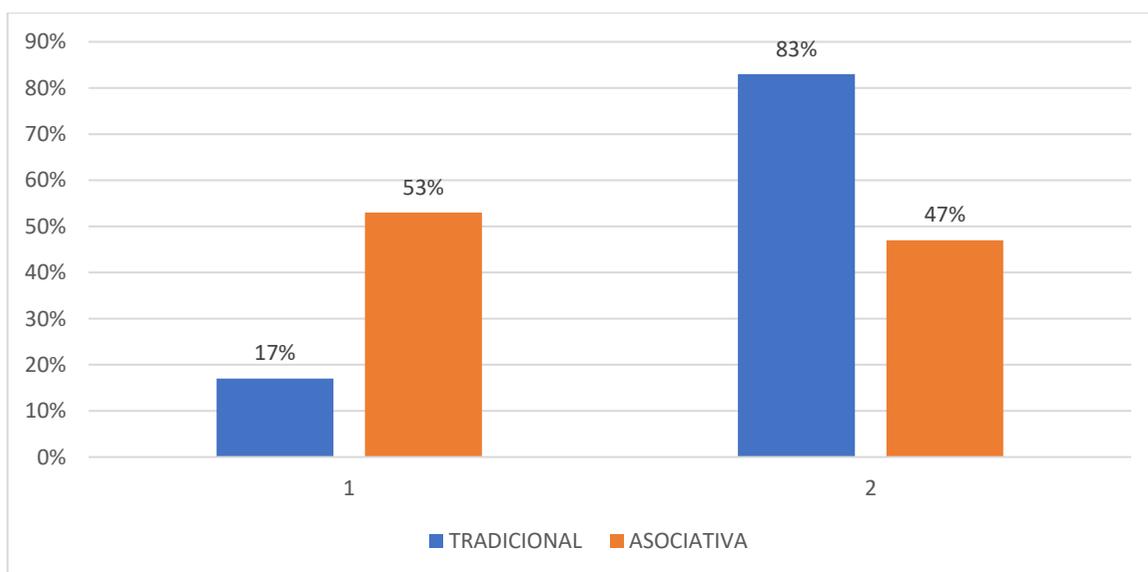
Anexo 5

Tabla 27: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo.

	Productor calificado		Productor no calificado		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	4	17%	20	83%	24	59%
ASOCIATIVA	9	53%	8	47%	17	41%
TOTAL	13	32%	28	68%	41	100%

Nota. Categorización de productores de café del cantón Paltas con respecto a la modalidad a la que pertenecen. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 4: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo.



Nota. La figura muestra las cifras en cuanto a la categorización del conocimiento técnico o conocimiento empírico de los productores. Fuente: Tabla 27.

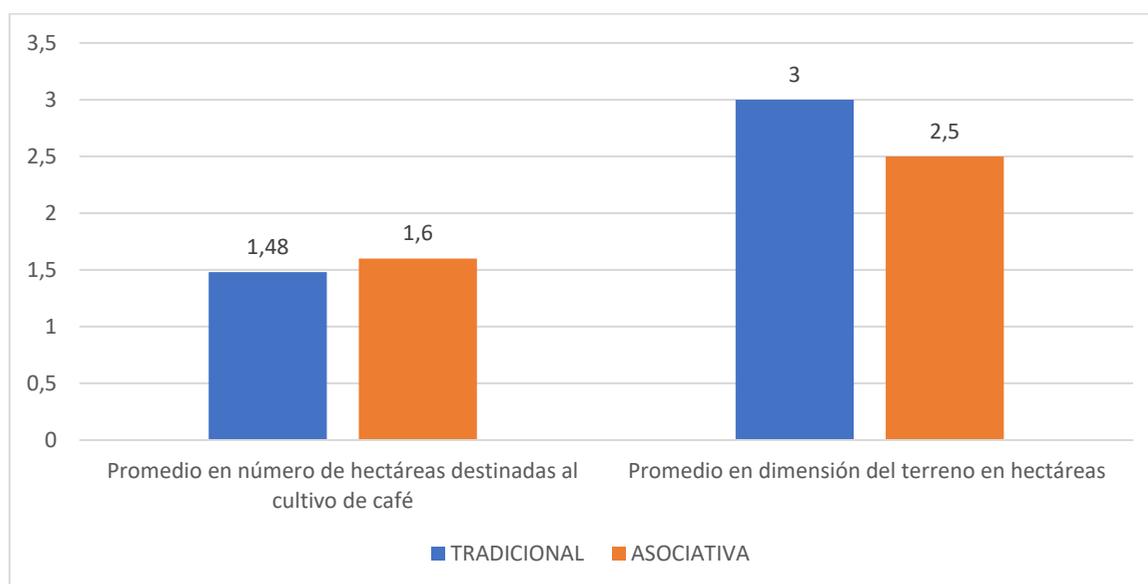
Anexo 6

Tabla 28: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno de cultivo de café.

	Promedio en número de hectáreas destinadas al cultivo de café	Promedio en dimensión del terreno en hectáreas
TRADICIONAL	1,48	3
ASOCIATIVA	1,6	2,5
TOTAL	1,5	3

Nota. Extensión de hectáreas en promedio de caficultores y promedio de hectáreas destinadas al cultivo de café del cantón Paltas. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 5: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno de cultivo de café.



Nota. La figura muestra las cifras referentes a la extensión promedio que poseen de terreno y promedio de hectáreas destinadas al cultivo de café. Fuente: Tabla 28.

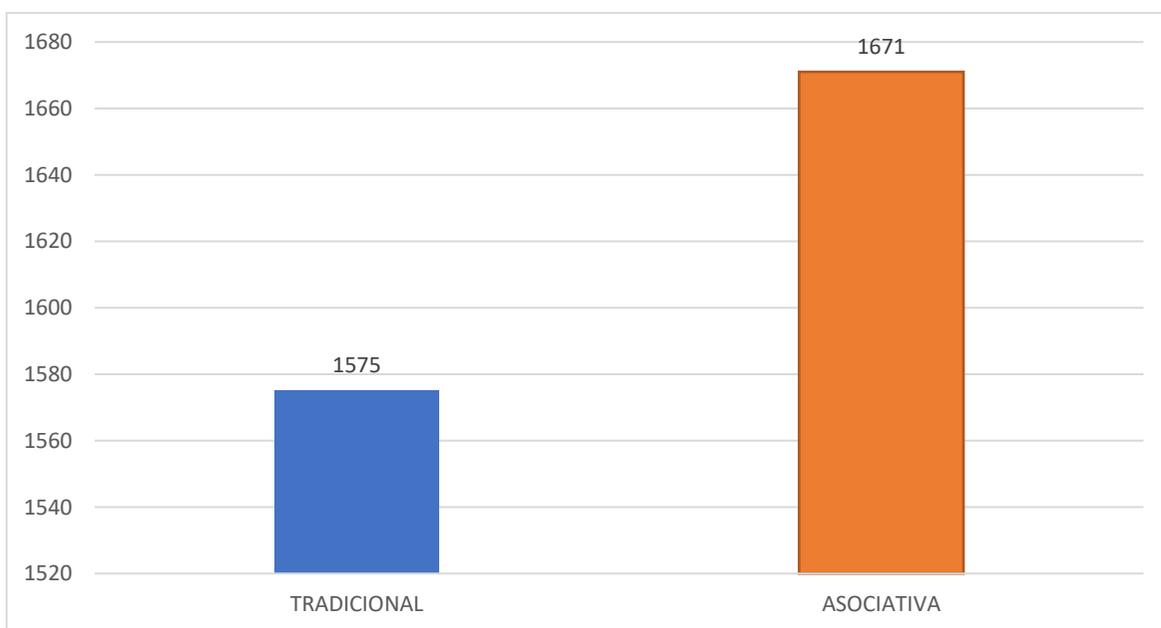
Anexo 7

Tabla 29: Promedio de plantas sembradas por hectárea.

	Promedio de plantas sembradas por hectárea
TRADICIONAL	1575
ASOCIATIVA	1671
TOTAL	1615

Nota. Se indica el promedio de plantas que siembran los productores de café por cada hectárea que poseen bajo ambas modalidades. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 6: Promedio de plantas sembradas por hectárea.



Nota. La figura muestra las cifras relativas al promedio de plantas de café sembradas por hectárea tanto de la modalidad tradicional como asociativa. Fuente: Tabla 29.

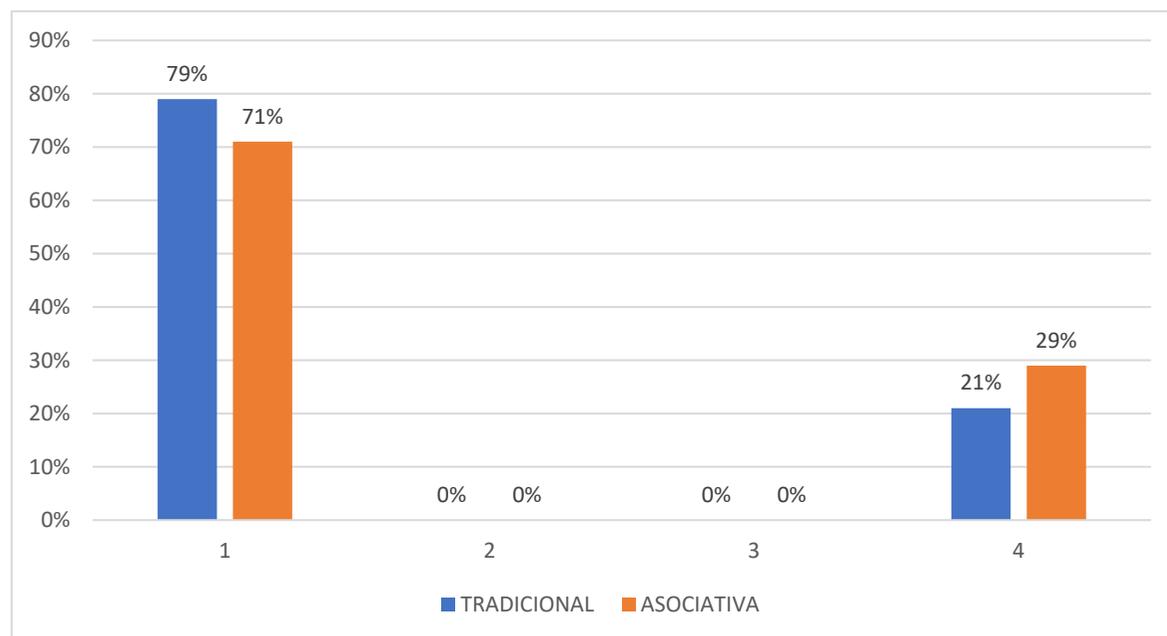
Anexo 8

Tabla 30: Servicios Básicos con los que cuenta la finca.

	Electricidad		Agua		Teléfono		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	19	79%	0	0%	0	0%	5	21%	24	65%
ASOCIATIVA	12	71%	0	0%	0	0%	5	29%	17	35%
TOTAL	31	76%	0	0%	0	0%	10	24%	41	100%

Nota. Se muestran datos de los servicios básicos con los que cuentan las fincas donde se produce el café del área de estudio. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 7: Servicios Básicos con los que cuenta la finca.



Nota. La figura muestra las cifras concernientes a los servicios básicos con los que cuentan las propiedades de los cafetaleros bajo la modalidad tradicional y asociativa. Fuente: Tabla 30.

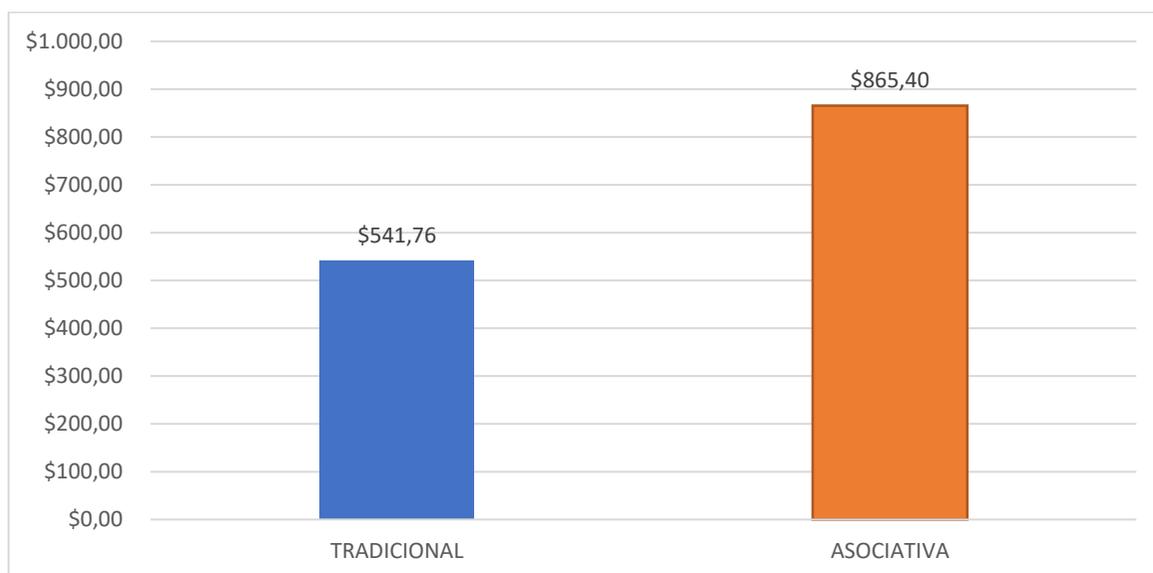
Anexo 9

Tabla 31: Promedio de la inversión inicial para la producción de café.

	Promedio de inversión inicial para el café
TRADICIONAL	\$541,76
ASOCIATIVA	\$865,40
TOTAL	\$763,00

Nota. Datos de ambas modalidades de trabajo, acerca de la inversión inicial en promedio, que destinan para el desarrollo productivo de este sector comercial. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 8: Promedio de la inversión inicial para la producción de café.



Nota. La figura muestra las cifras pertinentes del promedio de inversión inicial para el cultivo de café bajo la modalidad tradicional y asociativa del cantón Paltas. Fuente: Tabla 31.

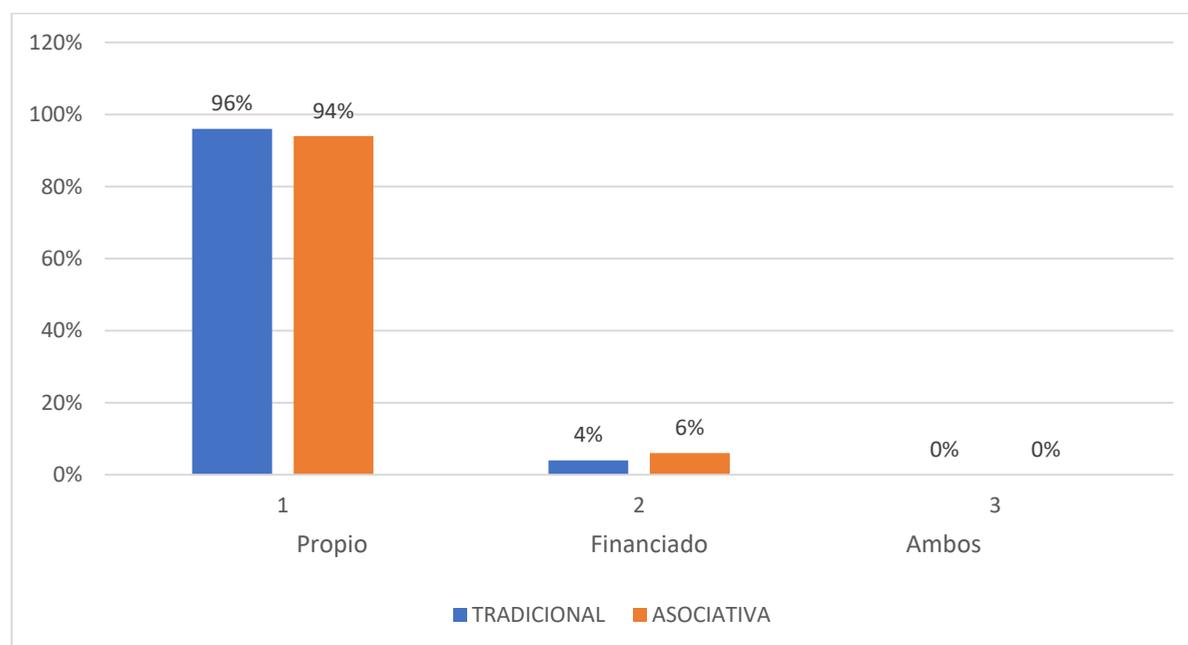
Anexo 10

Tabla 32: *Tipo de financiamiento de la inversión.*

	Propio		Financiado		Ambos		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	23	96%	1	4%	0	0%	24	59%
ASOCIATIVA	16	94%	1	6%	0	0%	17	41%
TOTAL	39	95%	2	5%	0	0%	41	100%

Nota. Datos de ambas modalidades de trabajo, conforme al tipo de financiamiento que requieren para cumplir con normalidad sus actividades agrarias ya sea con capital propio o crédito de institución. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 9: *Tipo de financiamiento de la inversión.*



Nota. La figura muestra las cifras en base al tipo de financiamiento que utilizan para el cultivo de café bajo la modalidad tradicional y asociativa del cantón Paltas. Fuente: Tabla 32.

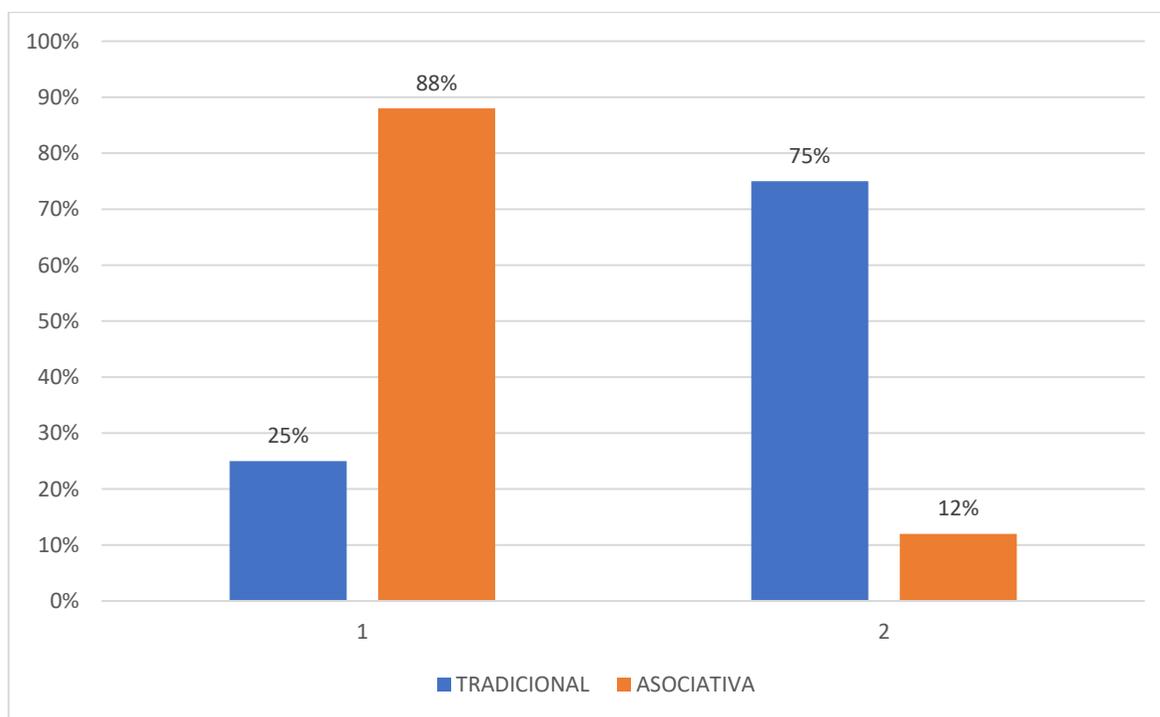
Anexo 11

Tabla 33: *Capacitación recibida.*

	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	6	25%	18	75%	24	59%
ASOCIATIVA	15	88%	2	12%	17	41%
TOTAL	21	51%	20	49%	41	100%

Nota. Datos acordes al apoyo recibido en forma de capacitaciones bajo modalidades de trabajo tradicional y asociativa. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 10: *Capacitación recibida.*



Nota. La figura muestra las cifras referentes a las capacitaciones recibidas por los productores de café del cantón Paltas bajo ambas modalidades. Fuente: Tabla 33.

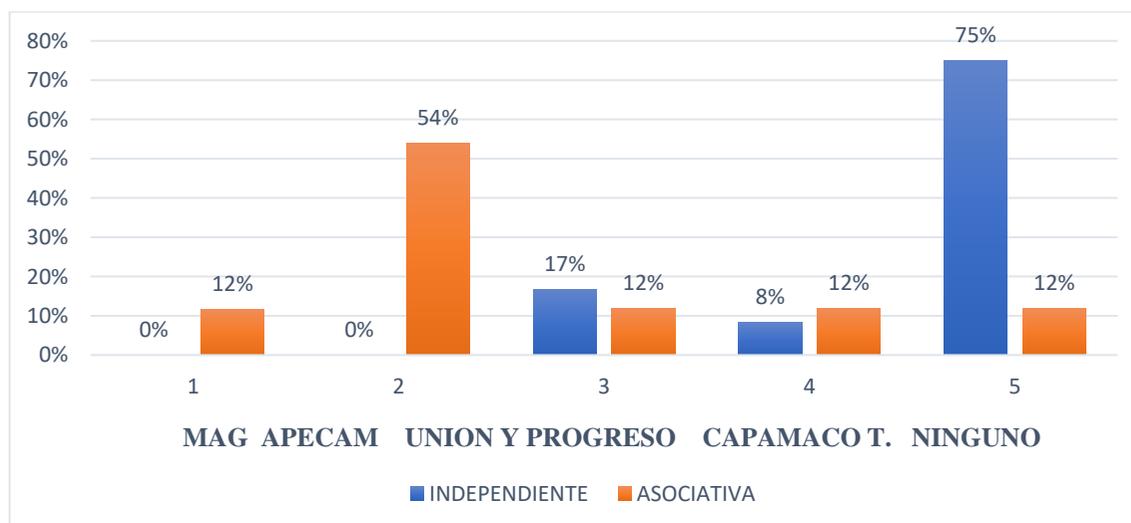
Anexo 12

Tabla 34: Organización Capacitadora.

	MAG		APECAM		UNIÓN Y PROGRESO		CAPAMACO TRADING		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	0	0%	0	0%	4	17%	2	8%	18	75%	24	59%
ASOCIATIVA	2	12%	9	54%	2	12%	2	12%	2	12%	17	41%
TOTAL	2	12%	9	54%	6	15%	4	10%	20	5%	41	100%

Nota. Datos de organizaciones que han apoyado con capacitaciones a caficultores del cantón Paltas bajo la modalidad de trabajo tradicional y asociativa. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 11: Organización Capacitadora.



Nota. La figura muestra las cifras relativas a las organizaciones capacitadoras que brindan apoyo a este sector productivo bajo ambas modalidades. Fuente: Tabla 34.

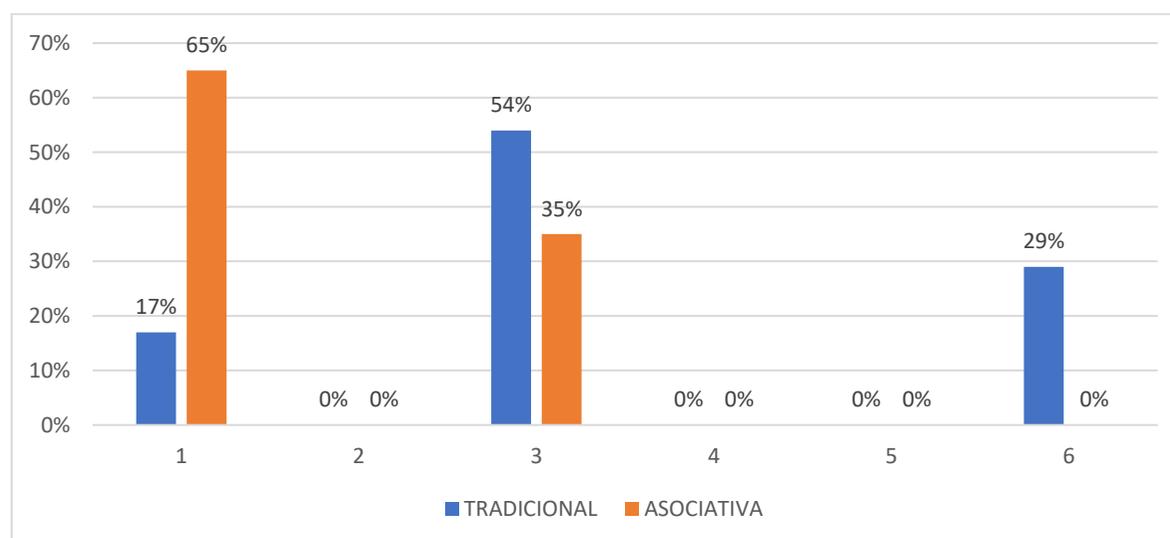
Anexo 13

Tabla 35: Tema de capacitación.

	PREPARACIÓN DE ABONO		CREACIÓN DE VIVERO		CONTROL DE ENFERMEDADES		TRATAMIENTO DEL SUELO		PROCESO PRODUCTIVO		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	4	17%	0	0%	13	54%	0	0%	0	0%	7	29%	24	59%
ASOCIATIVA	11	65%	0	0%	6	35%	0	0%	0	0%	0	0%	17	41%
TOTAL	15	37%	0	0%	19	46%	0	0%	0	0%	7	17%	41	100%

Nota. Datos referentes al tema de capacitación que reciben los caficultores bajo la modalidad de trabajo tradicional y asociativa. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 12: Tema de capacitación.



Nota. La figura muestra las cifras relativas a los temas en que son capacitados los productores de café bajo ambas modalidades. Fuente: Tabla 35.

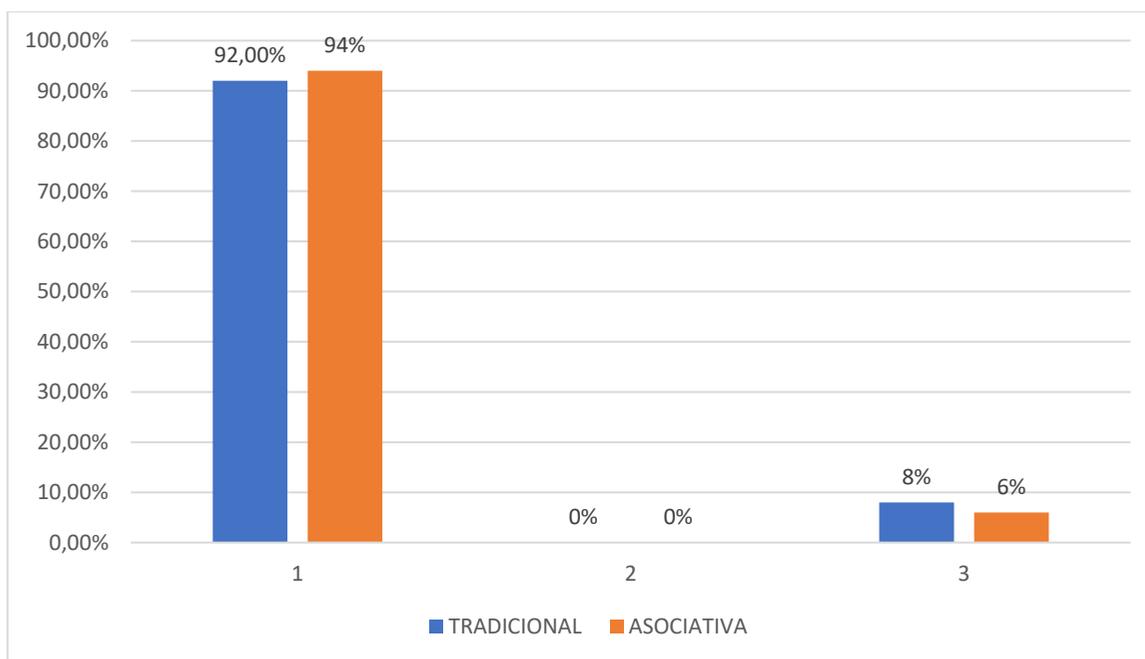
Anexo 14

Tabla 36: Tipo de materia prima Vegetativa.

	Semillas		Plántulas de vivero		Plántulas de regeneración		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	22	92%	0	0%	2	8%	24	59%
ASOCIATIVA	16	94%	0	0%	1	6%	17	41%
TOTAL	38	93%	0	0%	3	7%	41	100%

Nota. Datos que conciernen al tipo de insumos que utilizan los caficultores bajo la modalidad de trabajo tradicional y asociativa. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 13: Tipo de materia prima Vegetativa.



Nota. La figura muestra las cifras de la variedad de insumos que utilizan productores de café bajo ambas modalidades. Fuente: Tabla 36.

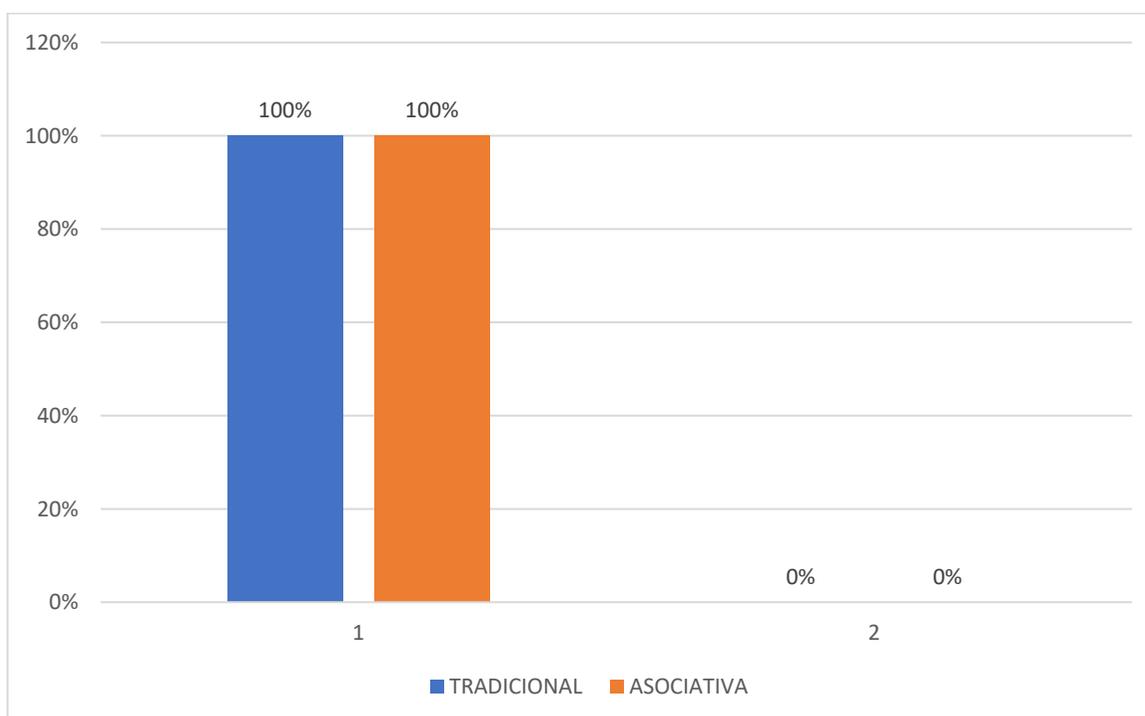
Anexo 15

Tabla 37: *Tipo de variedad de Café.*

	Arábica		Robusta		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	24	100%	0	0%	24	59%
ASOCIATIVA	17	100%	0	0%	17	41%
TOTAL	41	100%	0	0%	41	100%

Nota. Variedad de café del cultivo de productores bajo la modalidad de trabajo tradicional y asociativa. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 14: *Tipo de variedad de Café.*



Nota. La figura muestra las cifras de variedad de café que utilizan caficultores bajo ambas modalidades de trabajo. Fuente: Tabla 37.

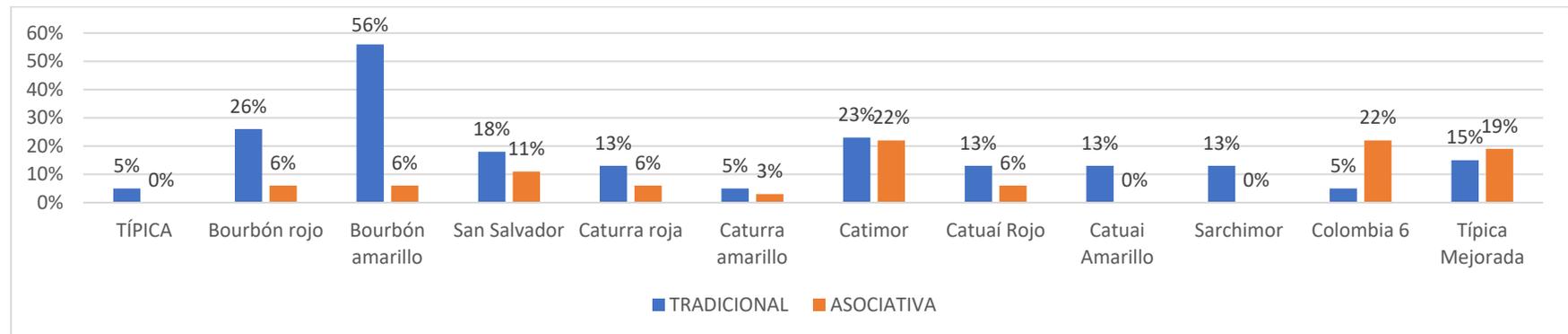
Anexo 16

Tabla 38: Subvariedades de café (Arábica).

	TÍPICA	Bourbón rojo	Bourbón amarillo	San Salvador	Caturra roja	Caturra amarilla	Catimor	Catuái Rojo	Catuai Amarillo	Sarchimor	Colombia 6	Típica Mejorada	TOTAL
TRADICIONAL	5%	26%	56%	18%	13%	5%	23%	13%	13%	13%	5%	15%	52%
ASOCIATIVA	0%	6%	6%	11%	6%	3%	22%	6%	0%	0%	22%	19%	48%
TOTAL	3%	16%	12%	19%	9%	4%	23%	9%	7%	7%	13%	17%	100%

Nota. Subvariedad de café tipo arábica que productores siembran bajo ambas modalidades. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 15: Subvariedades de café (Arábica).



Nota. La figura muestra las cifras de las subvariedades que siembran diferentes caficultores en el cantón Paltas bajo la modalidad tradicional y asociativa. Fuente: Tabla 38.

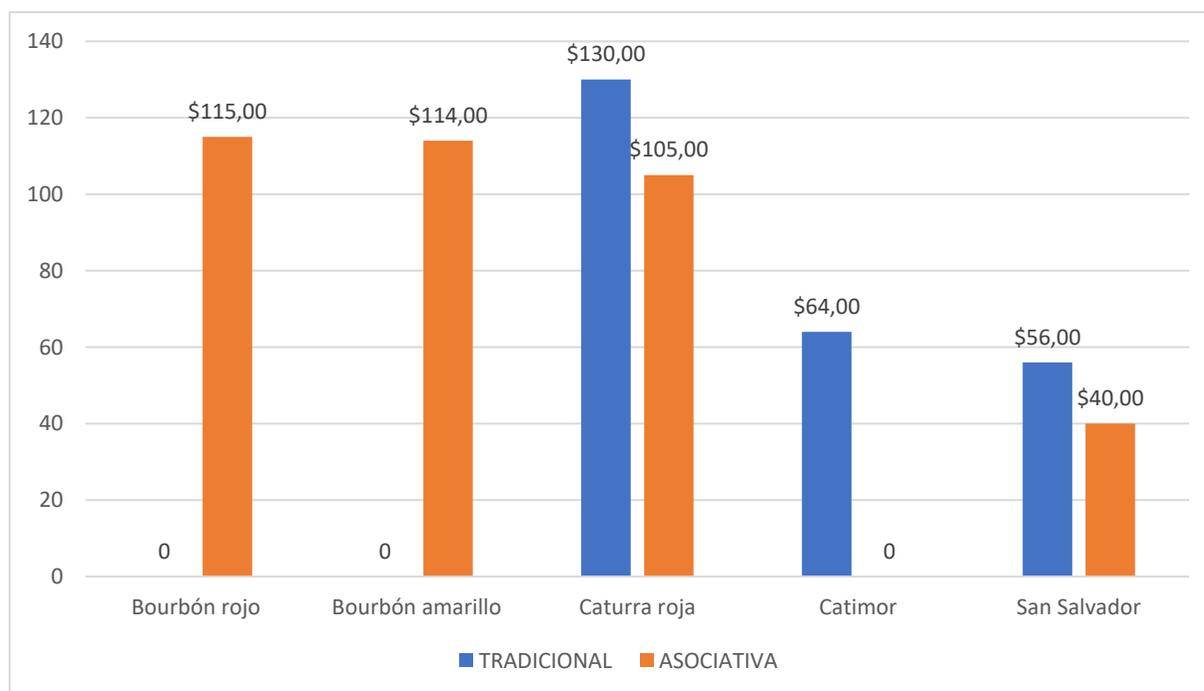
Anexo 17

Tabla 39: Precio promedio de semilla de café por kg.

	Bourbón rojo	Bourbón amarillo	Caturra roja	Catimor	San Salvador
TRADICIONAL	-	-	\$ 130,00	\$ 64,00	\$ 56,00
ASOCIATIVA	\$ 115,00	\$ 114,00	\$ 105,00	-	\$ 40,00
TOTAL	\$ 57,50	\$ 57,00	\$ 117,50	\$ 32,00	\$ 48,00

Nota. Datos de precio promedio de subvariedad de café más representativas que productores siembran, bajo modalidad asociativa y tradicional. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 16: Precio promedio de semilla de café por kg.



Nota. La figura muestra las cifras del precio por kg de semilla arábica en el cantón Paltas bajo la modalidad tradicional y asociativa. Fuente: Tabla 39.

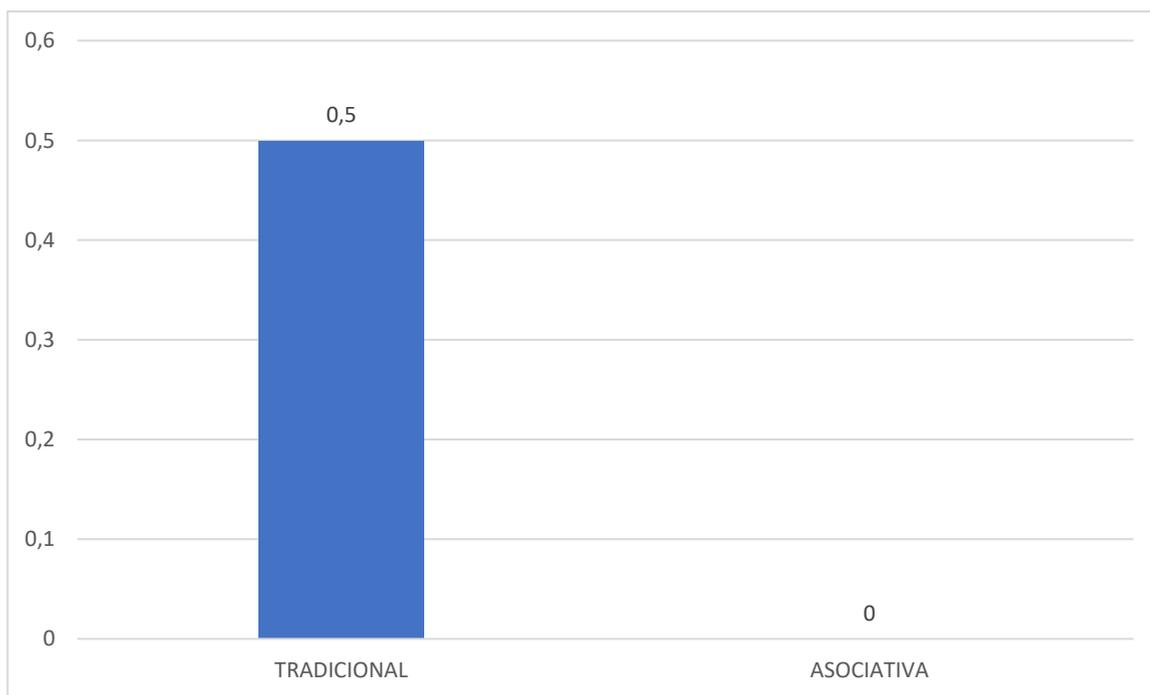
Anexo 18

Tabla 40: Precio promedio por plántula.

Caturra rojo y Amarillo	
TRADICIONAL	0,50
ASOCIATIVA	0
TOTAL	0,25

Nota. Datos de precio promedio de plántula, subvariedad caturra. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 17: Precio promedio por plántula.



Nota. La figura muestra las cifras del precio por kg de semilla arábiga en el cantón Paltas bajo la modalidad tradicional y asociativa. Fuente: Tabla 40.

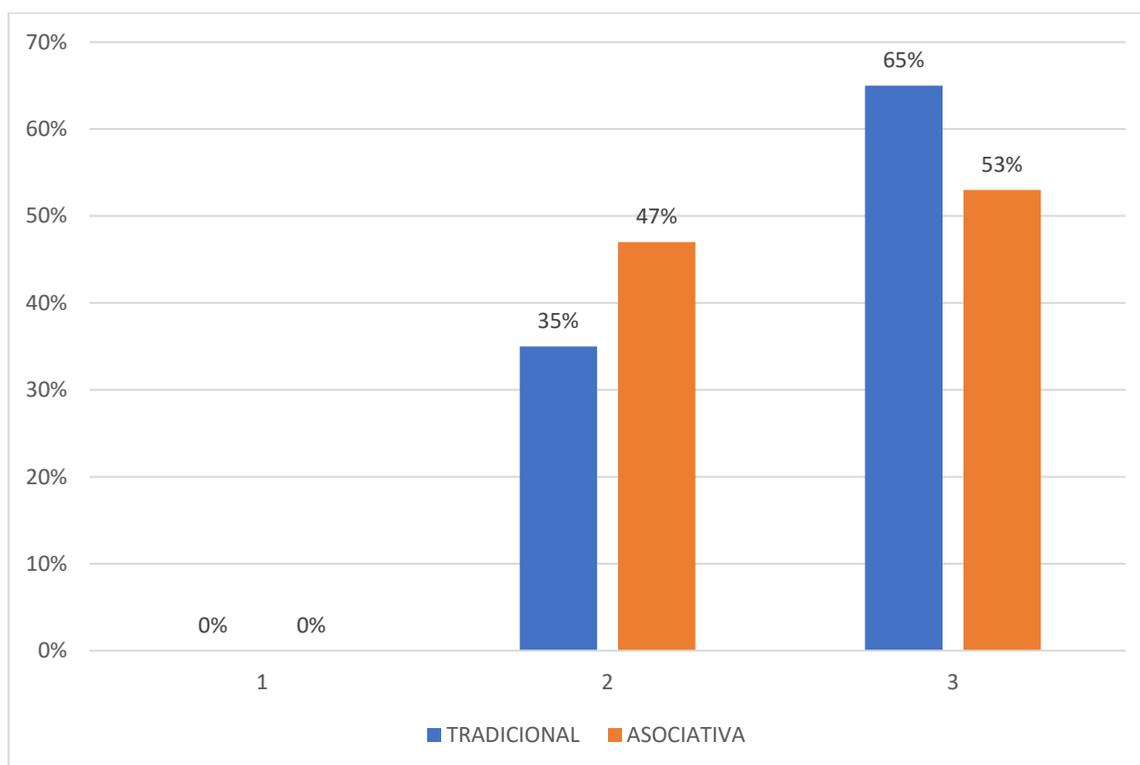
Anexo 19

Tabla 41: *Origen de la materia prima.*

	Propia		Comprada		Donada		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	0	0%	9	35%	17	65%	26	63%
ASOCIATIVA	0	0%	7	47%	8	53%	15	37%
TOTAL	0	0%	16	39%	25	48%	41	100%

Nota. Datos de proveniencia del componente principal que usan caficultores del cantón Paltas. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 18: *Origen de la materia prima.*



Nota. La figura muestra la procedencia del insumo que se utiliza en la caficultura bajo la modalidad tradicional y asociativa. Fuente: Tabla 41.

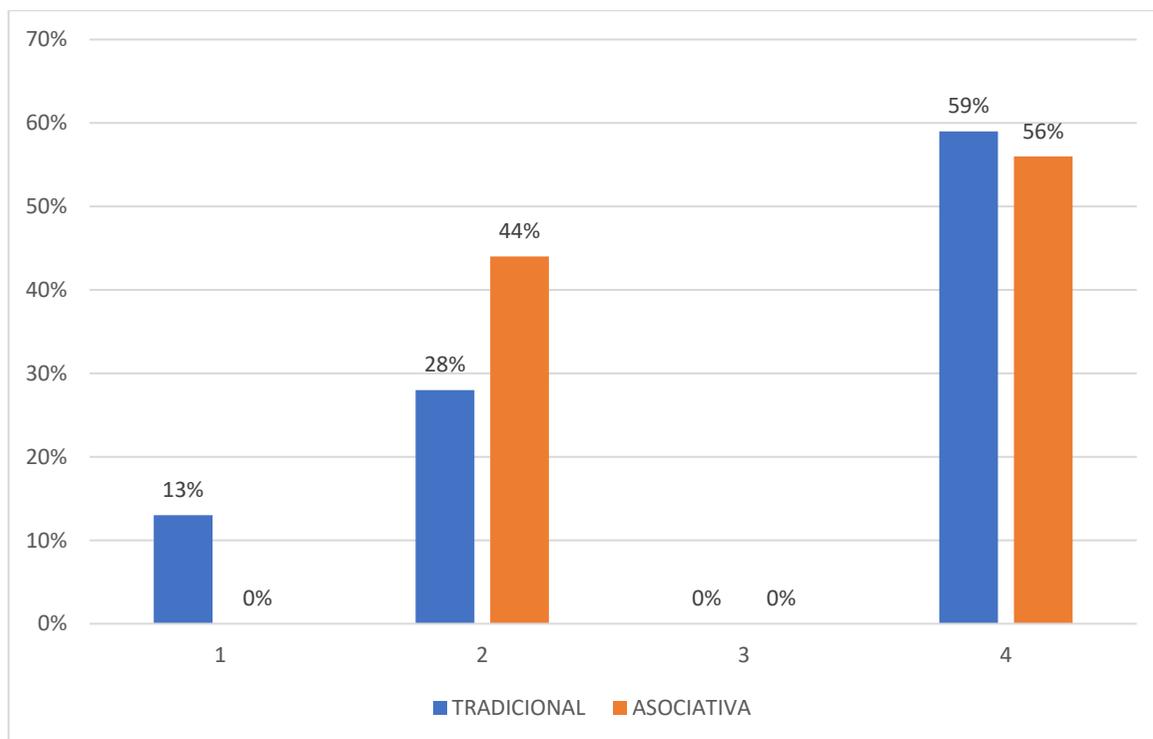
Anexo 20

Tabla 42: *Insumos agrícolas utilizados.*

	Matamontes		Abono		Fertilizantes		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	4	13%	9	28%	0	0%	19	59%	32	78%
ASOCIATIVA	0	0%	4	44%	0	0%	5	56%	9	22%
TOTAL	4	10%	13	32%	0	0%	24	58%	41	100%

Nota. Datos de material agrario que usan caficultores en sus tierras para el cultivo del café, en ambas modalidades. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 19: *Insumos agrícolas utilizados.*



Nota. La figura muestra las cifras de insumo agrario que se utilizan caficultores, bajo la modalidad tradicional y asociativa. Fuente: Tabla 42.

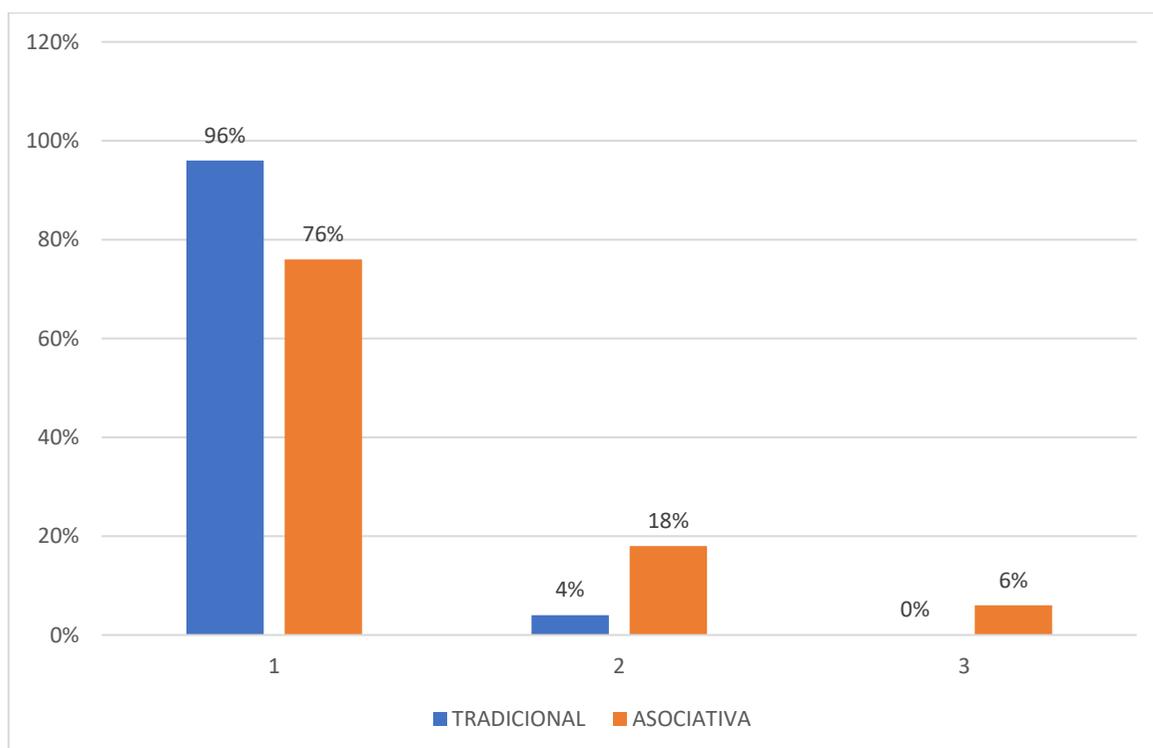
Anexo 21

Tabla 43: *Edad de las plantaciones de café.*

	1 a 10 años		11 a 20 años		21 años en adelante		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	23	96%	1	4%	0	0%	24	59%
ASOCIATIVA	13	76%	3	18%	1	6%	17	41%
TOTAL	36	88%	4	10%	1	2%	41	100%

Nota. Datos de edades que posee cada plantación de las fincas de caficultores, Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 20: *Edad de las plantaciones de café.*



Nota. La figura muestra cifras promedio referente a la edad de cada plantación de café, de productores del cantón Paltas. Fuente: Tabla 43.

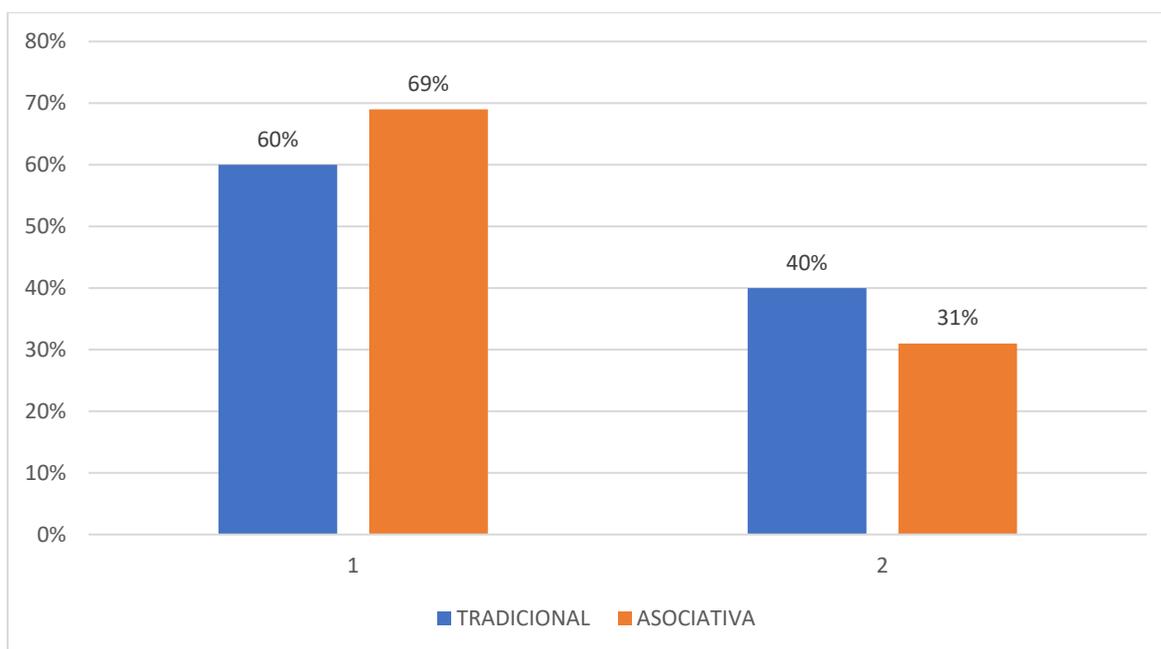
Anexo 22

Tabla 44: *Tiempo de renovación de cultivo.*

	1 a 10 años		11 a 20 años		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	15	60%	9	40%	24	59%
ASOCIATIVA	11	69%	6	31%	17	41%
TOTAL	26	91%	15	9%	41	100%

Nota. Datos de rango de años en que caficultores renuevan la plantación bajo modalidad tradicional y asociativa. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 21: *Tiempo de renovación de cultivo.*



Nota. La figura muestra el promedio de tiempo que productores del cantón Paltas cambian el cultivo por uno nuevo. Fuente: Tabla 44.

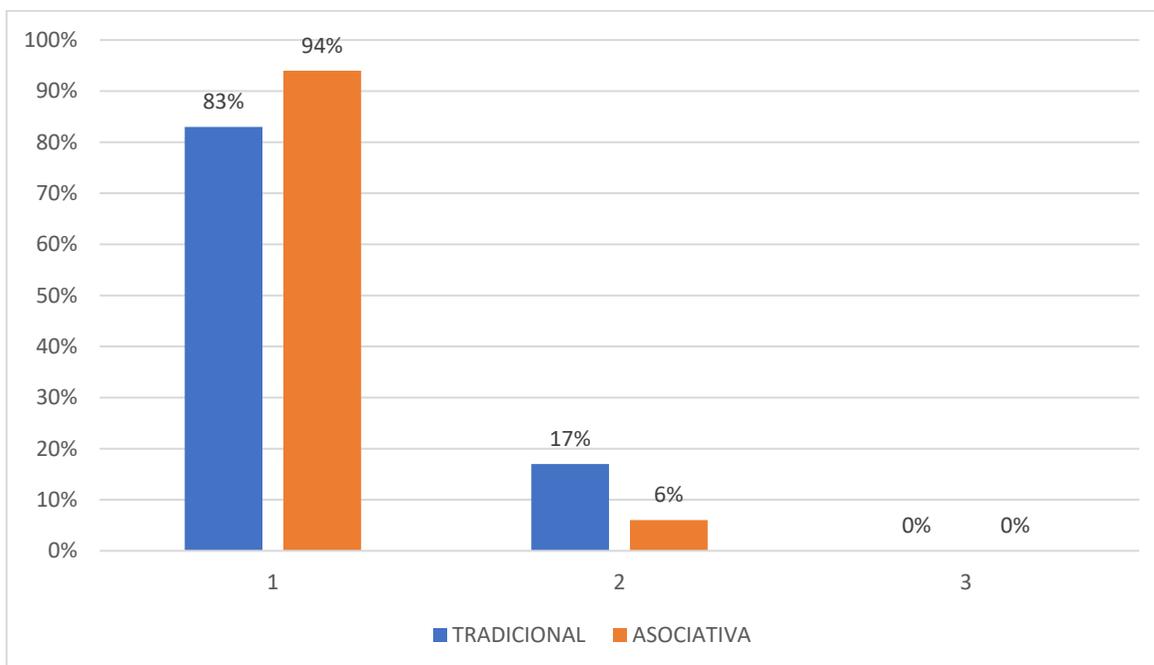
Anexo 23

Tabla 45: Rendimiento en quintales por hectárea.

	1 a 8 qq		9 a 16 qq		17 qq en adelante		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	19	83%	5	17%	0	0%	24	59%
ASOCIATIVA	16	94%	1	6%	0	0%	17	41%
TOTAL	36	43%	5	57%	0	0%	41	100%

Nota. Datos del promedio de quintales de café producidos por hectárea sembrada. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 22: Rendimiento en quintales por hectárea.



Nota. La figura indica las cifras del rendimiento en quintales por hectárea producido en el cantón Paltas. Fuente: Tabla 45

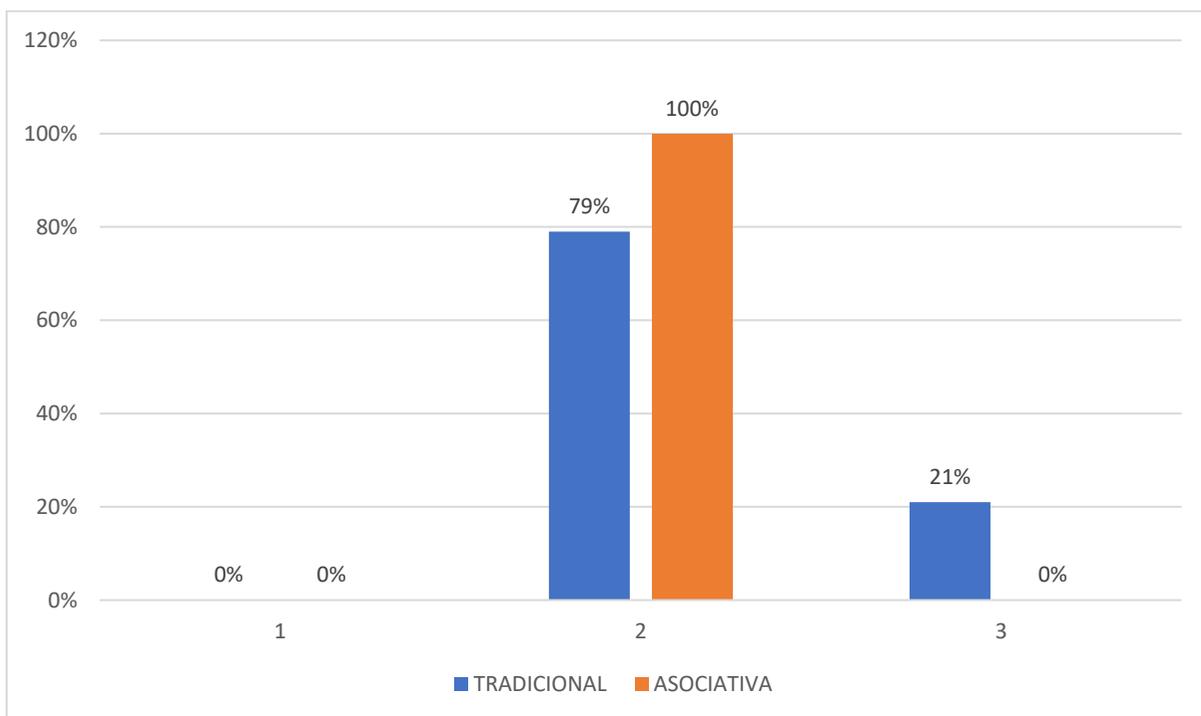
Anexo 24

Tabla 46: *Condiciones del cultivo.*

	Riego		Temporal		Ambos		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	0	0%	19	79%	5	21%	24	59%
ASOCIATIVA	0	0%	17	100%	0	0%	17	41%
TOTAL	0	0%	36	91%	5	0%	41	100%

Nota. Datos de las situaciones en que es desarrollado el proceso de cultivo. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 23: *Condiciones del cultivo.*



Nota. La figura indica las cifras de las condiciones con las que se cultiva el cafetal en el cantón Paltas, bajo ambas modalidades. Fuente: Tabla 46.

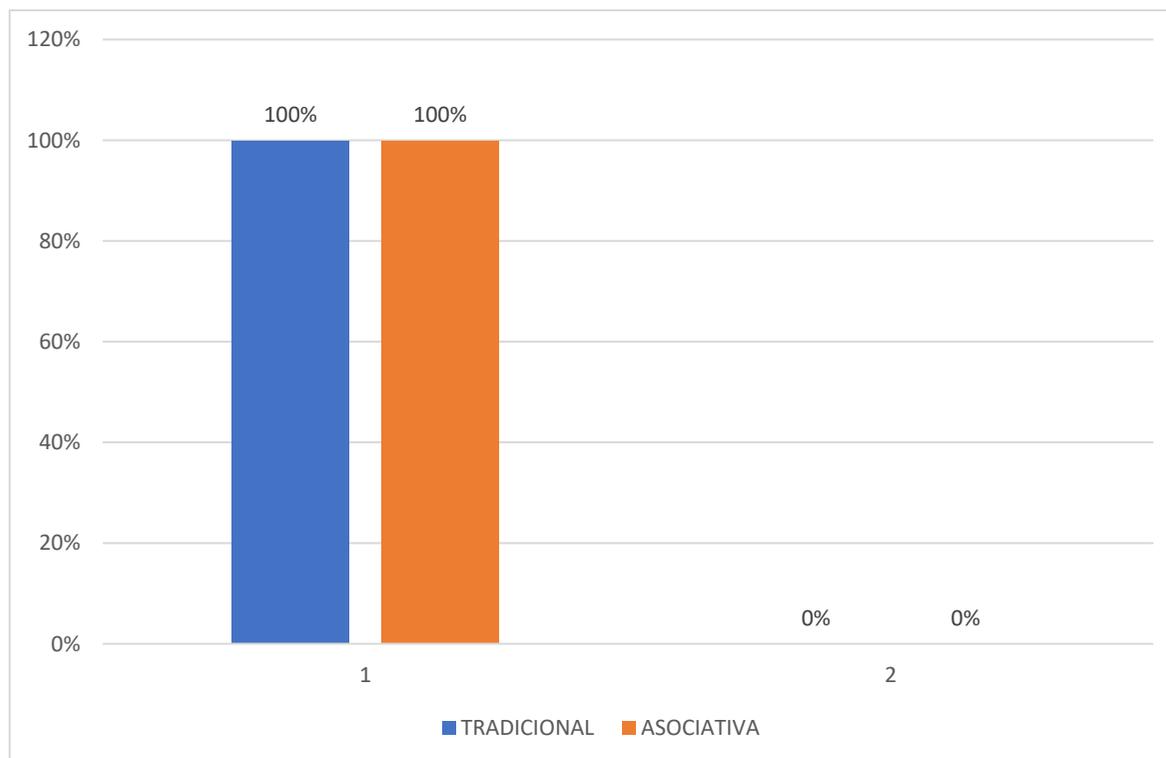
Anexo 25

Tabla 47: *Cuentan con trabajadores.*

	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	24	100%	0	0%	24	59%
ASOCIATIVA	17	100%	0	0%	17	41%
TOTAL	11	48%	0	0%	41	100%

Nota. Datos de contratación de mano de obra para el proceso de siembra, deshierbe y cosecha. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 24: *Cuentan con trabajadores.*



Nota. La figura indica las cifras de contratación de trabajadores para el proceso de producción de el cafetal en el cantón Paltas, bajo ambas modalidades. Fuente: Tabla 47.

Anexo 26

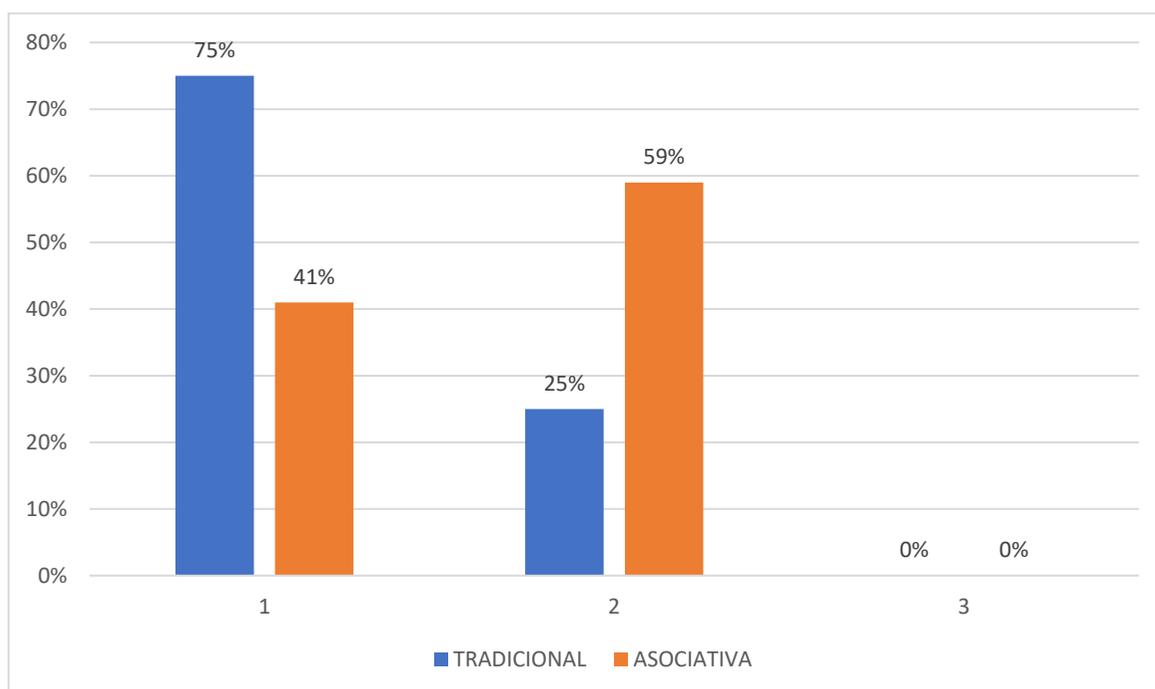
Tabla 48: Beneficios para el trabajador.

	Alimentación		Alojamiento		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	18	75%	6	25%	0	0%	24	70%
ASOCIATIVA	7	41%	10	59%	0	0%	17	30%
TOTAL	25	61%	16	39%	0	0%	41	100%

Nota. Datos de los beneficios por la mano de obra, incluido el salario que el productor ofrece.

Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 25: Beneficios para el trabajador.



Nota. La figura indica las cifras de la utilidad que percibe el trabajador por la labor aplicada en el proceso de producción de café en el cantón Paltas, bajo ambas modalidades. Fuente:

Tabla 48.

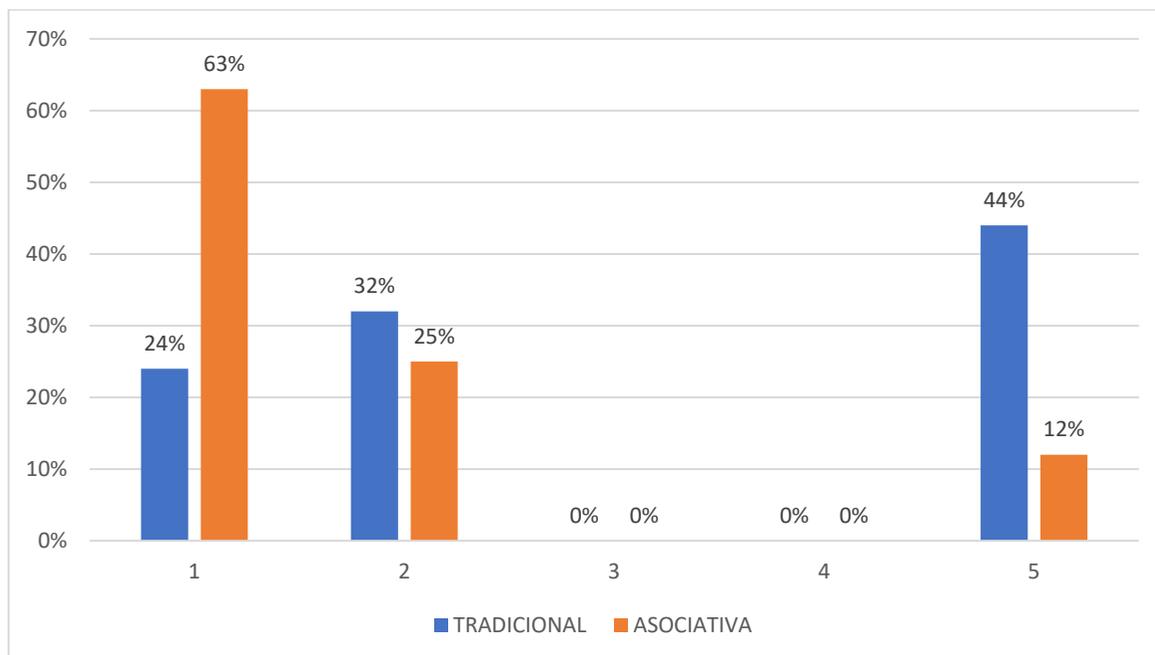
Anexo 27

Tabla 49: Tipo de control sanitario.

	Control de plagas		Control de enfermedades		Sombra		Desinfección de suelo		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	6	24%	8	32%	0	0%	0	0%	11	44%	24	59%
ASOCIATIVA	10	63%	4	25%	0	0%	0	0%	2	12%	17	41%
TOTAL	16	39%	12	30%	0	0%	0	0%	13	31%	41	100%

Nota. Datos en base a temas que implementan los caficultores dentro de un proceso de control sanitario. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 26: Tipo de control sanitario.



Nota. La figura indica las cifras referentes a temas en el momento de aplicar un control sanitario al cafetal del cantón Paltas, bajo ambas modalidades. Fuente: Tabla 49.

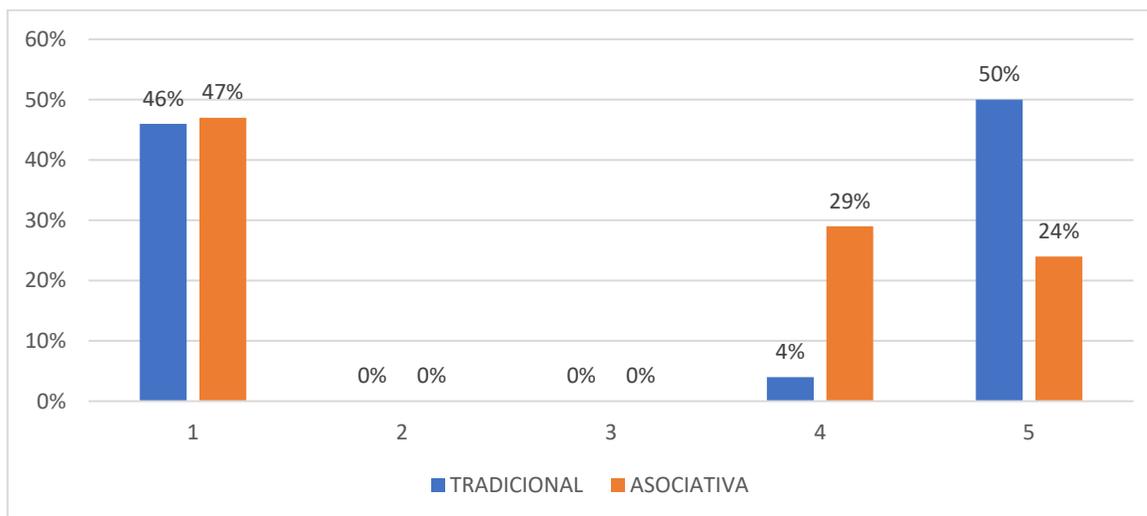
Anexo 28

Tabla 50: Maquinaria.

	Marquesina		Rozadora		Despulpadora		Molino		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	11	46%	0	0%	0	0%	1	4%	12	50%	24	59%
ASOCIATIVA	8	47%	0	0%	0	0%	5	29%	4	24%	17	41%
TOTAL	19	46%	0	0%	0	0%	6	15%	16	39%	41	100%

Nota. Datos en cuanto a la maquinaria que usan los caficultores del cantón Paltas dentro del proceso de producción. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 27: Maquinaria.



Nota. La figura indica las cifras relativas al tipo de maquinaria que utilizan en el proceso productivo bajo ambas modalidades. Fuente: Tabla 50.

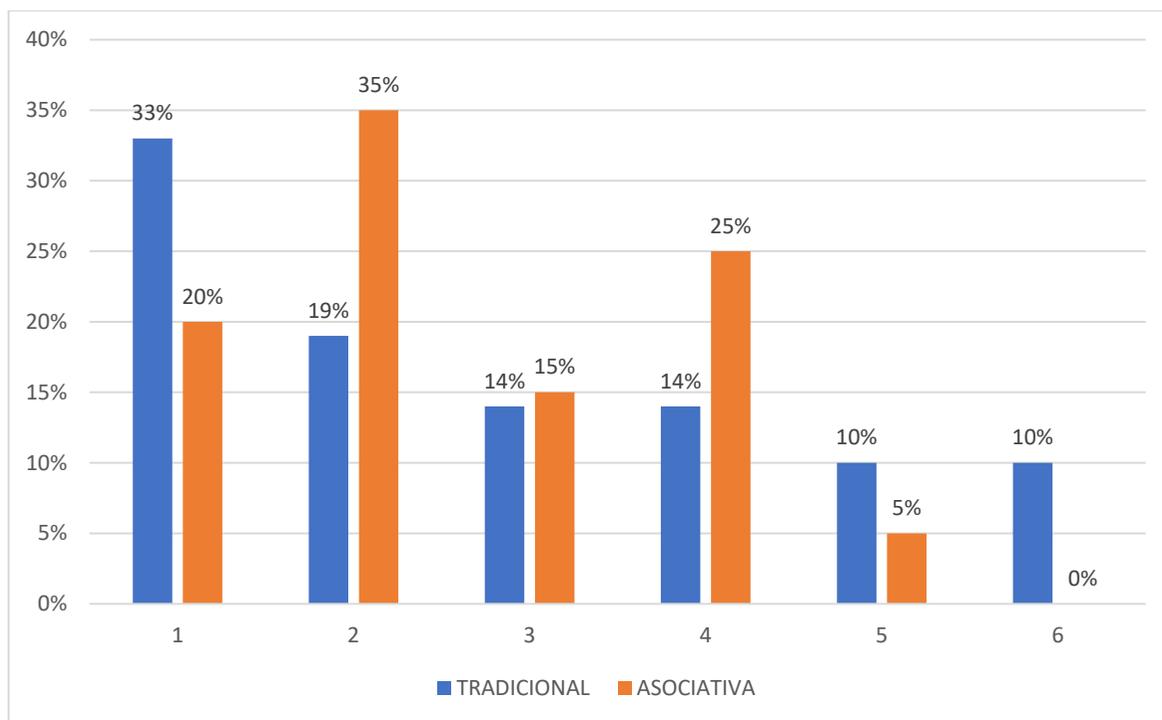
Anexo 29

Tabla 51: Estado del café.

	Cereza		Despulpado		Seco		Tostado		Molido		Pilado		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	7	33%	4	19%	3	14%	3	14%	2	10%	2	10%	21	70%
ASOCIATIVA	4	20%	7	35%	3	15%	5	25%	1	5%	0	0%	20	30%
TOTAL	11	27%	11	27%	6	30%	8	0%	3	9%	2	9%	41	100%

Nota. Datos que indican las variedades del producto final del café que es producido y comercializado. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 28: Estado del café.



Nota. La figura indica las cifras relativas del estado en el que el café es producido y ofertado al mercado. Fuente: Tabla 51.

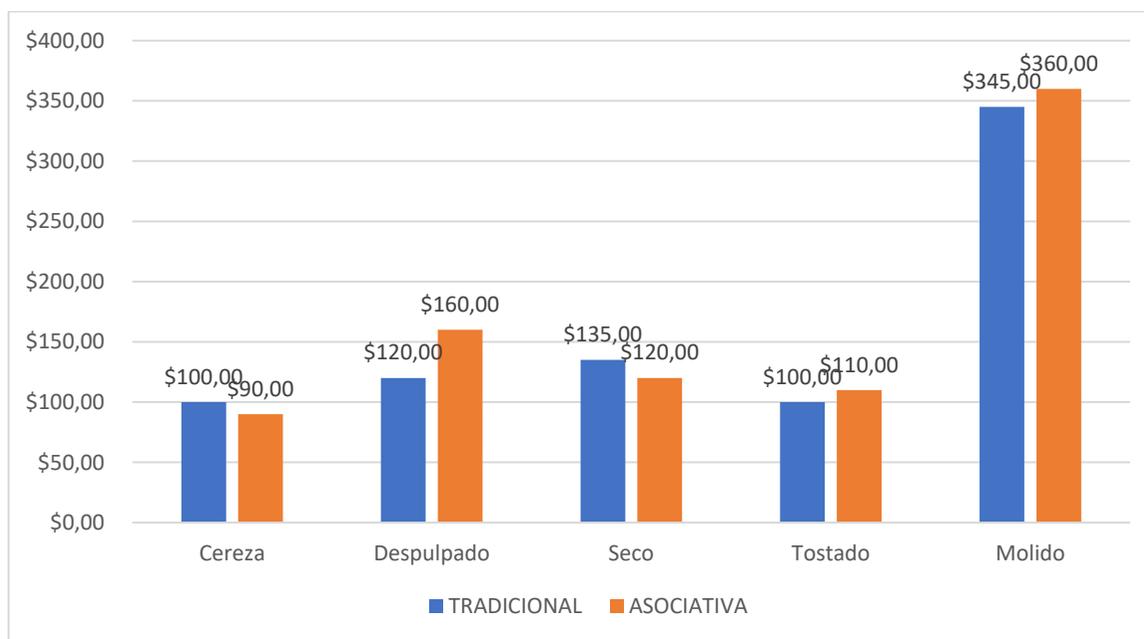
Anexo 30

Tabla 52: Precio promedio del quintal de café.

	Cereza	Despulpado	Seco	Tostado	Molido
TRADICIONAL	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 135,00	\$ 100,00	\$ 345,00
ASOCIATIVA	\$ 90,00	\$ 160,00	\$ 120,00	\$ 110,00	\$ 360,00
TOTAL	\$ 95,00	\$ 140,00	\$ 127,50	\$ 105,00	\$ 352,50

Nota. Datos expuestos del valor promedio del café por kg de las diferentes fases que es producido bajo la modalidad tradicional y asociativa. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 29: Precio promedio del quintal de café.



Nota. La figura indica las cifras del precio promedio de comercialización al mercado por quintal. Fuente: Tabla 52.

Anexo 31

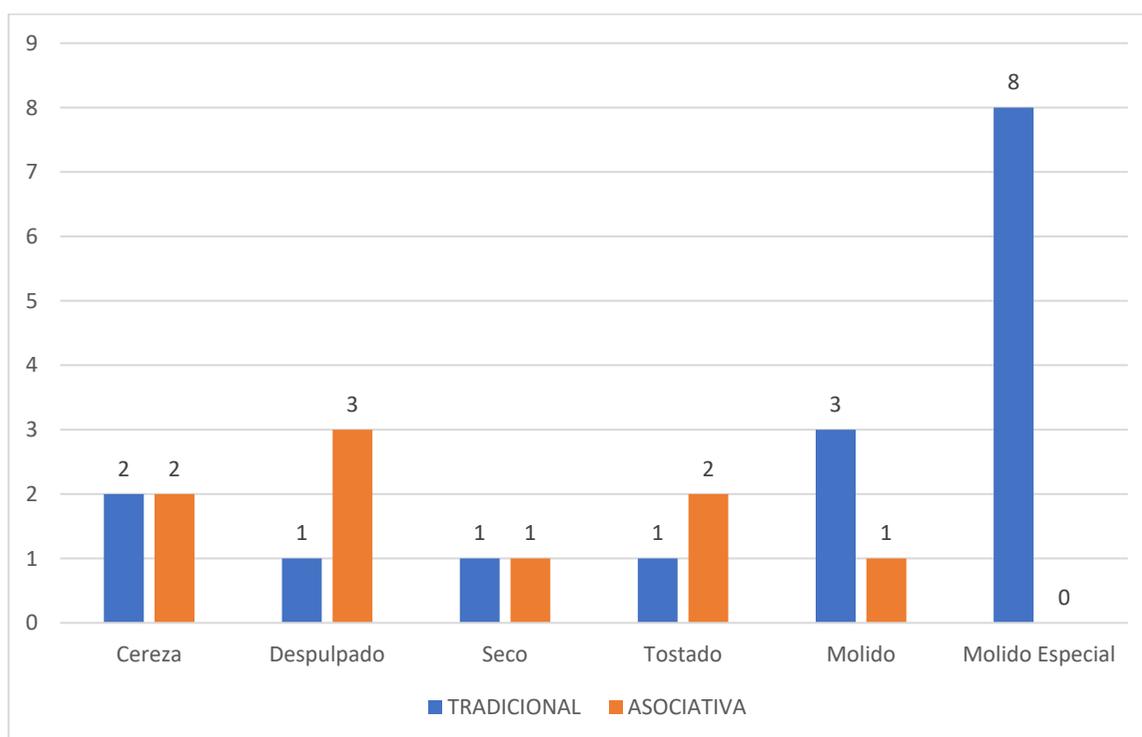
Tabla 53: *Producción promedio en quintales de café.*

	Cereza	Despulpado	Seco	Tostado	Molido	Molido Especial
TRADICIONAL	2	1	1	1	3	8
ASOCIATIVA	2	3	1	2	1	0
TOTAL	4	4	2	3	4	8

Nota. Datos de producción promedio en kilogramos de café bajo ambas modalidades.

Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 30: *Producción promedio en quintales de café.*



Nota. La figura indica las cifras del promedio de producción de café en quintales. Fuente:

Tabla 53.

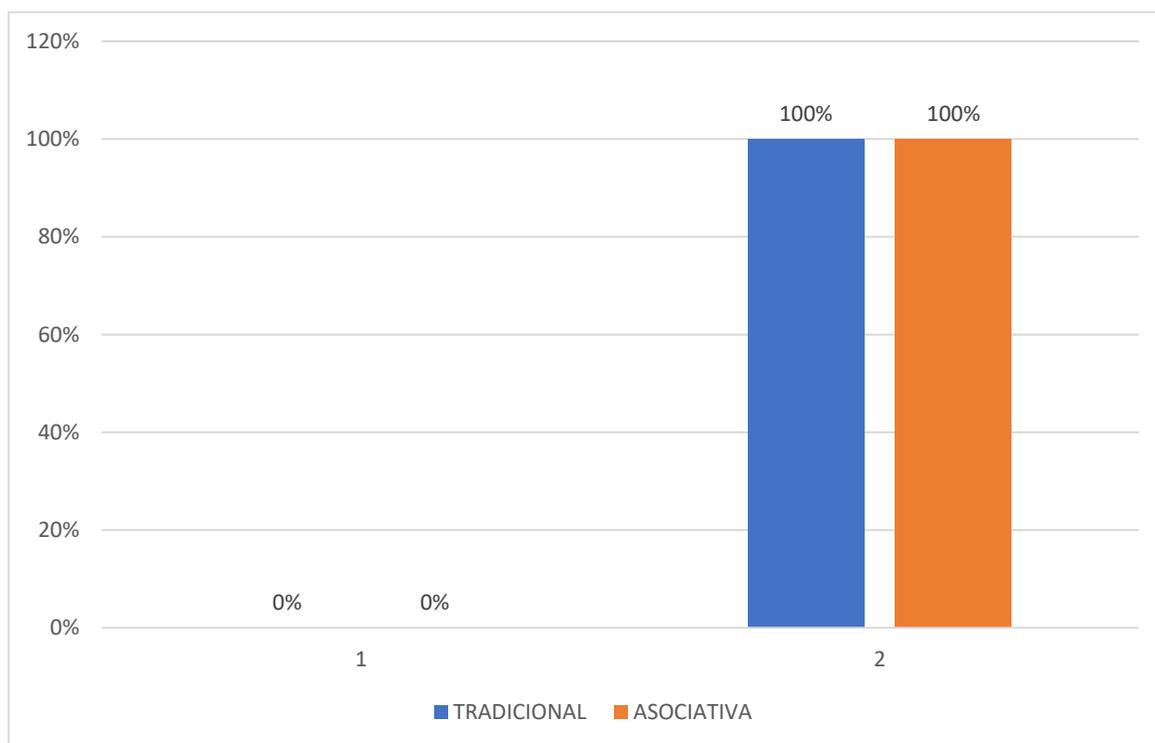
Anexo 32

Tabla 54: *Marca propia de café.*

	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	0	0%	24	100%	24	59%
ASOCIATIVA	0	0%	17	100%	17	41%
TOTAL	0	0%	41	100%	41	100%

Nota. Se identifica a los caficultores que poseen marca propia para la comercialización del café. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 31: *Marca propia de café.*



Nota. La figura indica las cifras de productores que no poseen marca propia para la identificación de su venta al mercado. Fuente: Tabla 54.

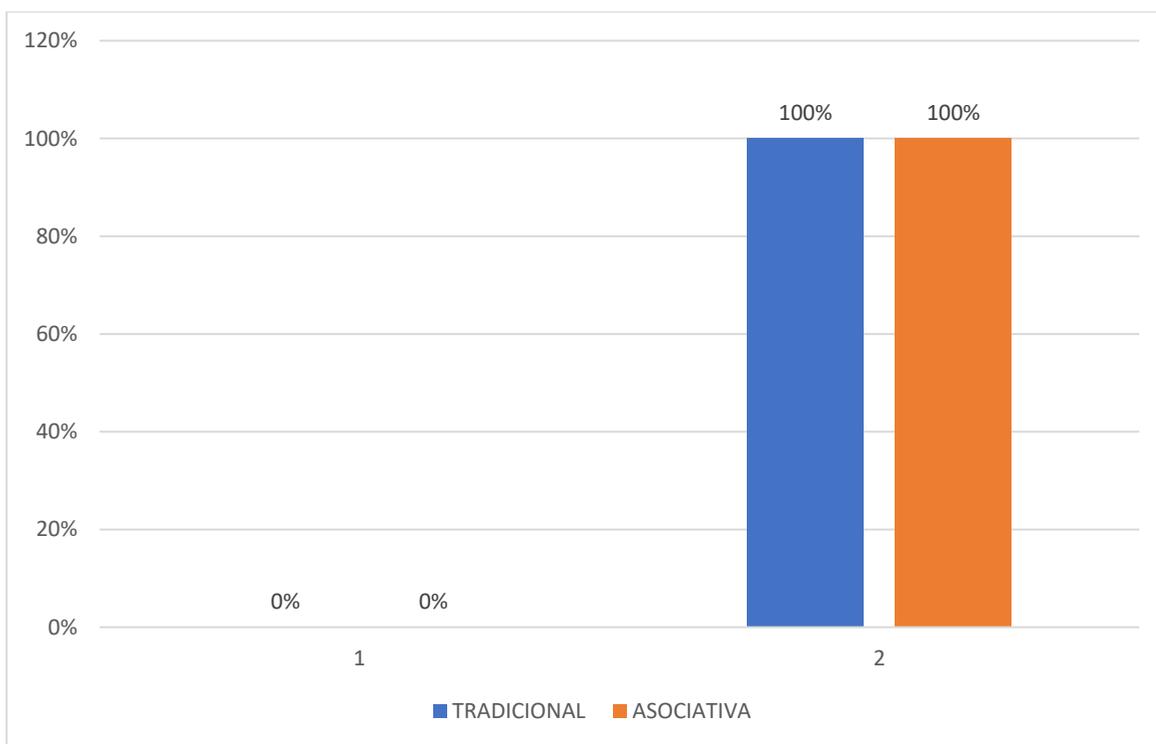
Anexo 33

Tabla 55: Cuenta con registro sanitario.

	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	0	0%	24	100%	24	59%
ASOCIATIVA	0	0%	17	100%	17	41%
TOTAL	0	0%	41	100%	41	100%

Nota. Se identifica a los caficultores que ostentan un registro sanitario para la confiabilidad y comercialización del café. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 32: Cuenta con registro sanitario.



Nota. La figura indica las cifras de productores que no cuentan con procesos de registro sanitario. Fuente: Tabla 55.

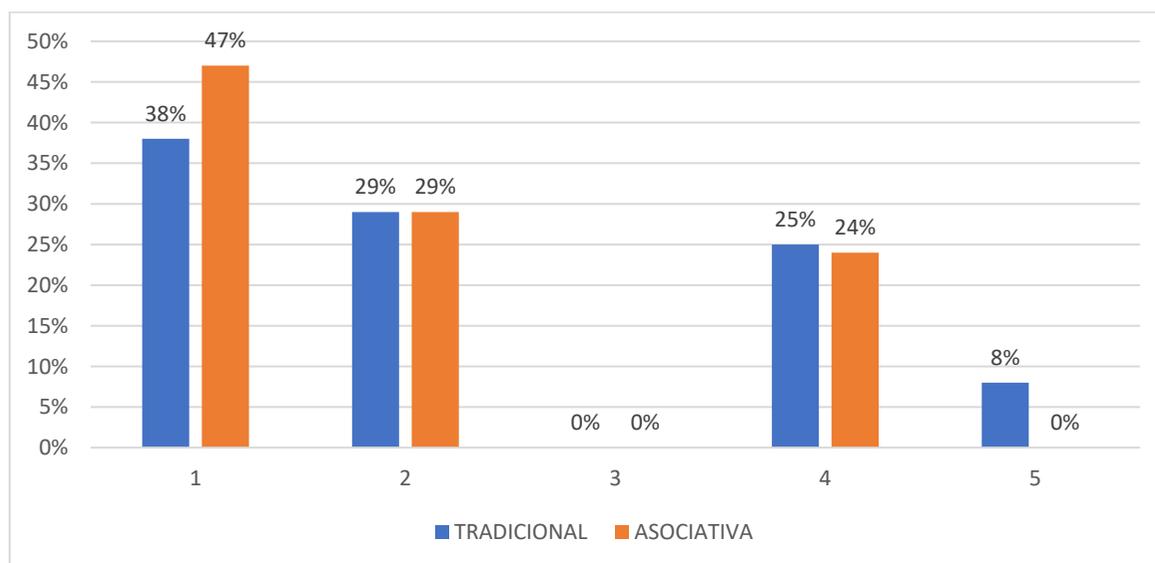
Anexo 34

Tabla 56: *Bajo que exigencias vende el producto.*

	Aroma del café		Tamaño del grano		Certificación de calidad		Peso del café		Color del tostado		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	9	38%	7	29%	0	0%	6	25%	2	8%	24	59%
ASOCIATIVA	8	47%	5	29%	0	0%	4	24%	0	0%	17	41%
TOTAL	17	41%	12	29%	0	0%	10	25%	2	5%	41	100%

Nota. Datos de las condiciones organolépticas que exige el consumidor final. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 33: *Bajo que exigencias vende el producto.*



Nota. La figura indica las cifras de las características organolépticas que prefiere el mercado consumidor. Fuente: Tabla 56.

Anexo 35

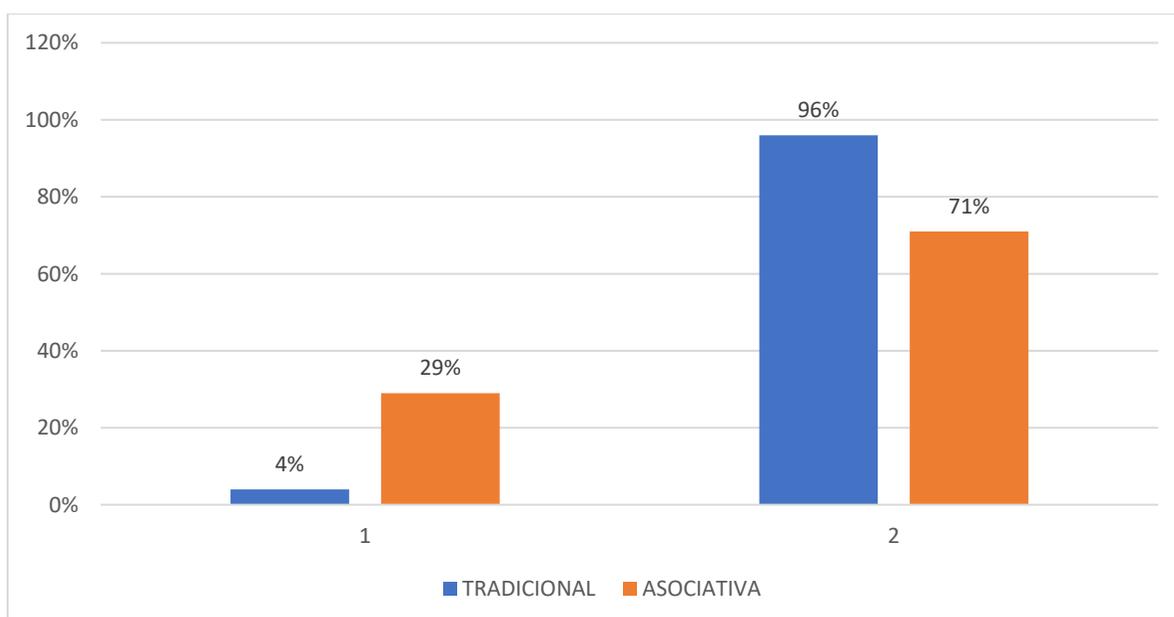
Tabla 57: *Recibe ayuda de otras instituciones.*

	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	1	4%	23	96%	24	59%
ASOCIATIVA	5	29%	12	71%	17	41%
TOTAL	6	15%	35	85%	41	100%

Nota. Datos de ayuda técnica para el cultivo de café sentenciadas por otras organizaciones.

Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 34: *Recibe ayuda de otras instituciones.*



Nota. La figura revela las cifras de apoyo técnico que proveen otras organizaciones comprometidas con el sector productivo de café. Fuente: Tabla 57.

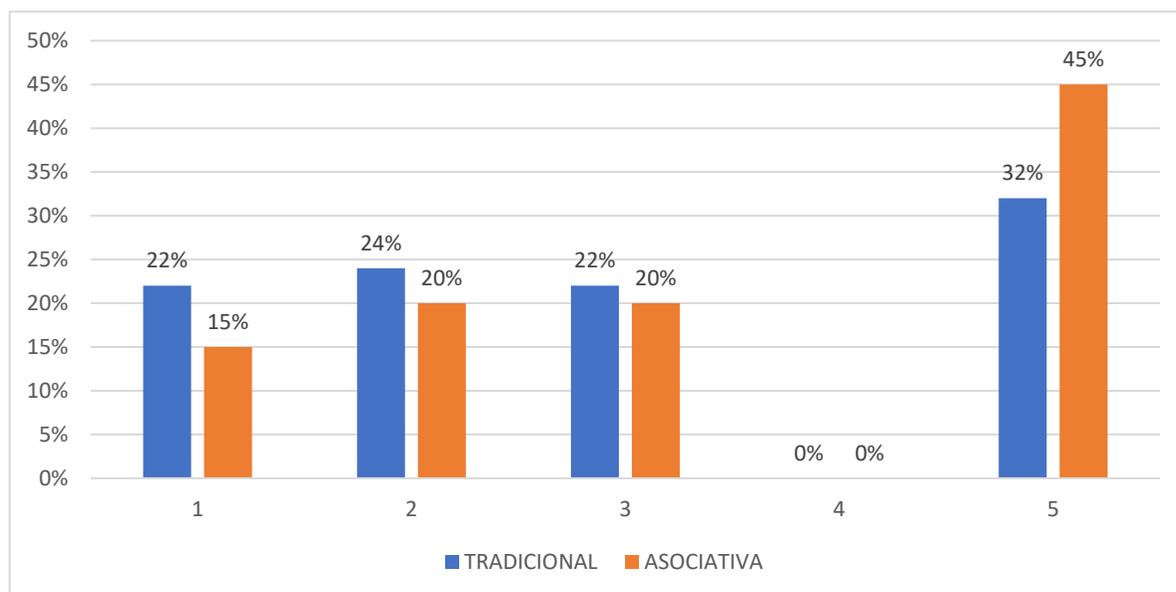
Anexo 36

Tabla 58: Problemas en el cultivo.

	Cambios Climáticos		Precios Inestables		Financiamiento		Problemas de riego		Enfermedades en el cultivo		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	8	22%	9	24%	8	22%	0	0%	12	32%	37	65%
ASOCIATIVA	3	15%	4	20%	4	20%	0	0%	9	45%	20	35%
TOTAL	11	19%	13	23%	12	21%	0	0%	21	37%	57	100%

Nota. Datos de los problemas que afectan a los cafetales de los productores de café del cantón Paltas. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 35: Problemas en el cultivo.



Nota. La figura revela las cifras de los principales factores que afectan a los cultivos de caficultores, bajo ambas modalidades de trabajo. Fuente: Tabla 58.

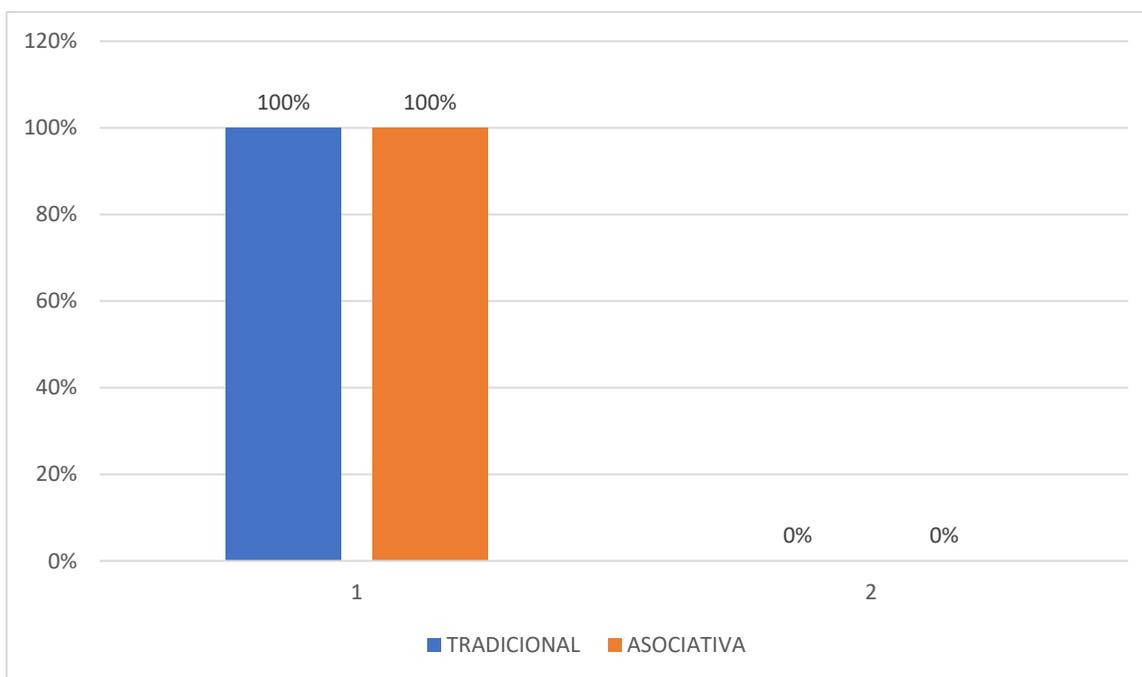
Anexo 37

Tabla 59: *Otra fuente de ingreso.*

	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	24	100%	0	0%	24	59%
ASOCIATIVA	17	100%	0	0%	17	41%
TOTAL	41	26%	0	0%	41	100%

Nota. Datos referentes de caficultores que tienen otra fuente de ingreso que generen ganancias, tanto la modalidad asociativa como tradicional. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 36: *Otra fuente de ingreso.*



Nota. La figura dejar ver las cifras de manera general la capacidad que agricultores generan ganancias de diferente actividad comercial. Fuente: Tabla 59.

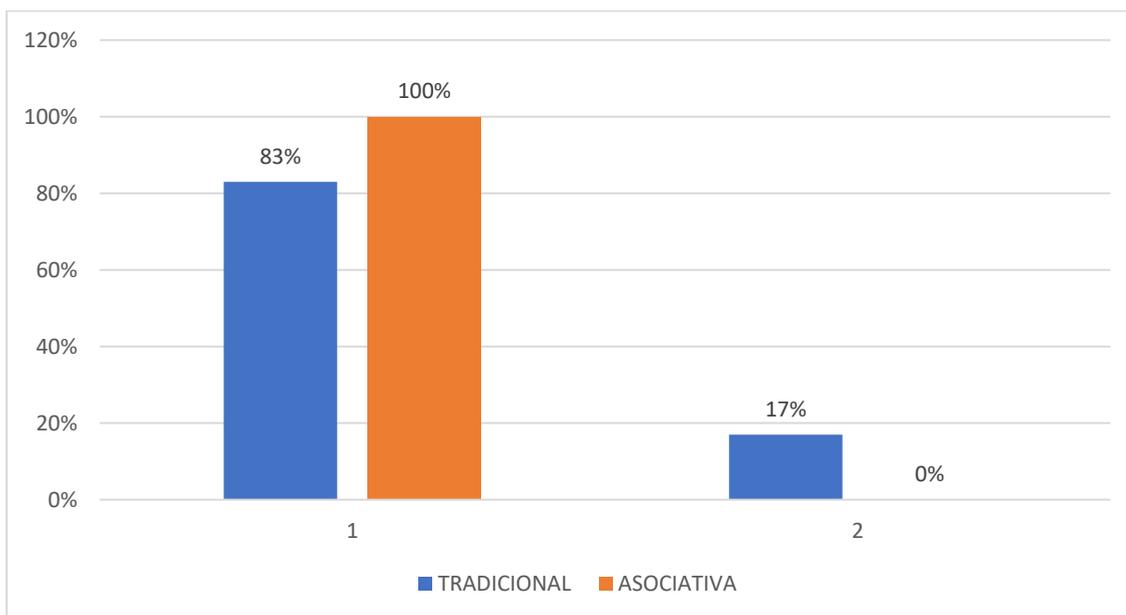
Anexo 38

Tabla 60: *Cuidado del medio ambiente.*

	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	20	83%	4	17%	24	59%
ASOCIATIVA	17	100%	0	0%	17	41%
TOTAL	28	68%	13	32%	41	100%

Nota. Datos de caficultores que trabajan con responsabilidad al ser amigables con el medio ambiente. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 37: *Cuidado del medio ambiente.*



Nota. La figura expone las cifras del compromiso de caficultores que emplean procesos orgánicos para cautelar el ecosistema. Fuente: Tabla 60.

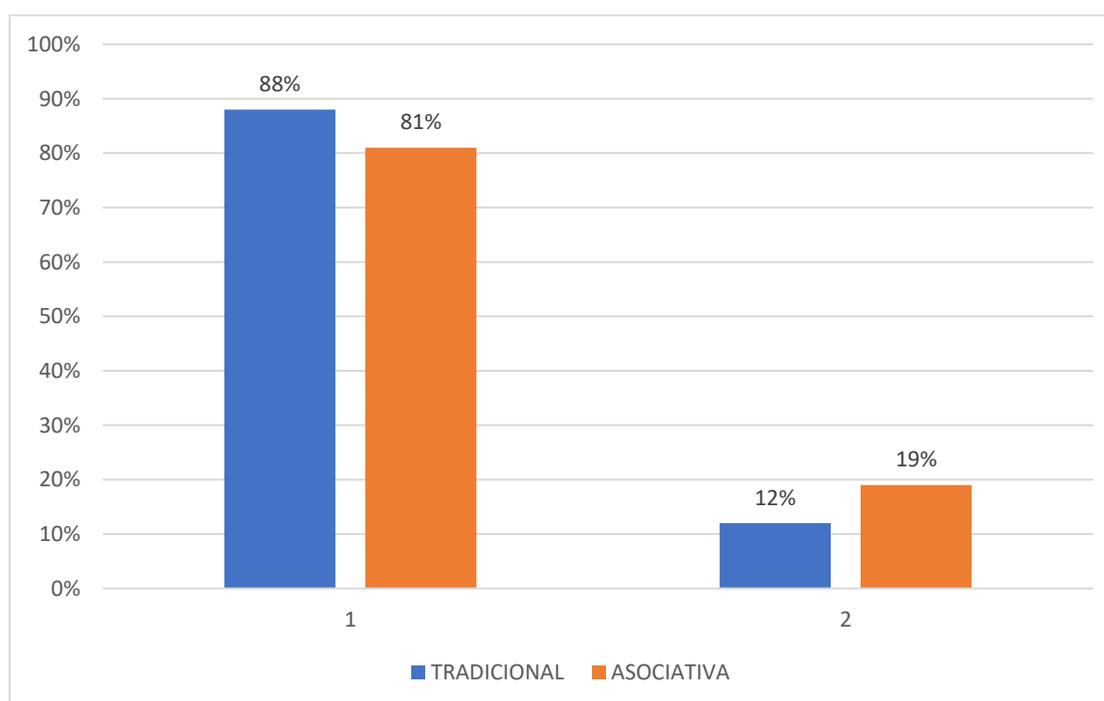
Anexo 39

Tabla 61: *Género del caficultor.*

	Masculino		Femenino		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	22	88%	3	12%	24	59%
ASOCIATIVA	13	81%	3	19%	17	41%
TOTAL	35	85%	6	15%	41	100%

Nota. Datos del género del caficultor que encabeza las actividades principales del sector productivo del café. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 38: *Género del caficultor.*



Nota. La figura expone las cifras del género del caficultor con mayor participación en la actividad de la caficultura en ambas modalidades de estudio. Fuente: Tabla 61.

Anexo 40

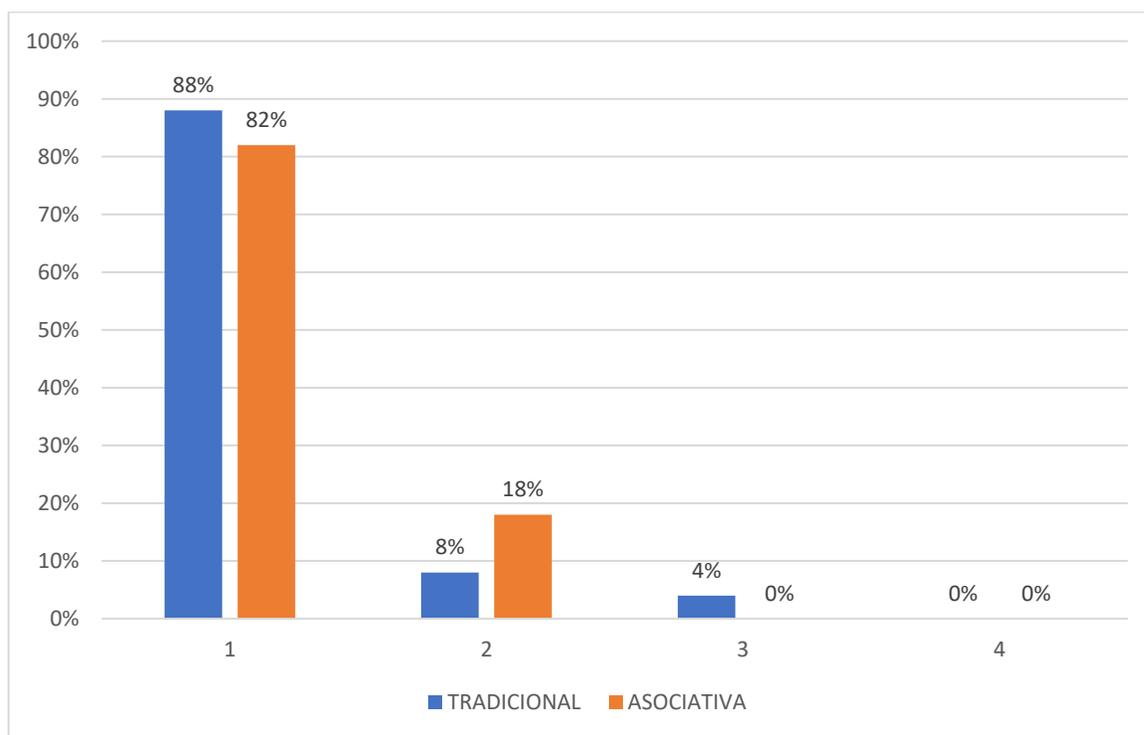
Tabla 62: Nivel de educación del caficultor.

	Primaria		Secundaria		Tercer nivel		Cuarto nivel		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	21	88%	2	8%	1	4%	0	0%	24	59%
ASOCIATIVA	14	82%	3	18%	0	0%	0	0%	17	41%
TOTAL	35	85%	5	13%	1	2%	0	0%	41	100%

Nota. Datos que revelan el nivel de educación que han accedido los productores de café.

Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 39: Nivel de educación del caficultor.



Nota. La figura presenta las cifras del nivel de educación que accedido el productor de café tanto en la modalidad tradicional como asociativa. Fuente: Tabla 62.

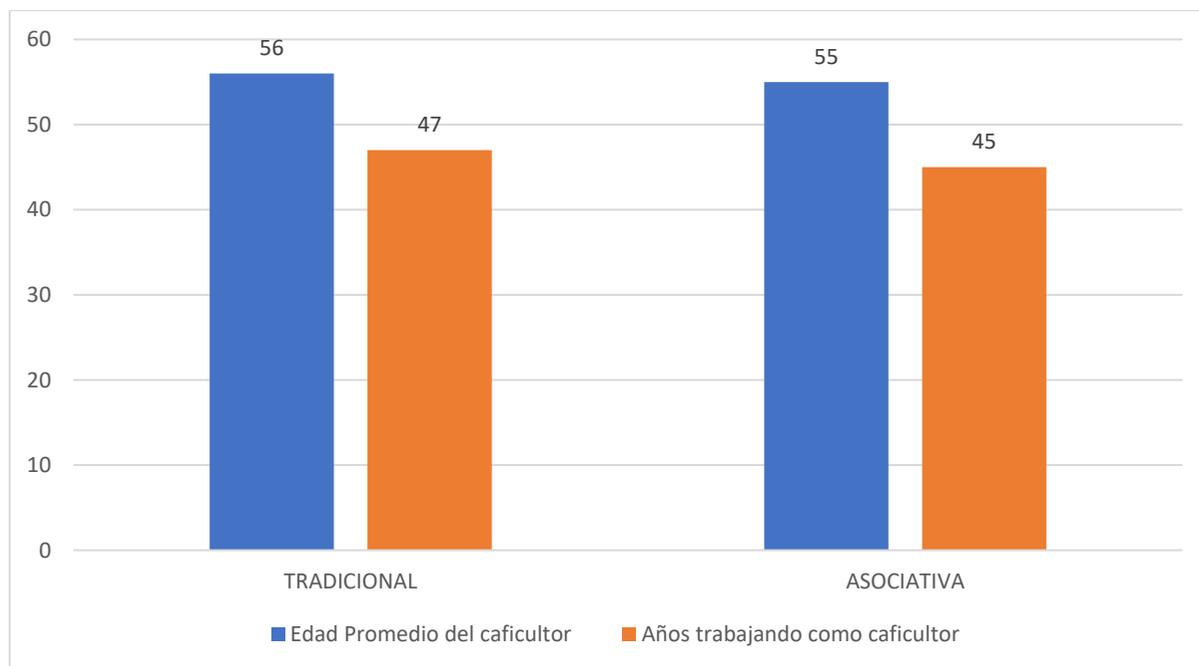
Anexo 41

Tabla 63: *Edad promedio y años como caficultor.*

	Edad Promedio del caficultor	Años trabajando como caficultor
TRADICIONAL	56	47
ASOCIATIVA	55	45
TOTAL	56	46

Nota. Datos que señalan la edad promedio de caficultor y de la misma forma los años en promedio que han ido desarrollado la actividad de cultivo de café en el cantón Paltas. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 40: *Edad promedio y años como caficultor.*



Nota. La figura indica las cifras de la edad promedio del caficultor y de los años que han dedicado a la labor de la producción de café, bajo ambas modalidades de estudio. Fuente: Tabla 63.

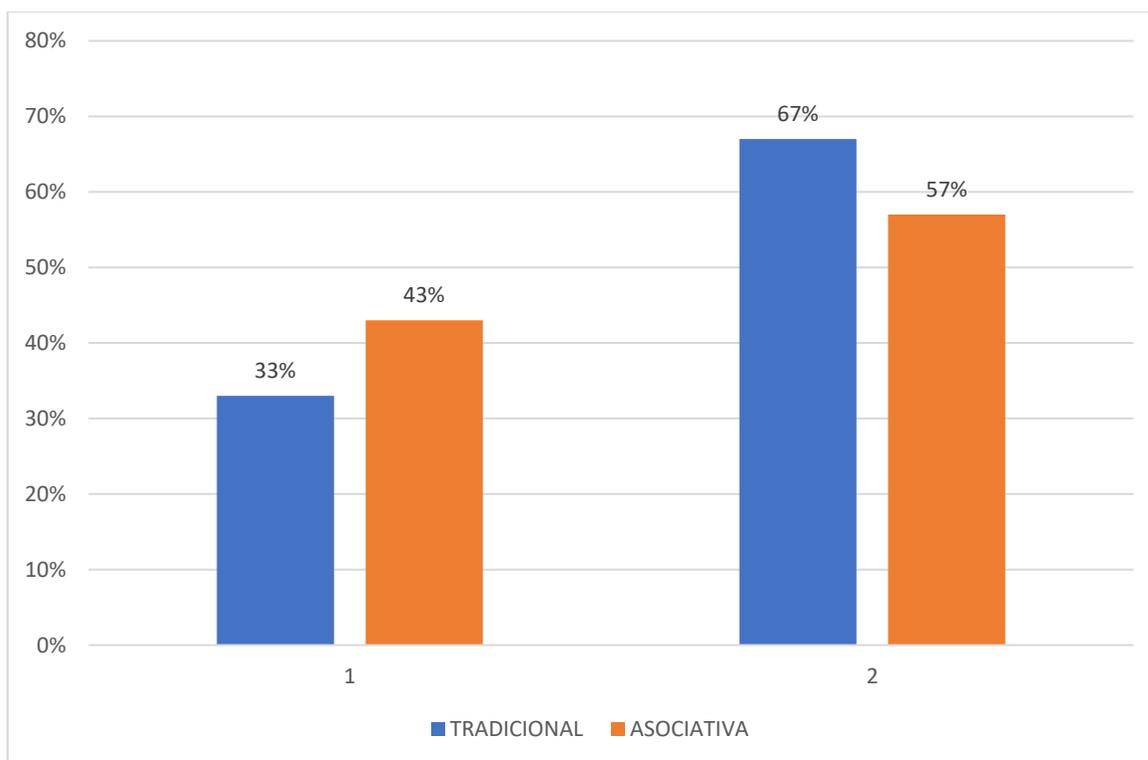
Anexo 42

Tabla 64: *Cuentan con seguro.*

	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	8	33%	16	67%	24	59%
ASOCIATIVA	5	43%	12	57%	17	41%
TOTAL	13	52%	28	48%	41	100%

Nota. Información que da a entender si poseen o no un seguro para la protección del caficultor frente a la consecuencia de riesgos. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 41: *Cuentan con seguro.*



Nota. La figura denota las cifras de los caficultores que cuentan con seguro y los que no poseen este privilegio, bajo ambas modalidades de estudio. Fuente: Tabla 64.

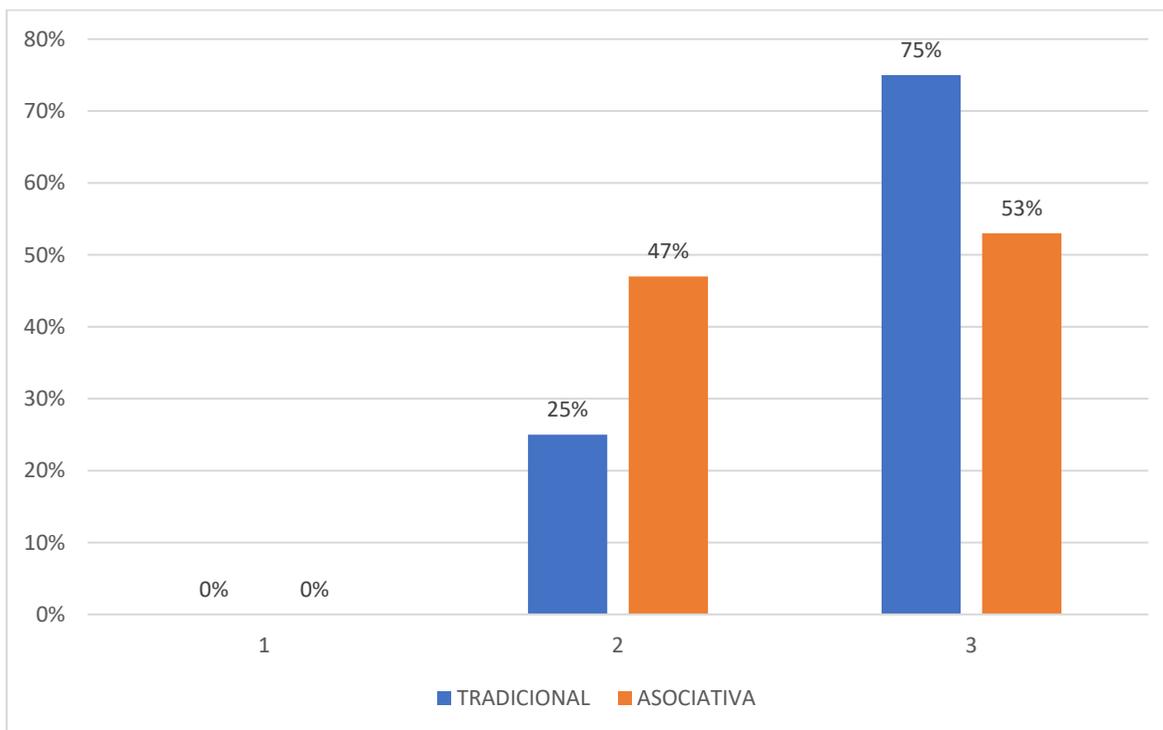
Anexo 43

Tabla 65: *Tipo de seguro.*

	Seguro general		Seguro campesino		Ninguno		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	0	0%	6	25%	18	75%	24	59%
ASOCIATIVA	0	0%	8	47%	9	53%	17	41%
TOTAL	0	0%	14	34%	27	66%	41	100%

Nota. Datos que dan a entender el tipo de seguro que ostentan los caficultores del cantón Paltas. Fuente: Encuesta a productores (2020).

Figura 42: *Tipo de seguro.*



Nota. La figura muestra las cifras de acuerdo al tipo de seguro que tienen los caficultores del cantón. Fuente: Tabla 65.

Anexo 44

Tabla 66: *Listado de Productores Tradicionales.*

NOMBRE DE PRODUCTORES	PARROQUIA
Gabriel Chamba	Cangonamá
Ángel Salvador	Cangonamá
Melecio Víctor Chamba	Cangonamá
Miguel Ignacio Diaz	Cangonamá
José Jumbo Loján	Cangonamá
Octavio Pambi Cruz	Cangonamá
Antonio Edmundo Pambi	Cangonamá
Cecilia Martínez Cruz de Pambi	Cangonamá
William Miguel Celi Córdova	Lauro Guerrero
Rigoberto Hugo Jumbo	Lauro Guerrero
Luis Balcázar Guaicha	Lauro Guerrero
Jaime Augusto Ovango	Lauro Guerrero
Félix Rosillo	Lauro Guerrero
Santos Edmundo Izquierdo Campoverde	Lauro Guerrero
Ilda Yaguachi Guaicha	Lauro Guerrero
Eusebio Rosillo Guamán	San Antonio
María Hortensia Guzmán	San Antonio
Polibio Guamán	San Antonio
Eduardo José Guamán	San Antonio
Humberto Elizalde	Orianga
Alonso Huanca	Orianga
Acidez Chuquimarca	Orianga
Darwin Córdoba	Orianga
Renato Armijos	Orianga

Nota. Listado de productores de café del cantón Paltas bajo la modalidad independiente y a la parroquia que pertenecen. Fuente: Encuestas a productores 2020.

*Anexo 45***Tabla 67:** Listado de Productores Asociados.

NOMBRE DE PRODUCTORES	PARROQUIA
Ángel Capa	Cangonamá
José Suárez	Cangonamá
Delmira Angelica Cojitambo Loján	Cangonamá
Julio Salvador Córdova	Cangonamá
Martha Cecilia Diaz	Cangonamá
Víctor Mauricio Diaz	Cangonamá
Ángel Marcial Suárez	Cangonamá
Olga María Chuquimarca	Cangonamá
Raúl Yanangonez	Orianga
Héctor Germano Cuenca	Orianga
Serafín Gómez López	Orianga
Fausto Erney Rivera	Orianga
Elmer Chamba	Orianga
Germanio Chuquimarca	Orianga
Lorenzo Rivera	Orianga
Benancio Yaguachi	Orianga
Alejandro Yaguachi	Orianga

Nota. Listado de productores de café del cantón Paltas bajo la modalidad asociativa y a la parroquia que pertenecen. Fuente: Encuestas a productores 2020.

ANEXOS DE ACOPIADORES

*Anexo 46***Tabla 68:** Listado de Acopiadores de la producción de Paltas.

NOMBRE DEL ACOPIADOR	LUGAR DE ACOPIO
Ángel Salvador	Yambila Alto (Paltas)
Ing. Mauricio Conde CUPUS	Alamor
Medardo Nole	Paquisha y Miguel Iturralde (El Oro)
Virgilio Torres	Avenida Olmedo (Chaguarpamba)
Econ. Roberto Jiménez CAPAMACO	Vía de Integración (Ciudad de Loja)
APECAM	Marcabelí
Ángel Capa	Barrio Yambila (Paltas)
José Suarez	Yambila Alto (Paltas)

Nota. Listado de acopiadores de café bajo ambas modalidades de estudio y lugar de acopio.

Fuente: Encuesta dirigida acopiadores 2020.

*Anexo 47***Tabla 69:** Estado en el que Acopian el café.

Cereza		Despulpado		Seco		Tostado		Molido		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
2	25%	2	25%	1	13%	2	25%	1	12%	8	100%

Nota. Datos que indican el estado del café que es acopiado por intermediarios. Fuente:

Encuesta dirigida acopiadores 2020.

Anexo 48**Tabla 70:** Precio promedio en el que compran el quintal café.

	Cereza	Despulpado	Tostado	Molido
Acopiador Comercial	90	85	108,75	340
Acopiador Especial	-	-	105	360

Nota. Datos muestran el precio promedio que compran el kg de café. Fuente: Encuestas dirigida acopiadores 2020.

Anexo 49**Tabla 71:** Tipo de acuerdo que establecen con los productores.

FORMAL		ESPORÁDICO		EXCLUSIVO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
2	25%	5	63%	1	12%	8	100%

Nota. Datos exponen el tipo de relación que forman con los productores de café. Fuente: Encuestas dirigida acopiadores 2020.

Anexo 50**Tabla 72:** Principales dificultades como Acopiador.

FALTA DE ESPACIO		INVERTIR PARA ACAPARAR MERCADO		LUGAR ERGONÓMICO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
2	25%	4	50%	2	25%	8	100%

Nota. Datos exponen los principales problemas a los que se enfrentan al cumplir sus actividades. Fuente: Encuestas dirigida acopiadores 2020.

ANEXOS DE TRANSFORMADORES

*Anexo 51***Tabla 73:** *Datos Generales de los transformadores.*

Nombre del propietario	Nombre de la marca	Años de creación de la empresa	Promedio. de trabajadores	Principal problema Como transformador
Ing. Karla García	Wild Coffe	10	24	Comercializar
Medardo Nole	-	2	7	
Virgilio Torres	-	5	5	
Econ. Roberto Jiménez	Coffe Quest	4	17	
Raquel Chamba	-	4	7	

Nota. Listado de transformadores en la cadena de valor del café y sus características en detalle. Fuente: Encuesta dirigida a transformadores 2020.

*Anexo 52***Tabla 74:** *Compra materia prima.*

PRODUCTORES INDEPENDIENTES		ACOPIADORES ASOCIADOS		ACOPIADORES INDEPENDIENTES		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	2	40%	3	60%	5	100%

Nota. Datos acerca de los diferentes actores que ofrecen el café para su posterior proceso de transformación para obtener un producto final de consumo. Fuente: Encuesta dirigida a transformadores 2020.

Anexo 53**Tabla 75: Maquinaria.**

TOSTADORA		MOLINO INDUSTRIAL		BALANZA		PILADORA		TOTAL, DE TRANSFORMADORES	
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
5	100%	4	80%	5	100%	5	100%	5	100%

Nota. Datos que señalan la principal maquinaria para lograr un óptimo proceso de transformación del producto final. Fuente: Encuesta dirigida a transformadores 2020.

Anexo 54**Tabla 76: Tiene registro de insumos.**

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
5	100%	0	0%	5	100%

Nota. Datos expuestos sobre la capacidad de llevar un registro de insumos. Fuente: Encuesta dirigida a transformadores 2020.

Anexo 55**Tabla 77: Tiene marca propia.**

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	40%	3	60%	5	100%

Nota. Datos muestran si cuentan o no con marca propia. Fuente: Encuesta dirigida a transformadores 2020.

ANEXOS DE PROVEEDORES

*Anexo 56***Tabla 78:** *Listado de Proveedores.*

NOMBRE DEL PROVEEDOR	NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCIÓN
Norman Wriay	AGRIPAC S. A.	Manuel Vivanco
Yofre Vladimir Tacuri Diaz	Centro Agrícola Veterinario TACURI	Manuel Vivanco y Domingo Celi
Sebastián García	AGRIPAC S. A.	Canónigo Aguilar SN, Marcabelí, El Oro

Nota. Listado de proveedores que suministran a los diferentes productores de café bajo ambas modalidades de trabajo. Fuente: Encuesta dirigida a proveedores 2020.

*Anexo 57***Tabla 79:** *Tipo de proveedor.*

ABONO		PRODUCTOS AGROPECUARIOS		PLANTULAS		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	3	100%	0	100%	3	100%

Nota. Cifras de acuerdo al tipo de insumo que suministran a productores de café del cantón Paltas. Fuente: Encuesta dirigida a proveedores 2020.

Anexo 58**Tabla 80:** *Origen del producto.*

NACIONAL		INTERNACIONAL		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	67%	1	33%	3	100%

Nota. Datos del origen del producto que venden a sus demandantes que cumplen la labor de agricultura. Fuente: Encuesta dirigida a proveedores 2020.

Anexo 59**Tabla 81:** *Necesita permiso.*

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
3	100%	0	0%	3	100%

Nota. Datos que indican el uso obligatorio de permisos para proveer insumos agrarios a caficultores. Fuente: Encuesta dirigida a proveedores 2020.

Anexo 60**Tabla 82:** *Local.*

PROPIO		ARRENDADO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	33%	2	67%	3	100%

Nota. Datos del tipo de local con el que cuentan para realizar sus actividades de venta de insumos. Fuente: Encuesta dirigida a proveedores 2020.

ANEXOS DE COMERCIALIZADORES

Anexo 61

Tabla 83: *Con que actores de la cadena se relaciona.*

PRODUCTOR	ACOPIADOR	TRANSFORMADOR	INTERMEDIARIO	CONSUMIDOR FINAL
9%	4%	6%	4%	77%

Nota. Datos de los diferentes actores que pertenecen a los eslabones de la cadena de valor del café. Fuente: Encuesta a comercializadores 2020.

Anexo 62

Tabla 84: *Para facilitar sus actividades usted cuenta con:*

RUC		RISE		NINGUNO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
7	78%	2	22%	0	0%	9	100%

Nota. Datos de los beneficios tributarios que los comercializadores poseen para proporcionar con mayor facilidad sus actividades comerciales. Fuente: Encuesta a comercializadores 2020.

*Anexo 63***Tabla 85:** *Precio promedio de cada presentación de café.*

	1lbr	200 gr	400 gr
Café comercial	2,7	3,25	-
Café especial	-	4	8

Nota. Datos de los precios de acuerdo al peso que comercializan al mercado consumidor.

Fuente: Encuesta a comercializadores 2020.

Anexo 64

**ENTREVISTA REALIZADA AL SEÑOR RAUL YANANGONEZ PRESIDENTE
DE APECAM MARCABELI (ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE
CAFES ESPECIALES Y PRODUCTORES ALTERNATIVOS) EN ORIANGA**

1. **Nombre:** Raúl Yanangonez
2. **Nombre de la Asociación:** APECAM de Marcabelí.
3. **Ubicación:** Marcabelí Av. Santos Paucar s/n Marcabelí, Ecuador
4. **Teléfono:** 989468173
5. **Correo electrónico:** apecam99org@hotmail.com
6. **¿Con cuántos socios iniciaron?** 120 socios
7. **¿Cuántos socios tienen ahora?** 50 socios
8. **¿Por cuánto tiempo está en la Presidencia?** 7 años
9. **¿Tienen Estatutos?** Si
10. **¿Cuánto tiempo dura la Presidencia?** 4 años dura la presidencia
11. **¿Cuáles son los objetivos que tiene la Asociación?** Incentivar a mejorar el cultivo
12. **¿Se han cumplido los objetivos?** Si, se ha mejorado la semilla
13. **¿Qué objetivo(s) ha(n) sido difícil(es) de lograr(s)?** Mejorar y mantener la calidad del cultivo
14. **¿Quiénes conforman la junta directiva?** Presidente, Tesorero y secretario
15. **¿Cada qué tiempo se reúne la directiva?** La última reunión se llevó a cabo el 6 de febrero del 2020 antes de la Pandemia, durante este tiempo no habido mayor

comunicación con la asociación la cual ha dejado de ir exigiendo la calidad del producto, por la baja productividad y responsabilidad de productores.

16. **¿Cómo está formada la estructura organizacional?** Presidente, Tesorero, secretario y vocal.
17. **¿Cómo se toman las decisiones?** Todos los que asocian en la parroquia de Orianga toman las decisiones, se lleva a cabo la participación de todos.
18. **¿Qué tipo de asesores le orientan? (Contador, Abogado, Técnico, Ing. En Agricultura, otro.)** Debido a que la Asociación APECAM, solamente ayuda a este sector a comercializar su producto, no todos aportan con café, ya que la productividad ha bajado y no han podido contratar un técnico en Agricultura para la asistencia técnica y mejorar el producto
19. **¿Cada qué tiempo realizan las Asambleas?** Se realizaban cada mes, antes de la última reunión.
20. **¿Qué beneficios tienen los Asociados?** El anticipo por cosecha. La última fue el 23 agosto del 2019.
21. **¿Cuáles son los requisitos para ser Socios?** El deseo, la responsabilidad y sobre todo estar comprometidos a cultivar.
22. **¿Cuáles son las causas por las que se retiran los socios de la Asociación? ¿Qué trámites realizan para su retiro?** Las causas son debido a que no tienen apoyo técnico y la asociación APECAM no recibe café que no le permita comercializar ya que se juega su credibilidad. Además, no se realiza ninguna renuncia formal simplemente se indica la razón.

23. **¿Qué problemas tienen los caficultores?** Las vías de acceso están en mal estado, por lo que el café de esta zona es comercializado en Marcabelí que conecta esta con Orianga
24. **¿Qué tipo de actores tienen en sus manos la solución de estos problemas?** Responsabilidad del productor, comprometerse para cultivar un café de calidad.
25. **¿Qué tipo de financiamiento tienen para sus actividades?** (Asociación) anteriormente desde marzo 2014 hasta 2018, contaban con un fondo común para solventar cualquier actividad.
26. **¿De qué organizaciones reciben apoyo para sus actividades?** APECAM, da las directrices de exigencias para siembra, deshierbe y cosecha.
27. **¿En qué estado reciben el café?** En semillas.
28. **¿Tienen una marca?** No.
29. **¿La marca está registrada?** No.
30. **¿La marca está patentada?** No.
31. **¿Tienen registro sanitario?** No.
32. **¿Cuentan con algún tipo de certificación?** No.
33. **¿Llevan un sistema de trazabilidad? ¿Qué herramientas utilizan?** Software con una trazabilidad de ruta del café desde su origen hasta su destino final, código de barras para los productos.
34. **¿Se organizan ferias / exposiciones?** Se lleva acabo la feria libre en Orianga.

35. **¿Capacitan a sus asociados?** Durante el periodo 2014 – 2018 se capacitaron en cuidado del suelo, cuidado y mantenimiento de uso de insumos y de la distancia que debe tener cada planta, fueron capacitados por la organización APECAM, una vez al año. No fue obligatoria.
36. **¿Las Ventas son regulares?** Si.
37. **¿Qué forma contractual tienen con sus compradores?** El sector es altamente productivo pero la cosecha de las familias tiene que llegar a 12 quintales del café, según las exigencias del consumidor final.
38. **¿Quiénes son sus principales clientes?** Mercado de Marcabelí, distribuido a Guayaquil, Cuenca y Zamora.
39. **¿En qué estado venden el café?** Tostado y molido a un precio de \$110,00 dólares.
40. **¿Se organizan reuniones entre vendedores y compradores?** No.
41. **¿Qué tipos de tecnologías utilizan?** Un medidor de acidez.
42. **¿Han determinado los costos de Producción y Operación?** Si, fue una de las causas para que productores abandonen sus actividades ya que los costos de operación eran muy altos, debido a las exigencias por parte de APECAM.
43. **¿Llevan contabilidad?** Si, anteriormente se pagaba una contadora periodo 2014 – 2018.
44. **¿Cómo establecen los precios?** En base a la competencia.

*Anexo 65***ENTREVISTA PARA EL TECNICO DEL MAG. ING. OLGHER CELI**

Nombre: Olger Ernan Celi

Teléfono 0988849785

Ubicación Av. Loja entre Universitaria y Joaquín Liébana.

1) ¿Qué opinión tiene sobre la producción cafetalera en su área de influencia?

Es un sector que ha sido abandonado por un gran número de familias dedicadas al cultivo y comercialización del café, primero ya que por ser una empresa netamente familiar los productores de avanzada edad ya no pueden continuar ejerciendo la misma labor y los sucesores que son sus hijos no tienen la misma motivación o ganas de dedicarse a la agricultura.

2) ¿Conoce cuántas familias viven de esa actividad?

En relación a un censo entre el periodo 2012 y 2015 eran un número de 5600 productores del cantón, actualmente no se ha realizado otro censo para conocer cuantas familias cultivan para vender.

3) ¿Se ha realizado algún censo para conocer la realidad de esta actividad económica? Si, durante el periodo 2012 – 2015

4) ¿Conoce los problemas que tiene este sector?

- ✓ Vía en mal estado
- ✓ Variedades de café que han hecho que productos ya no sean tan apetecibles por el mercado consumidor.

- ✓ Factores relativos al manejo agronómico y fitosanitario del cultivo
- ✓ Limitada transferencia de tecnología
- ✓ Falta de incentivos a los agricultores.

5) ¿Qué apoyo brinda a ese sector?

Se gestiona a través de la FAO, organización interesada en que productores mejoren sus cultivos con mejores semillas, pero en algunos casos no dieron resultados positivos para los agricultores.

A través del MAG se dona las plántulas o semillas de café

6) ¿Conoce si existen organizaciones que apoyan a este sector?

Secretaria del Buen Vivir, FAO, GAD

7) ¿Tienen algún objetivo en este campo para el 2020?

Gestionar capacitaciones para que productores mejoren la calidad del cultivo

8) ¿A quién reporta sus actividades?

MAGAP

9) ¿Mantiene reuniones con los involucrados (productores, compradores, otros)?

Si, en caso de requerir conocimiento técnico, se encuentra totalmente dispuesto

10) ¿Cada qué tiempo se reúne con ellos?

Una vez al mes

*Anexo 66***ENTREVISTA PARA PRESIDENTES DE LA JUNTA PARROQUIAL, ING.****JOFFRE AGILA**

Nombre Joffre Agila

Teléfono 0994081629

Correo electrónico joffreagila6 @gmail.com

Ubicación Orianga

1) ¿Qué opinión tiene sobre la producción cafetalera en su área de influencia?

El café en Orianga ha tenido bajas en su productividad, la mayoría se ha dedicado al maíz y en mayor número a la ganadería

2) ¿Conoce cuántas familias viven de esa actividad?

Son alrededor de 100 familias dedicadas al café; pero 10 personas ubicadas en el barrio Naranjito son los mayores exponentes del café en la parroquia Orianga

3) ¿Se ha realizado algún censo para conocer la realidad de esta actividad económica?

No

4) ¿Conoce los problemas que tiene este sector?

- ✓ Variación y baja de precios
- ✓ Enfermedades y plagas como la roya y la broca
- ✓ Al moverse de un lugar a otro tiene caminos de difícil acceso

5) ¿Qué apoyo brinda a ese sector?

A través del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca cumple la función de controlar los procesos que realizan los productores, preparación de tierra. En caso de que el productor gestione y busque la asistencia técnica

6) ¿Conoce si existen organizaciones que apoyan a este sector?

APECAM, ayuda a comercializar el producto que salen de los barrios de la parroquia Orianga

7) ¿Qué actividades se compromete a realizar de lo que queda de su periodo a beneficio de este sector?

La creación de la oficina técnica

*Anexo 67***MODELO DE ENTREVISTAS**Guía de preguntas para entrevista N° 1**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?

Guía de preguntas para entrevista N° 2

ENTREVISTA PARA PRESIDENTES DE MUNICIPIOS Y 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?

Guía de preguntas para entrevista N° 3

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?

Guía de preguntas para entrevista N° 4

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 Intermediarios/ Comerciantes
 Productores 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 cree 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?

Anexo 68

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		Nro. _____
Datos del Contacto		
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?**

Mercado Nacional Mercado Internacional

4. **¿Qué tipo de proveedor se considera?**

Minorista Mayorista

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

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

6. **¿El local que utiliza para vender sus productos es?**

Propio Arrendado

7. **¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad?**

_____ Meses
_____ 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?**

Efectivo Crédito

11. **Los precios de venta los establece en base a:**

Competencia Demanda del producto

- Tranferencia bancaria
 Pago con tarjeta de crédito
- Margen de utilidad
 Otros
 s ¿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 Arábiga/Robusta	Subvariedad	Precio por kilo/ unidad	Propia/comprada	Unidades vendidas al mes
Semillas					
Plántulas de vivero					
Plántulas de regeneración natural					
Otro ¿Cuál?					

14. **¿Quiénes son sus principales clientes?**

- Productores del cantón
 Productores de la provincia
- Ambos
 Otros _____

15. **¿Realiza inspecciones de las semillas?**

- Sí No

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

- Malformaciones Raíces débiles
 Plagas Otros, especifique _____

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

- Sí No

18. **Tipo de información que ofrece**

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

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

- Sí 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
Otras	Marquesinas		
	Sistemas de riego		
	Despulpadora		
	Reservorio		
	Molino		
	Tostadora		
	Balanza		
	Lavadora		

21. ¿En dónde entrega al cliente la maquinaria?

Distribuidora Domicilio

Si la entrega es a domicilio ¿Quién cubre los gastos del

22. 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)
Otro	Herbicidas			
	Abono			
	Fertilizantes			
	Insecticidas			
	Fungicidas			

Fecha:

___/___/___

Firma: _____

Anexo 69



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 acopio?
 De la misma parroquia
 De parroquias aledañas ¿Cuáles? _____
 De otro cantón ¿Cuáles? _____
 De otra provincia ¿Cuáles? _____
7. ¿En qué estado usted acopio 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 quinta de café?

Contado

Crédito

Cheque

Letra de cambio

18. ¿Recibe apoyo de alguna organización?

Sí

No

¿De qué organización? _____

19. ¿Cómo lo apoyan las instituciones publica?

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

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Anexo 70



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 _____ Sí No

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 (desmucilagrador) 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 71

MODELO DE ENCUESTA PARA COMERCIANTE


unl

 Universidad
Nacional
de Loja

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.

Datos del
1. Contacto

Nombre: _____ **Cédula de Ciudadanía:** _____ **Nro.** _____
Edad: _____ **Teléfono:** _____
Nombre de la entidad: _____ **Fecha de nacimiento:** _____
Dirección: _____ **Nivel de educación:** _____
Ciudad/Provincia: _____ **Estado civil** _____
e-mail: _____

 RUC RISE 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?
5. ¿Vende el café al por menor?
 Si

 No

Forma de pago	Plazo
Efectivo	
Tarjeta	
Cheque	
Letra de cambio	

6. ¿Bajo qué marca o marcas vende el café al por menor?

¿Utiliza documentos como facturas o notas de venta para la venta de sus

7. productos?

Si No

¿Por qué?

De la venta de café al por

8. menor indique:

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

¿Qué exigencias de calidad tienen sus

9. compradores?

Aroma del café

Tamaño del grano

Certificación de calidad

Peso del café

Color del tostado

Otro _____

¿Qué dificultades encuentra ud. como comercializador miembro de esta

10. cadena?

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

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Anexo 72

MODELO DE ENUESTA 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: _____

Nombre de la finca: _____ Dirección: _____

Parroquia/Ciudad/Cantón: _____ Teléfono: _____

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
 Si 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 Árábica/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? Si 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? Si No

25. ¿Su marca está patentada? Si No

26. ¿Cuenta con registro sanitario? Si No

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

¿Cuál? _____

28. ¿Ha ganado algún premio? Si 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? Si 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? Si No

¿Cuáles? ¿En qué porcentaje? _____

36. ¿Aplica alguna práctica de cuidado del medio ambiente en sus procesos? Si 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: _____

ANEXOS FOTOGRÁFICOS

Anexo 73

Ilustración 17: *Entrevista aplicada al Ing. Olger Celi, técnico del MAG.*



Nota. La foto muestra la aplicación de la entrevista al técnico encargado del MAG Paltas.

Fuente: Entrevistas a las autoridades del cantón Paltas, 2020.

Anexo 74

Ilustración 18: *Entrevista aplicada al Ing. Joffre Agila, presidente de la Junta Parroquial de Orianga.*



Nota. La foto muestra la entrevista aplicada a la autoridad encargada de la producción de café en la parroquia Orianga. Fuente: Entrevistas a las autoridades del cantón Paltas, 2020.

Anexo 75

Ilustración 19: *Aplicación de encuestas a productores del cantón Paltas, barrio Yambila.*



Nota. La foto muestra la aplicación de encuesta al Sr. Ángel Salvador, productor estrella del cantón Paltas. Fuente: Encuesta a productor del cantón Paltas, 2020.

Anexo 76

Ilustración 20: *Aplicación de encuestas y entrevistas al señor Raúl Yanangonez, representante de APECAM en la parroquia Orianga.*



Nota. La foto muestra la aplicación de encuesta a productor estrella del cantón Paltas, parroquia Orianga. Fuente: Encuestas a los productores de café del cantón Paltas, 2020.

Anexo 77

Ilustración 21: *Aplicación de encuesta a productores del cantón Paltas, parroquia Orianga.*



Nota. La foto muestra la aplicación de encuesta a productor de la parroquia Orianga.

Fuente: Encuestas a los productores de café del cantón Paltas, 2020.

Anexo 78

Ilustración 22: *Aplicación de encuesta a productores del cantón Paltas.*



Nota. La foto muestra la aplicación de encuesta a productor de la parroquia Orianga.

Fuente: Encuestas a los productores de café del cantón Paltas, 2020.

Tabla de contenido

1. Título	7
2. Resumen	8
3. Introducción	10
4. Revisión de Literatura	13
4.1. Marco Referencial	13
4.2. Marco Teórico	16
4.2.1. Administración de la Producción	16
4.2.2. Producción del café	17
4.2.3. Cadena de Valor	19
4.2.4. Modalidades de Organización de la Cadena de Valor.....	37
4.2.5. Antecedentes del Cantón Paltas, Área de estudio.....	44
4.3. Marco Conceptual	47
5. Metodología.	48
5.1. Materiales.....	48
5.2. Métodos	48
5.3. Técnicas	49
5.4. Muestra	49
5.5. Procedimiento	50
6. Resultados	53
7. Discusión.	95
8. Conclusiones	101
9. Recomendaciones	103
10. Bibliografía	105
11. Anexos	112

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cadena de valor del café ecuatoriano	14
Ilustración 2: Imagen del Café.....	19
Ilustración 3: Imagen de las actividades primarias	22
Ilustración 4: Actores directos e indirectos en la cadena productiva.....	24
Ilustración 5: Marco de las cadenas de valor alimentarias sostenibles.....	25
Ilustración 6: Criterios de selección de los sectores	29
Ilustración 7: Cálculo del Valor Agregado	35
Ilustración 8: Modelo de Intervención para el desarrollo de la Cadena de Valor	36
Ilustración 9: Localización Geográfica del cantón Paltas.....	44
Ilustración 10: Simbología ValueLinks para el mapeo de la cadena de valor.	52
Ilustración 11: Categoría de los actores en la modalidad tradicional	56
Ilustración 12: Categoría de los actores en la modalidad Asociativa	58
Ilustración 13: Mapeo de la cadena de valor del café, Modalidad Tradicional del cantón Paltas provincia de Loja	80
Ilustración 14: Mapeo de costos de la C.V del café comercial, bajo la modalidad Tradicional	82
Ilustración 15: Mapeo de la cadena de valor del café, Modalidad Asociativa del cantón Paltas provincia de Loja	83
Ilustración 16: Mapeo de costos de la C.V del café de especialidad, bajo la modalidad Asociativa	84
Ilustración 17: Entrevista aplicada al Ing. Olger Celi, técnico del MAG.	204

Ilustración 18: Entrevista aplicada al Ing. Joffre Agila, presidente de la Junta Parroquial de Orianga.	204
Ilustración 19: Aplicación de encuestas a productores del cantón Paltas, barrio Yambila.	205
Ilustración 20: Aplicación de encuestas y entrevistas al señor Raúl Yanangonez. representante de APECAM en la parroquia Orianga.....	205
Ilustración 21: Aplicación de encuesta a productores del cantón Paltas, parroquia Orianga.	206
Ilustración 22: Aplicación de encuesta a productores del cantón Paltas.	206

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Comparación entre las Relaciones del Negocio Tradicional y la Cadena de Valor	41
Tabla 2: Lista de materiales utilizados en la investigación	48
Tabla 3: Actores encuestados	50
Tabla 4: Eslabones de la cadena de valor, modalidad tradicional con sus respectivas funciones.....	55
Tabla 5: Actores de la cadena de valor bajo la modalidad tradicional.....	56
Tabla 6: Eslabones de la cadena de valor, modalidad Asociativa con sus respectivas funciones.....	57
Tabla 7: Actores directos e indirectos de la cadena de valor del café en la modalidad asociativa.....	59
Tabla 8: Caracterización de los proveedores bajo la modalidad tradicional en el cantón Paltas.....	61
Tabla 9: Caracterización de los productores bajo la modalidad tradicional.....	63
Tabla 10: Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad tradicional en el cantón Paltas.....	65
Tabla 11: Caracterización de los transformadores bajo la modalidad tradicional.....	67
Tabla 12: Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad tradicional.	68
Tabla 13: Datos generales de las asociaciones.....	70
Tabla 14: Caracterización de los proveedores bajo la modalidad asociativa	71
Tabla 15: Caracterización de los productores bajo la modalidad asociativa.....	72
Tabla 16: Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad asociativa.....	75

Tabla 17 : Caracterización de los transformadores bajo la modalidad asociativa.....	76
Tabla 18: Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad asociativa.....	77
Tabla 19: Matriz comparativa de proveedores.....	85
Tabla 20: Matriz comparativa de productores.....	86
Tabla 21: Matriz comparativa de acopiadores.....	90
Tabla 22: Matriz comparativa de transformadores.....	91
Tabla 23: Matriz comparativa de comercializadores.....	93
Tabla 24: Modalidad de trabajo según las parroquias.....	126
Tabla 25: Modalidad de trabajo en general.....	127
Tabla 26: Tipo de tenencia del terreno.....	128
Tabla 27: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo.....	129
Tabla 28: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno de cultivo de café.....	130
Tabla 29: Promedio de plantas sembradas por hectárea.....	131
Tabla 30: Servicios Básicos con los que cuenta la finca.....	132
Tabla 31: Promedio de la inversión inicial para la producción de café.....	133
Tabla 32: Tipo de financiamiento de la inversión.....	134
Tabla 33: Capacitación recibida.....	135
Tabla 34: Organización Capacitadora.....	136
Tabla 35: Tema de capacitación.....	137
Tabla 36: Tipo de materia prima Vegetativa.....	138
Tabla 37: Tipo de variedad de Café.....	139
Tabla 38: Subvariedades de café (Arábica).....	140
Tabla 39: Precio promedio de semilla de café por kg.....	141

Tabla 40: Precio promedio por plántula.	142
Tabla 41: Origen de la materia prima.	143
Tabla 42: Insumos agrícolas utilizados.	144
Tabla 43: Edad de las plantaciones de café.	145
Tabla 44: Tiempo de renovación de cultivo.	146
Tabla 45: Rendimiento en quintales por hectárea.	147
Tabla 46: Condiciones del cultivo.	148
Tabla 47: Cuentan con trabajadores.	149
Tabla 48: Beneficios para el trabajador.	150
Tabla 49: Tipo de control sanitario.	151
Tabla 50: Maquinaria.	152
Tabla 51: Estado del café.	153
Tabla 52: Precio promedio del quintal de café.	154
Tabla 53: Producción promedio en quintales de café.	155
Tabla 54: Marca propia de café.	156
Tabla 55: Cuenta con registro sanitario.	157
Tabla 56: Bajo que exigencias vende el producto.	158
Tabla 57: Recibe ayuda de otras instituciones.	159
Tabla 58: Problemas en el cultivo.	160
Tabla 59: Otra fuente de ingreso.	161
Tabla 60: Cuidado del medio ambiente.	162
Tabla 61: Género del caficultor.	163
Tabla 62: Nivel de educación del caficultor.	164
Tabla 63: Edad promedio y años como caficultor.	165

Tabla 64: Cuentan con seguro.	166
Tabla 65: Tipo de seguro.	167
Tabla 66: Listado de Productores Tradicionales.	168
Tabla 67: Listado de Productores Asociados.	169
Tabla 68: Listado de Acopiadores de la producción de Paltas.	170
Tabla 69: Estado en el que Acopian el café.	170
Tabla 70: Precio promedio en el que compran el quintal café.	171
Tabla 71: Tipo de acuerdo que establecen con los productores.	171
Tabla 72: Principales dificultades como Acopiador.	171
Tabla 73: Datos Generales de los transformadores.	172
Tabla 74: Compra materia prima.	172
Tabla 75: Maquinaria.	173
Tabla 76: Tiene registro de insumos.	173
Tabla 77: Tiene marca propia.	173
Tabla 78: Listado de Proveedores.	174
Tabla 79: Tipo de proveedor.	174
Tabla 80: Origen del producto.	175
Tabla 81: Necesita permiso.	175
Tabla 82: Local.	175
Tabla 83: Con que actores de la cadena se relaciona.	176
Tabla 84: Para facilitar sus actividades usted cuenta con:	176
Tabla 85: Precio promedio de cada presentación de café.	177

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modalidad de trabajo según las parroquias.	126
Figura 2: Modalidad de trabajo en general.....	127
Figura 3: Tipo de tenencia del terreno.	128
Figura 4: Clasificación de los productores según su modalidad de trabajo.	129
Figura 5: Promedio de hectáreas sembradas de café y dimensión de terreno de cultivo de café.	130
Figura 6: Promedio de plantas sembradas por hectárea.	131
Figura 7: Servicios Básicos con los que cuenta la finca.	132
Figura 8: Promedio de la inversión inicial para la producción de café.	133
Figura 9: Tipo de financiamiento de la inversión.	134
Figura 10: Capacitación recibida.....	135
Figura 11: Organización Capacitadora.....	136
Figura 12: Tema de capacitación.	137
Figura 13: Tipo de materia prima Vegetativa.	138
Figura 14: Tipo de variedad de Café.....	139
Figura 15: Subvariedades de café (Arábica).....	140
Figura 16: Precio promedio de semilla de café por kg.....	141
Figura 17: Precio promedio por plántula.....	142
Figura 18: Origen de la materia prima.	143
Figura 19: Insumos agrícolas utilizados.....	144
Figura 20: Edad de las plantaciones de café.	145
Figura 21: Tiempo de renovación de cultivo.	146

Figura 22: Rendimiento en quintales por hectárea.....	147
Figura 23: Condiciones del cultivo.	148
Figura 24: Cuentan con trabajadores.....	149
Figura 25: Beneficios para el trabajador.	150
Figura 26: Tipo de control sanitario.....	151
Figura 27: Maquinaria.	152
Figura 28: Estado del café.....	153
Figura 29: Precio promedio del quintal de café.	154
Figura 30: Producción promedio en quintales de café.	155
Figura 31: Marca propia de café.	156
Figura 32: Cuenta con registro sanitario.	157
Figura 33: Bajo que exigencias vende el producto.	158
Figura 34: Recibe ayuda de otras instituciones.	159
Figura 35: Problemas en el cultivo.....	160
Figura 36: Otra fuente de ingreso.....	161
Figura 37: Cuidado del medio ambiente.	162
Figura 38: Género del caficultor.	163
Figura 39: Nivel de educación del caficultor.	164
Figura 40: Edad promedio y años como caficultor.	165
Figura 41: Cuentan con seguro.....	166
Figura 42: Tipo de seguro.	167