



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 los cantones Pindal y Celica, provincia de Loja, periodo 2020-2021.”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

AUTORA: Luz Mireya Jimenez Soto.

DIRECTORA: Ing. Elizabeth Jiménez Salinas MPP

LOJA-ECUADOR

2021

Ing. Elizabeth Jiménez Salinas, MPP

DIRECTORA DE TESIS.

CERTIFICA:

Que la presente tesis titulada: “CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD TRADICIONAL Y ASOCIATIVA EN LOS CANTONES PINDAL Y CELICA, PROVINCIA DE LOJA, PERIODO 2019 – 2020”, desarrollada por la egresada Luz Mireya Jiménez Soto, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exige la normativa, por ello autorizo su presentación y sustentación.

Loja, 26 de abril de 2021.

Elizabeth Jiméne^{Firmado}
Jiménez ^{digitalmente por}
^{Elizabeth Jiménez}

Ing. Elizabeth Jiménez Salinas, MPP

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Luz Mireya Jiménez Soto, declaro ser la autora 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: Luz Mireya Jiménez Soto.

FIRMA:

CÉDULA: 1105398810

FECHA: Loja, 10 de junio de 2021.

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

Yo, Luz Mireya Jiménez Soto, declaro ser autora de la Tesis intitulada: “**CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD TRADICIONAL Y ASOCIATIVA EN LOS CANTONES PINDAL Y CELICA, PROVINCIA DE LOJA, PERIODO 2019-2020**”, como requisito para optar al grado de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el **RDI**, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio 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, firmo en la Ciudad de Loja a los 10 días del mes junio de 2021.

AUTORA: Luz Mireya Jiménez Soto.

CÉDULA: 1105398810

DIRECCIÓN: Isidro Ayora y 18 de agosto, Catamayo.

CORREO ELECTRÓNICO: juliojimenez1610@gmail.com; luz.m.jimenez@unl.edu.ec

CELULAR: 0986302556.

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Ing. Elizabeth Jiménez Salinas MPP

TRIBUNAL DE GRADO

Presidente: Ing. Juan Encalada Mg.

Vocal: Ing. Vanesa Burneo Celi Mg. Sc.

Vocal: Ing. Janeth Guitiérrez Mg. Sc.

DEDICATORIA

El presente trabajo de tesis, lo dedico primeramente a Dios, por darme salud y vida, y permitirme llegar a esta etapa tan importante. A mis queridos padres Julio Jiménez y Luz Soto, quienes, con su amor y sacrificio, me han apoyado constantemente para cumplir esta meta, han sido mi ejemplo a seguir y han estado motivándome día tras día en no dejarme vencer por las adversidades de la vida. Son el tesoro más grande que tengo.

A mis hermanos Edison y Jimmy, por darme ánimos, y ayudarme cuando más lo necesitaba, especialmente en aquellos momentos que me sentía agobiada.

A mi querido novio, quién ha sido parte de toda mi carrera universitaria y ha sido un apoyo para llegar a cumplir esta meta.

A todos los docentes que me han brindado su confianza y apoyo para culminar con mis estudios universitarios y llegar a formarme como una profesional.

A todos mis amigos que llegué a conocer en este proceso de formación profesional, y han sido cómplices de los buenos y malos momentos, gracias por sacarme una sonrisa y ayudarme cuando más lo necesitaba.

Luz Mireya Jiménez Soto.

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento y gratitud a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica Social y Administrativa, a todos los docentes de la carrera de Administración de Empresas, por impartir sus conocimientos y experiencias en el transcurso de estos 5 años.

Un agradecimiento especial a la Ing. Elizabeth Jiménez Salinas MPP, docente de la carrera de Administración Pública, quién con sus sabios conocimientos, su orientación y motivación, fue una excelente tutora para llevar adelante el desarrollo del presente proyecto de tesis.

Finalmente, agradezco a todos los actores involucrados en la cadena de valor de los cantones Pindal y Celica, por haberme brindado información relevante y necesaria para cumplir con el presente proyecto de investigación.

Luz Mireya Jiménez Soto.

1. TÍTULO

“Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en los cantones Pindal y Celica, 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 los cantones Pindal y Celica, provincia de Loja, periodo 2020-2021” tuvo como finalidad caracterizar la cadena de valor bajo las dos modalidades, así como identificar y describir los eslabones, junto a los actores que lo conforman. En el estudio se utilizó los métodos descriptivo y comparativo que permitieron identificar, describir los eslabones, mapear la cadena y finalmente comparar estos resultados con investigaciones previamente realizadas. Para mapear la cadena se utilizó la simbología ValueLinks. Además, para la recolección de información se aplicó las encuestas y entrevistas a todos los actores involucrados dentro de la cadena. Así mismo se empleó el muestreo no probabilístico por conveniencia y bola de nieve permitiendo identificar una muestra dependiendo de la facilidad de acceso y a la disponibilidad de tiempo de las personas, así mismo se pudo dar con la ubicación de nuevos productores con similares características. Dentro de los resultados se pudo determinar que el actor que más incidencia tiene en la cadena de valor del café es el productor, debido a que realiza todo el proceso para producir el café, esto es desde la siembra, cosecha y postcosecha, sin embargo, es el que carece de beneficios, ya que su forma de cultivo es de manera tradicional, no emplea técnicas modernas de cultivo que le permitan mejorar la calidad del grano, y existe la falta de compromiso de las instituciones encargadas del sector agrícola por capacitarlos en cuanto a producir café 100% de calidad. Por otro lado, se evidenció que la cadena de valor bajo la modalidad asociativa es más favorable, ya que la asociación acapara un mercado más grande, tiene una marca ya establecida que es conocida por el mercado local y nacional, y por lo tanto los caficultores tienen mejores ingresos económicos. Además, es notable el apoyo por parte de las entidades gubernamentales como el GAD Municipal, y el MAG para los productores asociados, ya que les brindan capacitaciones constantes, donación de semillas e insumos, y asistencia técnica.

SUMMARY

The present investigation called "Characterization of the Coffee Value Chain under the Traditional and Associative Modality in the Pindal and Celica cantons, Loja province, period 2020-2021" had the purpose of characterizing the value chain under the two modalities, as well as identify and describe the links, together with the actors that comprise it. Descriptive and comparative methods were used in the study, which made it possible to identify, describe the links, map the chain and finally compare these results with previously conducted research. For the collection of information, surveys and interviews were applied to all the actors involved within the chain. Likewise, non-probability sampling for convenience and snowball was used, allowing the identification of a sample according to the ease of access and the availability of time of the people, as well as the location of new producers with similar characteristics. Within the results, it was possible to determine that the actor that has the most impact on the coffee value chain is the producer, because he performs the entire process to produce coffee, this is from sowing, harvesting and postharvesting, however, It is the one that lacks benefits, since its form of cultivation is traditional, it does not use modern cultivation techniques that allow it to improve the quality of the grain, and there is a lack of commitment from the institutions in charge of the agricultural sector to train them in terms of produce 100% quality coffee. On the other hand, it was evidenced that the value chain under the associative modality is more favorable, since the association monopolizes a larger market, has an already established brand that is known by the local and national market, and therefore the coffee growers. they have better income. In addition, the support from government entities such as the Municipal GAD, and the MAG for associated producers is notable, since they provide constant training, the donation of inputs, and technical assistance.

3. INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país con tradición en el cultivo de café tanto así que es uno de los pocos países que producen dos tipos de café, el Arábico y Robusta, su producción, comercialización, industrialización y exportación constituyen sectores importantes para la economía del Ecuador, por ende, tanto el sector público como privado deben de prestar más compromiso para lograr un desarrollo sustentable y mejorar las condiciones socioeconómicas de los ecuatorianos dedicados a esta actividad.

La agricultura y ganadería en los cantones Pindal y Celica, actualmente constituyen una de las principales fuentes de ingresos para las distintas familias, dentro de sus cultivos, destaca el cultivo de café, sin embargo, para los caficultores la comercialización de este producto, ha sido el principal problema del proceso productivo. Los comerciantes, intermediarios, prestamistas, transportistas son los que más se han aprovechado de la posición de inferioridad a los que estos se enfrentan. Por tal motivo, el presente estudio describe la cadena de valor del café de ambos cantones, para identificar los principales problemas que aquejan a este importante sector productivo y establecer las respectivas soluciones encaminadas a mejorar la calidad de vida de los actores involucrados que forman parte de la cadena de valor.

La presente investigación se encuentra estructurada de la siguiente manera: el **resumen** en español e inglés, que consiste en una breve descripción de forma general del presente trabajo, detallando la metodología empleada, técnicas de recopilación de información, y las principales conclusiones obtenidas; **introducción**, en donde se detalla la importancia y la estructura de la presente investigación; **revisión de literatura**, estructurado por el marco referencial en donde constan investigaciones realizadas a nivel nacional e internacional en torno al tema principal, en este caso se plasmó los antecedentes generales de los cantones Pindal y Celica y se tomó como

referencias las cadenas de valor de Perú, Guatemala, Honduras, en vista que tienen similares características a la cadena de valor de Pindal y Celica,; marco teórico, aquí se describe los temas principales que hicieron parte de la investigación, en el presente trabajo se detallan las generalidades del café, la cadena de valor, mapeo de la cadena de valor, y la descripción de las modalidades tradicional y asociativa; el marco conceptual que contiene definiciones de los términos más relevantes de la investigación, por ejemplo, la definición de la metodología de ValueLinks, mapeo de la cadena de valor, y términos referentes a la modalidad tradicional y asociativa; **resultados**, en donde se describe y detalla cada uno de los eslabones con los respectivos actores involucrados, posterior a ello se los caracteriza describiendo los riesgos, precios, oportunidades, debilidades y fortalezas, finalmente se realiza la comparación de las 2 modalidades, tradicional y asociativa, con el objetivo de conocer las semejanzas y diferencias; **discusión**, aquí se contrasta los resultados obtenidos con investigaciones previas y la realidad de la presente investigación; **conclusiones**, donde se detallan los aspectos más importante obtenidos en esta investigación; **recomendaciones**, en este caso se describe las acciones que se deben plantear en beneficio de los actores involucrados dentro de la cadena; en la **bibliografía**, se describen todas las fuentes de información que han sido utilizadas para realizar la revisión de literatura, finalmente se encuentran los **anexos**, en el que consta el anteproyecto, tablas, gráficas, formatos de encuestas y entrevistas, y las fotografías que actúan como evidencia del trabajo investigativo.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Marco referencial

4.1.1 Aspectos generales del cantón Pindal y Celica

4.1.1.1 Datos del cantón Pindal.

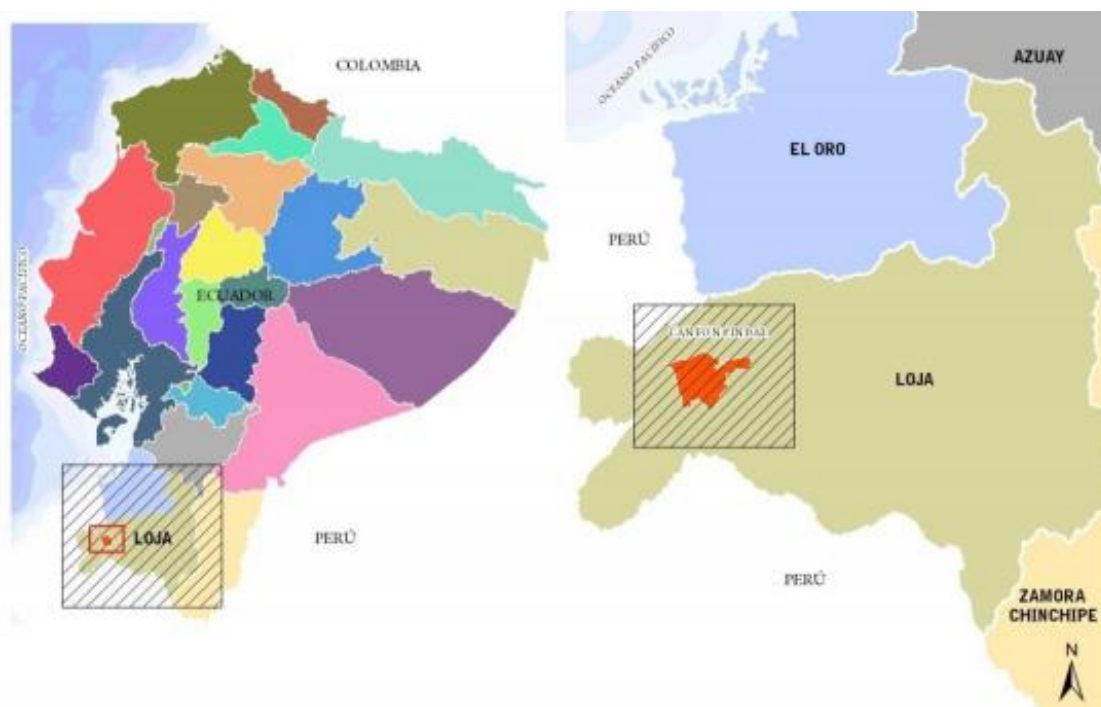
De acuerdo con la información del GAD Municipal de Pindal (2020), este cantón fue creado el 10 de agosto de 1989. Actualmente, tiene una población de 10.540 habitantes de los cuales el 34,75% (3.663 hab.) habitan en la parroquia urbana Pindal, y (6.877 hab.) viven en el resto de parroquias, lo que representa el 65,25% de la población cantonal, divididos en las parroquias Milagros, 12 de diciembre y Chaquinal.

La mayor cantidad de población económicamente activa (PEA) del cantón Pindal se encuentra en la parroquia de Pindal, con el 43,82% esto debido a que es la cabecera cantonal, posee el mayor número de habitantes y es donde se desarrolla la mayor actividad financiera y comercial del cantón.

✓ Ubicación y límites.

El cantón Pindal según datos del GAD Municipal (2020) se encuentra limitado al norte con la parroquia Alamor del cantón Puyango; al Sur con la parroquia Sabanilla del cantón Celica; al Este con la parroquia Mercadillo del cantón Puyango y Parroquia Pózul del cantón Celica; al Oeste con la parroquia Paletillas del cantón Zapotillo.

Ilustración 1 Ubicación geográfica del cantón Pindal



Nota: Ilustración recuperada del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pindal 2014-2019 (pág. 7) por el GAD Municipal de Pindal, 2014.

✓ **Agricultura**

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2020) el cantón Pindal, conocido como la “Capital Maicera del País” en los últimos años se ha especializado en la producción de maíz lo que ha dado lugar a un gran movimiento comercial en el interior del cantón, así como también ha permitido la interacción con otros cantones a nivel nacional.

La superficie cantonal destinada a las actividades agropecuarias representa 13.441.25 hectáreas de cobertura del área cultivada, de las cuales el maíz representa 2.566 unidades de producción con un 6% del total de hectáreas consideradas de cultivo, respecto al cultivo de café, tienen 4,32% de unidades producidas, localizadas específicamente en la parroquia de Chaquinal.

La actividad agrícola constituye la base económica de Pindal, este sector económico emplea el 74% de la población ocupada. De acuerdo a la dinámica local se puede diferenciar dos tipos de agricultura:

- **Agricultura pos subsistencia o auto consumo**, se encuentran cultivos como frejol, yuca, plátano, y verduras en general que permiten cubrir los requerimientos alimenticios de la familia; en ciertos casos muy esporádicos se obtienen excedentes que son destinados a la comercialización local.
- **Agricultura comercial**, se encuentra el café y maíz, como productos estrellas.

a) **Café**

De acuerdo al GAD Municipal (2020), el cantón Pindal tiene una superficie total de 579.32 hectáreas cultivadas con café, manteniéndose la producción de la variedad criolla y caturra, éstas generalmente están asociadas con una diversidad de especies locales o frutales que proporcionan sombra. (pág. 77)

La caficultura en este cantón la realizan generalmente pequeños agricultores que mantienen su huerta, convirtiéndose en una actividad económica complementaria, pues tras el remplazo del café por maíz son muy pocos los cafetales que se mantienen, los existentes son plantas que se establecieron en el cantón desde hace varios años y su productividad es limitada, es decir, 43 quintales por hectárea.

Para el mantenimiento del cultivo o la cosecha no se estila la contratación de mano de obra, es la familia quien se encarga de realizar todo el trabajo y su comercialización el productor se traslada al cantón vecino Alamor, ya que los volúmenes de producción no son elevados como para que los comerciantes visiten al productor y adquieran el café de las chacras. (pág. 79)

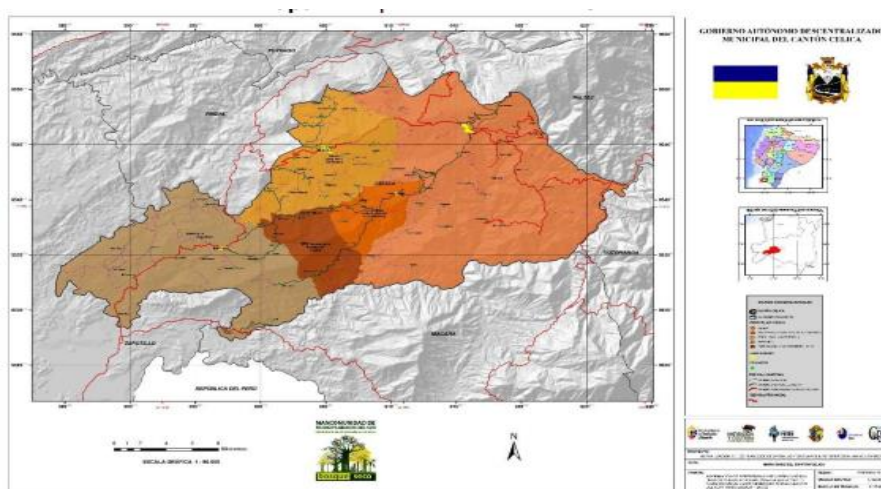
4.1.1.2 Datos del cantón Celica.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Celica 2019-2023, este cantón fue creado el 12 de diciembre, de 1878. El cantón tiene una superficie de 521.38 km² y una población total de 14468 habitantes. Celica representa el 3,2% de la población provincial, la misma que se desglosa de la siguiente forma: En el área urbana o cabecera cantonal son 7.323 habitantes, lo que representa el 50,61% de la población total del cantonal, y la población rural es de 7.145 habitantes, que representan el 49,39% de la población del cantón, repartida en las parroquias de Cruzpamba, San Juan de Pózul, Sabanilla y Tnte. Maximiliano Rodríguez. (GAD Municipal de Celica, 2020, pág. 20)

✓ Ubicación y límites

Según datos del GAD Municipal de Celica (2020) el cantón se encuentra ubicado hacia el Sur – occidente de la provincia de Loja, limitando al Norte con los cantones Paltas y Puyango; al Sur con los cantones Macará y Zapotillo; al Este con los cantones Paltas y Sozoranga; y al Oeste con los cantones Pindal y Zapotillo.

Ilustración 2 Ubicación geográfica del cantón Celica.



Nota: Ilustración recuperada del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Celica 2019-2023 (pág. 20) por el GAD Municipal de Celica, 2019.

✓ **Agricultura**

Según datos del GAD Municipal de Celica (2020) este cantón, tiene una superficie total de 52129.2 ha, está conformada por 4 parroquias rurales y una parroquia urbana, si se hace un análisis de la participación de las parroquias en la extensión del cantón se deduce que Celica representa 46% de la extensión total del cantón, Cruzpamba el 5%, Pózul el 15%, Sabanilla el 27%, y Tnte. Maximiliano Rodríguez Loaiza el 5%, respectivamente del territorio del cantón.

El área de uso agrícola alcanza 9313 ha, en cuyos espacios están considerados cultivos asociados andinos, cultivos tropicales y el cultivo de maíz que representa el 13,01%. El cantón Celica se caracteriza por los principales cultivos como son: variedad de maíz suave y amarillo en los sectores de Cruzpamba, Algarrobillo y Sabanilla; se produce también el banano en los barrios rurales como lo es las Pampas, además se produce en las parroquias Cruzpamba, Tnte. Maximiliano Rodríguez, Sabanilla y sus alrededores. Prevalen también los cultivos de maíz amarillo en los sectores de Cruzpamba, Algarrobillo y Sabanilla.

El cantón Celica también promueve el cultivo de café cuyo crecimiento se da en San Juan de Pózul, Cruzpamba y en mínimas cantidades en Algarrobillo. La leguminosa de maní se cultiva en Algarrobillo, Sabanilla y parte de Cerro Verde de la parroquia rural de Celica, pero en mínimas cantidades en el sector Zhugzho y Paltahuayco.

4.1.2 Antecedentes nacionales e internacionales de la cadena de valor del café.

En el desarrollo del presente proyecto se realizó la revisión de varios referentes los cuales exponen la caracterización de la cadena de valor y la importancia que tiene dicha cadena en los distintos sectores económicos, es de interés de esta investigación, tomar las referencias de la caracterización de 3 países productores de café, Perú, Guatemala y Honduras.

Se ha tomado como referencia los siguientes proyectos en vista que tienen eslabones de similares características a las que tienen los cantones de Pindal y Celica. Además, detallan paso a paso como se desarrolla la cadena de valor, identificando los actores directos e indirectos que participan dentro de ella, así mismo, se presenta la diagramación de dicha cadena en la que se detalla desde la provisión de insumos y maquinaria, producción, acopio, transformación y comercialización, hasta que llega al consumidor final. Por otro lado, estas investigaciones sirven como referente para conocer el impacto que tienen las asociaciones en los productores tradicionales de café.

Así mismo, se tomó como referencia el Análisis de cadena de valor del café en el Área de Desarrollo Territorial PUKARA, provincia del Azuay, en vista que en este sector no se identificaron asociaciones, solo existen productores que trabajan de manera tradicional y se pudo conocer que los eslabones de esta cadena no generan rentabilidad a causa del desconocimiento de buenas técnicas de cultivo y la optimización de recursos por parte de los caficultores.

Finalmente se tomó el diagnóstico y análisis de la cadena de valor del café ecuatoriano con el objeto de conocer su tendencia de exportación y las estrategias establecidas por cada uno de los eslabones, y sobre todo conocer los eslabones que conforman dicha cadena.

4.1.2.1 Análisis de la cadena productiva del café (Coffea arábica) en el Distrito de

Bambamarca, Perú.

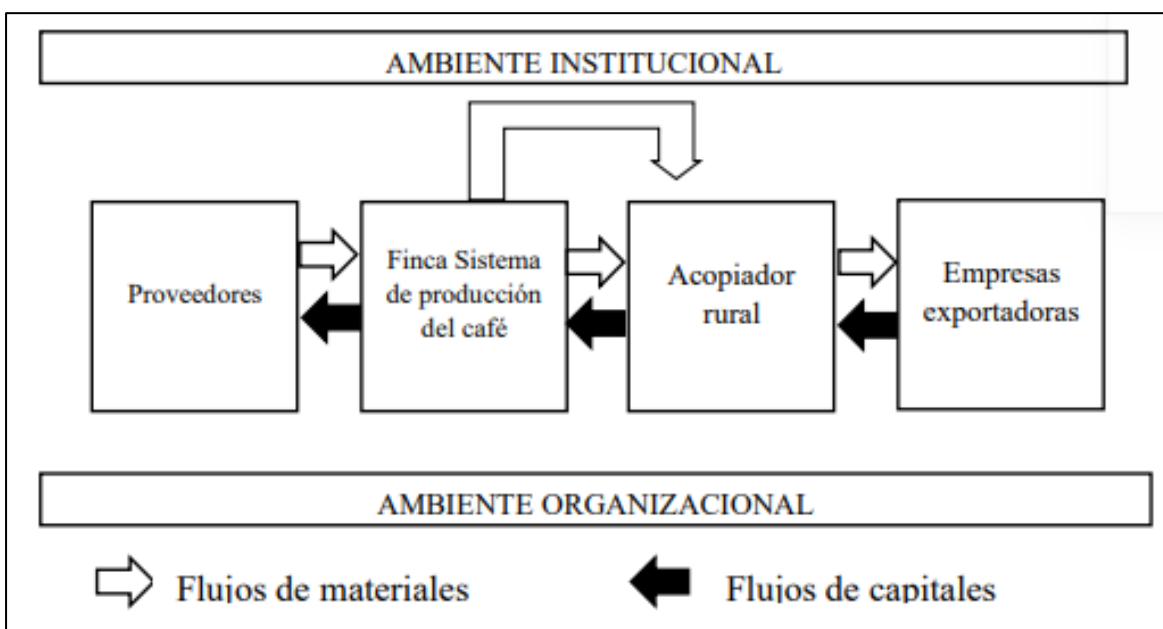
Vásquez (2018) explica que esta investigación tuvo como propósito analizar las características de los eslabones de la cadena productiva del café, y explicar la importancia de analizar dichas cadenas, tomando en consideración que su análisis permite identificar los factores críticos que limitan el desarrollo, eficiencia, calidad, competitividad, equidad y sustentabilidad de

las cadenas de valor; asimismo permite determinar, los flujos de material, de capital y los márgenes de ganancia desde el eslabón primario hasta el consumidor detallista.

En la cadena productiva del café de Perú, se identificó que el Centro Poblado El Tuco, tiene una estructura definida por cuatro eslabones:

- Proveedores (encargados de proveer semillas, maquinaria y equipos, asistencia técnica, fertilizantes, finanzas)
- Productores de café (organizados e individuales)
- Acopiador rural.
- Empresas exportadoras. (pág. 70)

Ilustración 3 La cadena productiva del café en el centro Poblado El Tuco, Bambamarca.



Nota: ilustración tomada del artículo denominado “Análisis de la cadena productiva de café en el centro Poblado El Tuco” (pág. 17), por Vásquez, 2018.

La cadena productiva del café inicia con los proveedores de semillas, maquinaria y equipos, asistencia técnica, fertilizantes y financieros, el siguiente eslabón corresponde a la finca de producción de café la cual se encuentra dividida en diferentes parcelas logrando que cada productor administre 0.57 ha, aproximadamente, los productores se encuentran organizados en un 69,2 % a través de la cooperativa agraria Natufrutales y el 30,8 % produce de manera individual, estos últimos son quienes proveen de café pergamino seco a los acopiadores rurales que juntamente con los productores organizados venden su producto a las empresas exportadoras quienes vienen a ser el eslabón final de la cadena de valor del café del Centro Poblado El Tuco.

En cuanto a la provisión de semillas y asistencia técnica es la Agencia Agraria del distrito Bambamarca, los que proveen los fertilizantes son las tiendas agrícolas, y las empresas agroexportadoras vendiendo el tipo de fertilizante Molimax café, los proveedores financieros son Mibanco y Caja Pirua los cuales financian a un 12,9% de productores, el resto trabaja con sus propios recursos.

Dentro del eslabón producción se identificó a 65 productores (27 individuales y 38 asociados en la cooperativa agraria Natufrutales) con un área promedio de producción de 0.57 ha por productor, sumando una totalidad de 37 ha, esto genera una producción de 3.24qq de café pergamino seco por productor, teniendo 210.9qq de café pergamino seco en total, que son vendidos tanto al acopiador rural como a las empresas agroexportadoras.

La participación del acopiador rural dentro de la cadena productiva solamente es con los productores individuales, los mismo que venden la totalidad del café a este agente comercial, en el 2018 el acopiador rural compro 85qq de café de los cuales 16 es café pergamino verde y 69 es café pergamino seco, el café pergamino verde es secado por este agente y obtiene como resultado un total de 77qq de café pergamino seco que lo adquiere a un precio por quintal de \$88,97.

Por otro lado, dentro de los resultados económicos en la zona de estudio se tiene que el costo de instalación del cultivo del café por hectárea es de \$ 1201,16 y el costo de mantenimiento por hectárea es de \$ 370,72 por campaña para los productores organizados mientras que para los productores individuales el costo de instalación de plantación es de \$ 1248,01 y el de mantenimiento de \$ 316,99. La rentabilidad es de \$ 190,29 en los productores organizados y de \$111,79 en los productores individuales. (pág. 9)

4.1.2.2 Cadena de valor de café de Guatemala

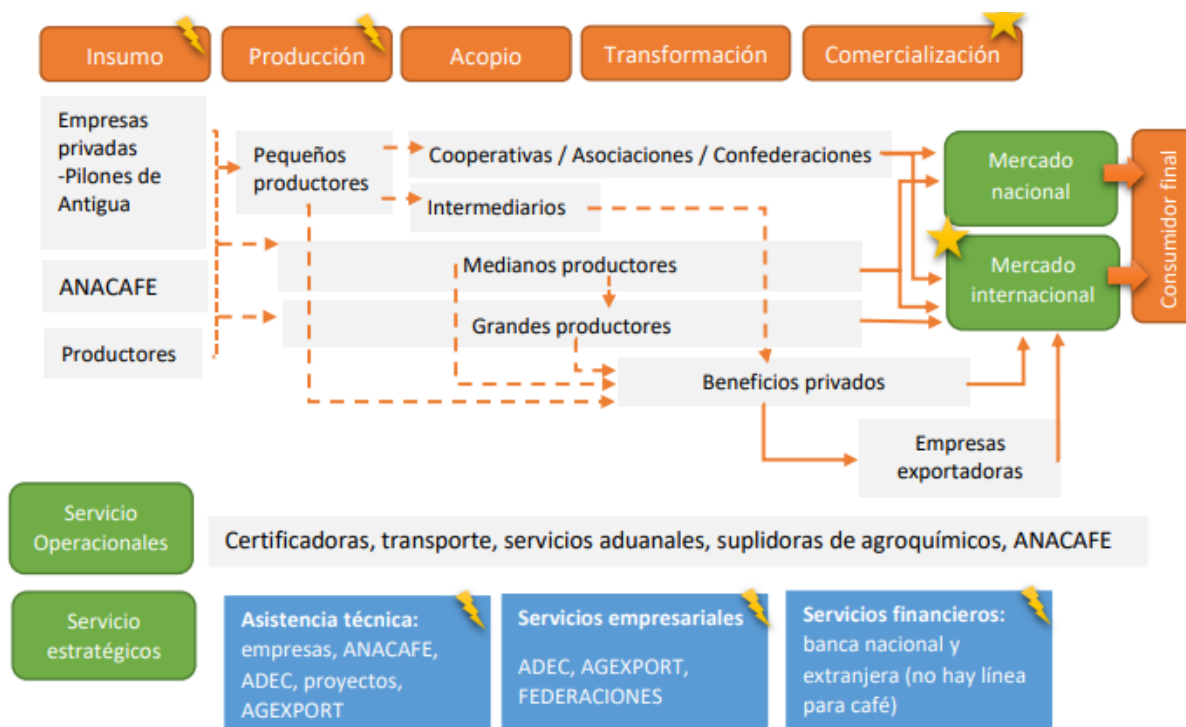
De acuerdo a lo que establece Escobedo (2018) Guatemala ocupó el segundo lugar como productor de café (*Coffea arábica*) detrás de Honduras en la cosecha 2017-2018, con un volumen producido de 3,6 millones de sacos. Además, reportó una importante recuperación de la crisis por la enfermedad de la roya. Por la importante cobertura de la producción cafetalera (305.000 ha), este cultivo representa una gran oportunidad para promover tecnologías y acciones dirigidas a la protección del medio ambiente, así como a mejoras de la calidad y productividad.

El presente proyecto tuvo como principal objetivo describir la situación actual de la cadena de valor de café de Guatemala, los actores presentes, sus relaciones y cuellos de botella.

Para ser específicos, la cadena de valor de Guatemala, está conformada por seis eslabones:

- Insumo
- Producción
- Acopio
- Transformación
- Comercialización
- Consumidor final.

Ilustración 4 Diagrama de la cadena de valor del café de Guatemala.



Nota: ilustración tomada del artículo “Cadena de valor de Guatemala” (pág. 6), por Escobedo, 2018.

Para el desarrollo de las funciones en los eslabones hay actores directos e indirectos, que son los encargados del desarrollo de las acciones desde la provisión de insumos (semillas, plántulas, agroquímicos) hasta la comercialización del café oro o tostado molido, así como de brindar los servicios de apoyo para que este proceso se realice.

Como resultados de esta investigación se obtuvo que: la caficultura en Guatemala representa un impacto positivo importante a nivel social y económico desde llegada al país. Cubre el 2,8% del territorio nacional y, por ende, las promociones de las actividades relacionadas a ellas van a tener un gran impacto en término ambiental tanto en área de cobertura, como en beneficios para las personas dedicadas a esta actividad.

Existen 8 regiones de Guatemala, dedicadas al cultivo de café, esto bajo el perfil de sabor del café, en donde existen 125.000 productores (96,8% son pequeños) con un área promedio de

1,1 ha, los cuales produjeron 3.5 millones de sacos (2017-2018), evidenciando una recuperación importante de la crisis de la roya suscitada en los años (2012-2013).

Para aumentar la producción nacional de café, es necesario renovar los cultivos en al menos 50% de los cafetales, lo que permitirá un aumento de hasta 8 millones de sacos en unos 10 años. Es preciso que, si esto sucede, se integre un paquete técnico de acompañamiento respecto a buenas prácticas que cuiden el ambiente y la calidad del grano. Las principales variedades sembradas, respecto a la calidad, son arábicas (Bourbon, Caturra y Catuaí, Typica, Maragogype y Pache.

Los pequeños caficultores llevan su café en cereza a las cooperativas, asociaciones o lo venden a los intermediarios (en pocos casos los llevan a los beneficiados). Los medianos productores los llevan a los beneficiarios o a empresas exportadoras y lo común es que los grandes productores tengan la infraestructura para hacer todo el proceso de transformación para luego ser exportado.

Se identificaron a hombres y mujeres dedicados al proceso productivo del café, sin embargo, los hombres actúan con mayor proporción respecto a las mujeres.

Se identificaron muchos obstáculos que frenan la competitividad de la cadena de valor, las cuales se pueden clasificar en tres aspectos:

- Mejora de sistemas de producción,
- Servicios estratégicos y
- Estrategia nacional de promoción de café de calidad.

4.1.2.3 Análisis de la cadena de valor de café en Honduras

En el informe presentado por la Comisión Europea (2018) permite comprender en qué medida las cadenas de valor contribuyen a un crecimiento económico inclusivo y durable desde un punto de vista social y ambiental. El análisis de la cadena de valor ayuda para la buena toma de decisiones, para el diálogo político y las operaciones de inversión. Por otra parte, permite vincular el desarrollo agrícola con las dinámicas de mercado, y determinar el impacto de las cadenas de valor sobre los pequeños productores y las empresas.

El sector cafetalero en Honduras ha presentado un marcado dinamismo durante la última década, pese a la crisis de la roya y facilitado por precios internacionales favorables. Por otro lado, Honduras es el primer productor y exportador Centroamericano de café con una producción estimada de 9,3 millones de quintales oro (qq) en 2017 (1 quintal oro = 46kg). Actualmente este país ocupa el sexto lugar en las exportaciones mundiales. Sin embargo, los precios de exportación son inferiores que en los países vecinos.

Las regiones cafetaleras se agrupan en 3 categorías: desarrolladas (Copán, Montecillos); de desarrollo intermedio (Opalaca, Comayagua); menos desarrolladas (Agalta, El Paraíso). De acuerdo al estudio realizado un 85% de productores son individuales mientras un 15% se encuentran organizados en forma de cooperativas o empresas asociativas.

La intermediación está dominada por un gran número de intermediarios informales quienes compran el café en uva y en pergamino seco y pagan antes de la cosecha para comprometer la venta.

La cadena de valor del café es de suma importancia para la sociedad hondureña. Involucra a diferentes actores: jornaleros, cortadores, productores (en su gran mayoría minifundistas y pequeños productores), intermediarios, transformadores y exportadores, así como dueños de cafeterías en el mercado nacional y proveedores de servicios a lo largo de la cadena.

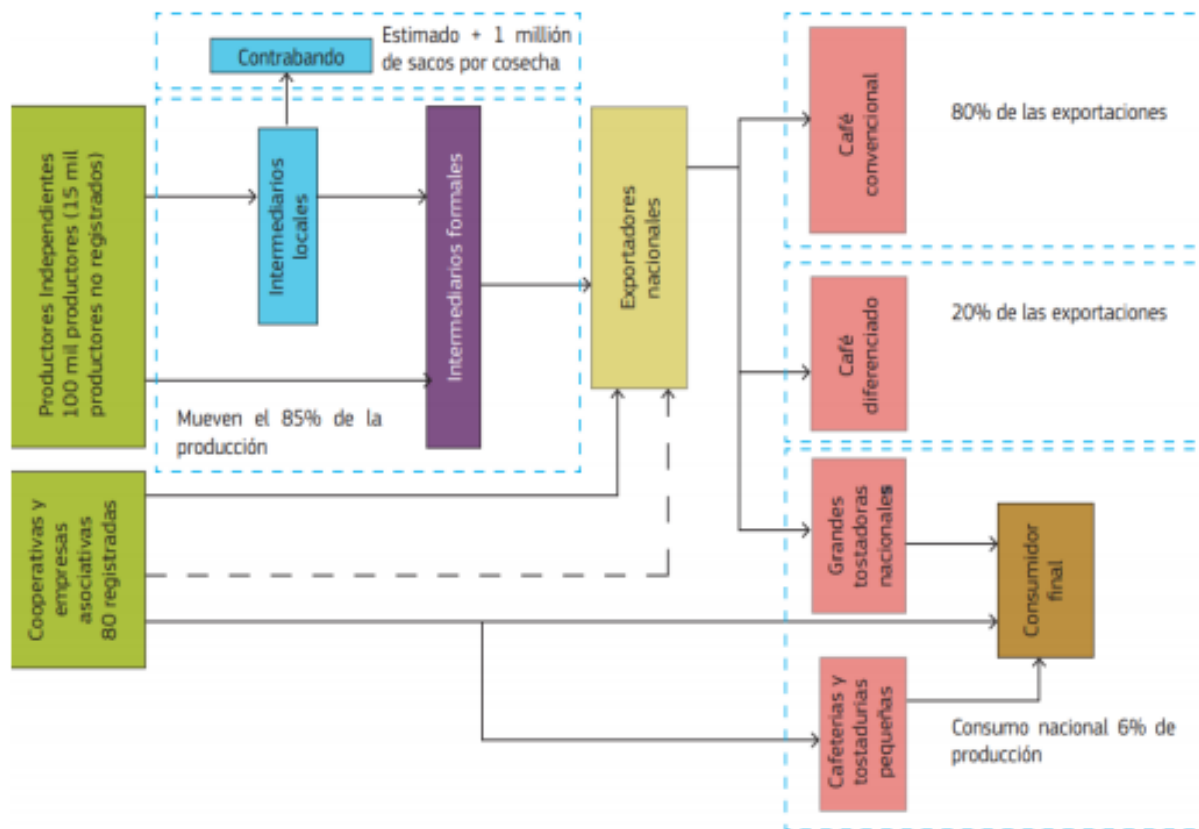
Honduras cuenta con un 'Fideicomiso cafetalero' que consiste en una retención de 9 USD a los productores por cada quintal vendido y exportado. Esto constituye una garantía bancaria que abre oportunidades de crédito para los productores. Si el productor no hace uso del fideicomiso, una vez reportada la venta del café por parte de los exportadores, se devuelve el monto al productor.

Una forma en la que los productores de la cadena de café pueden mejorar su ganancia es a través del procesamiento y venta, reduciendo la humedad del café (secado de patio o entrega de pergamino seco), ya que, para las compañías exportadoras, los principales costos son los de operación (que depende del volumen exportado, del tipo de maquinaria o de preparación).

La cadena del café de Honduras genera ingresos y empleo para alrededor de 120 mil familias cafetaleras y 300 mil trabajadores rurales, beneficiando a más de un millón de personas, en su mayoría minifundistas y pequeños productores. La exportación de café ha generado en los últimos años entre \$850 y \$1100 millones, esto debido al aumento de la calidad y de las ventas de café diferenciado.

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

Ilustración 5 Cadena de valor del café de Honduras.



Nota: ilustración tomada del artículo “Análisis de la cadena de valor del café” (pág. 1), por la Comisión Europea, 2018.

4.1.2.4 Análisis de la cadena de valor de café (coffea arábica) en el área de desarrollo territorial PUKARA, provincia del Azuay.

El presente estudio realizado por Pila (2019) en el sector Pukara perteneciente a la provincia del Azuay, tuvo como objetivo conocer el estado actual de la cadena de valor de café, a través del análisis técnico y económico a los diferentes eslabones de la cadena, utilizando la metodología Value Links propuesta por la Cooperación Técnica Alemana (GTZ).

Los resultados obtenidos de la investigación, demuestran que la cadena de valor del café se encuentra en un estado inicial, al atravesar un proceso de reactivación de la zona cafetalera y sus eslabones presentan debilidades en el aspecto técnico y económico.

Además, la cadena presenta un circuito corto de comercialización, en vista que no existen intermediarios, piladores o acopiadores, la cadena presenta una aglomeración de actores en el eslabón de producción y un solo actor en el eslabón de transformación.

Los eslabones de la cadena de valor no han establecido un anclaje debido a que los volúmenes de producción son muy bajos, además existe la carencia de asociaciones que permitan generar canales de comercialización y por lo tanto les den más valor a los productores.

La cadena de valor en el aspecto técnico presenta muchas deficiencias tanto en el eslabón de producción como en el eslabón de transformación, sus procesos son artesanales y un tanto empíricos, lo que provoca que el desconocimiento de buenas prácticas agrícolas como manufactureras limiten la agregación de valor a los productos finales y como consecuencia reduzca competitividad y precio frente al café distribuido en los mercados más cercanos. (pág. 68)

La cadena en el aspecto económico no es rentable y requiere la reducción de costos de producción, lo que ha impedido que la rentabilidad del cultivo llegue en los primeros años de

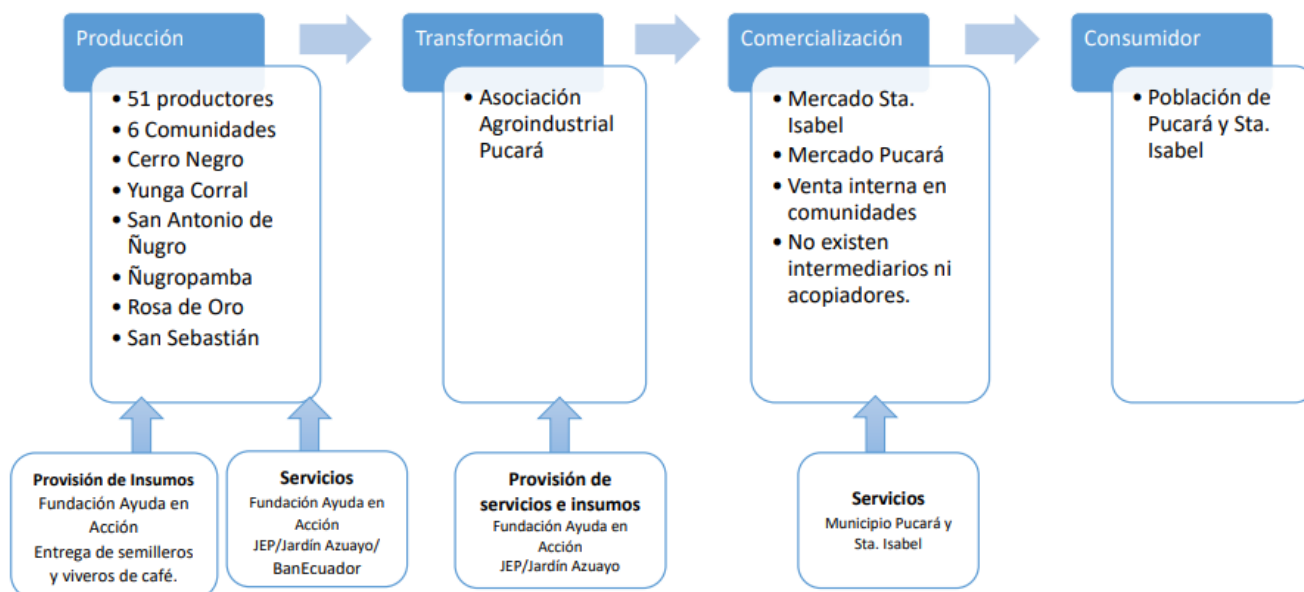
producción, además de agregar valor con procesos pos cosecha que les permita entregar un producto de mayor calidad al mercado.

Otro punto importante dentro de la investigación, es que ambos eslabones no reportan rentabilidad luego de comercializar el producto en los diferentes estados de transformación, esto se debe a los altos costos de producción que registran cada uno, por lo que general esto sucede por la falta de conocimiento de nuevas técnicas de cultivo que les permitan optimizar los recursos y generar rentabilidad en la venta del café.

Finalmente, El único actor que presta sus servicios al sector cafetalero es la Fundación Ayuda en Acción, ya que promueve el crecimiento de la producción cafetalera en la zona, lo que aporta técnica y económicamente en el proceso, y trabaja con familias que disponen sus tierras para la producción. (págs. 27-28).

A continuación, se muestra la cadena de valor:

Ilustración 6 Mapeo de la cadena de valor de Pukara, provincia del Azuayo.



Nota: ilustración tomada de “Análisis de la cadena de valor del café en el Área de Desarrollo Territorial de Pukara” (pág. 29) , por Pila Laines, 2019.

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

La presente investigación realizada por González Méndez (2018) detalla que Ecuador se caracteriza por ser un productor de café de las especies Coffe arábica y Coffea canephora, distribuidas en las cuatro regiones geográficas del país (Costa, Sierra, Amazonía y región Insular). La actividad cafetalera presenta varios factores que inciden en la productividad y la calidad del grano, así como la inestabilidad de precios en el mercado mundial, fenómenos naturales como El Niño, la reducción del área cultivada y la edad avanzada en los cafetales, todos estos elementos inciden negativamente en la economía de los agricultores.

El presente proyecto tuvo como principal objetivo estudiar el perfil de la cadena de valor del café (coffea arábica) a nivel nacional, cuantificar su tendencia de exportación y proponer estrategias de desarrollo por eslabones, y dentro de los objetivos específicos, caracterizar la producción del café en función de su dinámica de exportación del periodo 2010-2015, identificar los principales eslabones de la cadena productiva del café en el Ecuador, y proponer estrategias específicas para el café en la provincia El Oro.

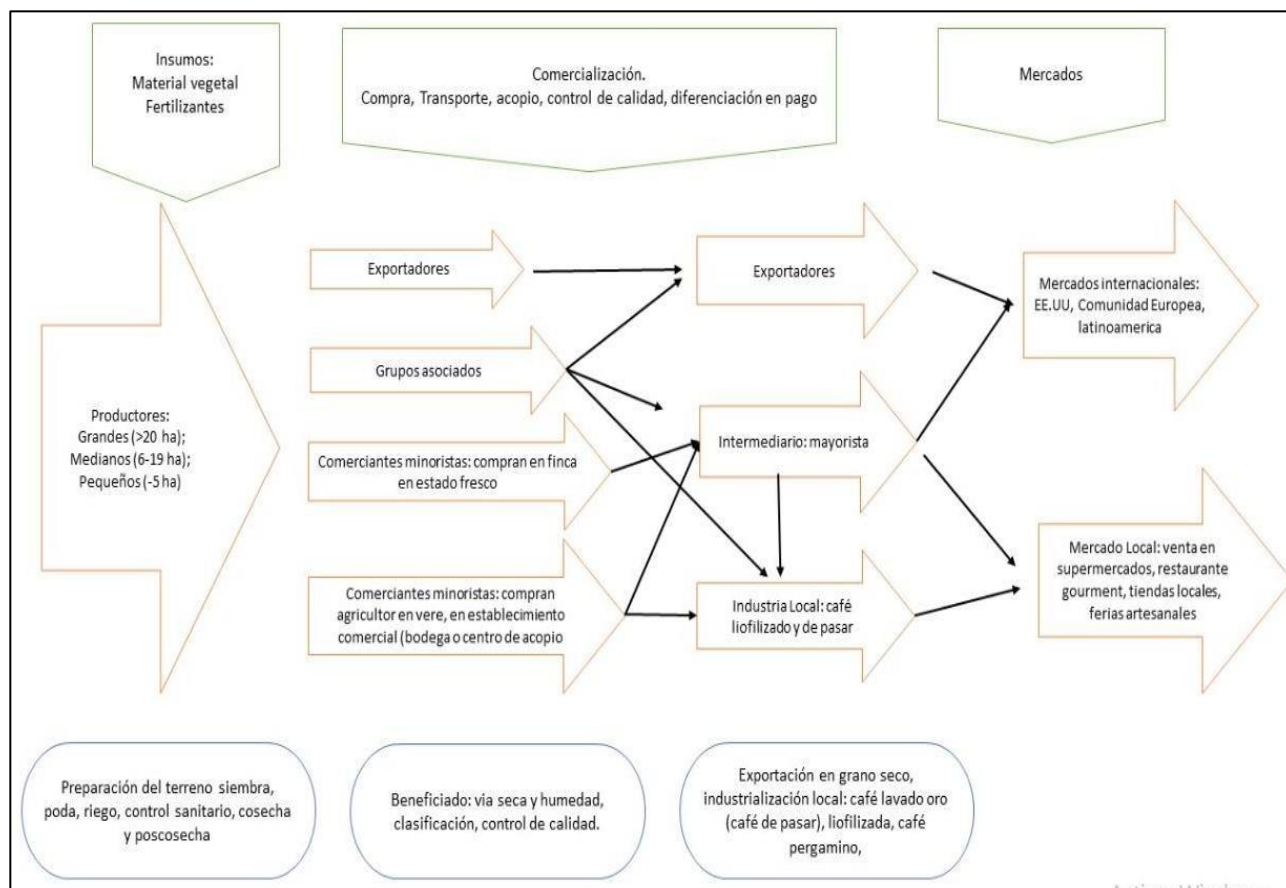
En función a los objetivos antes mencionados, el presente proyecto tuvo como resultados lo siguiente: La producción de café mantuvo una tasa de crecimiento inferior al 0.1% durante el periodo 2010-2015, con un promedio de área cosechada de 83113,88 ha y un rendimiento de menos de 0,16 toneladas de hectáreas al año, resultados inferiores comparados con los de Perú o Venezuela.

Los principales países importadores de café ecuatoriano son Colombia, Alemania, Polonia y Rusia. Exactamente, la cadena de valor del café ecuatoriano está integrada por 3 eslabones, en 3 puntos a favor en el análisis vertical relacionado con las variedades arábicas y robusta, y 3 muy

favorables en el análisis territorial, donde las bondades de la tierra y la biodiversidad inciden en su buen sabor y aroma.

Las estrategias sugeridas están en función del fomento de los cultivares de café orgánicos y en desarrollar una marca país para incentivar el consumo de café de las marcas locales.

Ilustración 7 Cadena de valor del café ecuatoriano



Nota: ilustración tomada de *Diagnóstico y Análisis de la Cadena de Valor del Café Ecuatoriano* (pág. 39), por González 2018.

4.2 Marco teórico

4.2.1 El café

El café pertenece a la familia de las rubiáceas (Rubiaceae), grupo que engloba unos 500 géneros y más de 6000 especies, la mayoría árboles y arbustos tropicales. Dentro del género *Coffea* hay más de 100 especies, todas ellas autóctonas de África tropical y de algunas islas de Océano Índico, como Madagascar. La mayoría comprenden desde arbustos hasta árboles de 5 a 10 metros de altura. Sus hojas son elípticas, acabadas en punta y aparecen por pares. Presentan peciolo cortos y pequeñas estípulas, y en el envés pueden aparecer unas pequeñas cavidades que albergan pequeños artrópodos, conocidas como domotia. Las hojas pueden ser también de distintos colores: verde lima, verde oscuro, bronce o con matices purpúreos. Los frutos son tipo drupa, con epicarpio carnoso y doble semilla. Las flores aparecen en inflorescencias. (Waller & Rory, 2007)

El café es un producto de gran importancia en la economía de Ecuador, debido a que es una pieza importante de la exportación de este país y por ende muy cotizado en el mundo. Ecuador tiene una gran capacidad para producir café ya que puede exportar todos los tipos de café existentes. Este país cuenta con varios ecosistemas en cada región, lo que ha permitido que se pueda cultivar el grano de café de las diferentes clases, debido a su ubicación geográfica, el sabor de café se considera como uno de los mejores en Sur América, Estados Unidos y hasta Europa. (PROECUADOR, 2013, pág. 4)

4.2.1.1 Origen e Historia

El género *Coffea* es una población vegetal muy diversa que comprende una amplia gama de especies, variedades e híbridos, las mismas que a través del tiempo han sufrido innumerables cambios ya sea de manera espontánea o inducidos por el hombre, para aprovecharlas en su beneficio. (INIAP, 2003)

El origen del café arábigo es en el continente africano en las montañas sur occidentales de Etiopía, el altiplano del Sudán y el Norte de Kenia, donde es un componente natural del sotobosque, ubicado de 1 300 a 2 000 metros de altitud. (Carvalho, 1997)

Las especies arábigo y robusta tienen mayor importancia comercial y alto valor genético. El café arábigo, es una especie tetraploide ($2n=44$) preponderantemente autógena y el café robusta es diploide ($2n=22$) de naturaleza alógama. En los procesos de mejoramiento genético, orientados al incremento de la productividad y búsqueda de resistencia a la roya del café se han considerado algunos híbridos interespecíficos naturales como el Híbrido de y/o artificiales como el Icatú y Arabusta. (Bettancourt, 2002)

En la actualidad, el café arábigo se cultiva en las zonas del sistema montañoso Chongón-Colonche, desde la parte alta de Olón, Pedro Pablo Gómez, Paján, Jipijapa, 24 de mayo, Santa Ana, Pichincha, Junín, Chone, Sucre hasta Jama y Pedernales, al norte de Manabí. El café arábigo, también se cultiva y produce muy bien en las estribaciones occidentales y orientales de la cordillera de los Andes, donde se destacan las zonas de Intag, en Imbabura, Puerto Quito, Gualea, Pacto, Mindo y Tandapi, en Pichincha, Moraspungo, en Cotopaxi: Caluma, Echeandía y Balsapamba, en Bolívar: Pallatanga, en El Oro; Alamor, Celica, Chaguarpamba, Olmedo, Paltas y Vilcabamba en Loja Zumba y Chito. (Pozo, 2014)

4.2.1.2 El café en Ecuador

Según Jiménez Torres & Maza Sánchez (2016) Ecuador posee una amplia variedad de ecosistemas, los cuales permiten que los cultivos de café se den tanto en la costa, sierra, oriente y galápagos, y debido a las diversas características climáticas, de ubicación geográfica y edafológicas, el café de Ecuador es uno de los mejores producidos en América del Sur y los más demandados en Europa y Estados Unidos. En el Ecuador se produce principalmente café arábigo

(62%) y en menor cantidad robusta (38%). Más del 95% de las unidades productivas son sembradas con una variedad poco productiva como es el Typica, cuyo resultado impacta en la baja productividad del sector cafetalero en el país. (pág. 122)

Al igual que en los demás países cafetaleros, la producción de café es una actividad familiar que demanda mucha mano de obra y genera empleo rural y urbano, pues a las jornadas en el campo se suman aquellas necesarias para los procesos de comercialización, transporte, preparación del grano para la exportación y de industrialización. (ANACAFÉ, 2002)

Según la Organización Internacional en red, Rikolto (2018) cerca de 46 mil productores ecuatorianos dependen del café, cultivo al que destinan alrededor de 96.312 hectáreas. Pero no todos ellos tienen la capacidad de ofrecer al mercado café de especialidad, además que no tienen un adecuado desarrollo de métodos de producción y pos-cosecha, por lo que este trabajo es necesario integrarlo en las cadenas de valor productivas para facilitar su profesionalización. A este reto se suma la escasa asociatividad en el sector: solo un 19% de productores pertenece a organizaciones, pese a que los unen tanto retos como oportunidades.

4.2.1.3 Especies y variedades del café.

Según la Asociación Nacional del Café (ANACAFÉ, 2016) de las más de 100 especies correspondientes al género *Coffea*, solamente 2 especies son de importancia económica:

- ***Coffea arábica***: especie más cultivada en el mundo, aporta aproximadamente el 60% de la producción mundial de café, produce bebida de buena calidad. Solamente esta especie es autógama, es decir que las flores de estas tienen capacidad de auto polinizarse, esto se debe a que es una planta tetraploide, compuesta de células que contienen el doble de cromosomas que una célula somática normal o sean 92 cromosomas.

- **Coffea canphora:** también conocida como robusta, aporta alrededor del 40% de la producción mundial del café. Produce una bebida de menor calidad que la del café arábigo. Es una planta diploide, es decir que cada célula contiene 2 series de cromosomas, es decir 46 cromosomas; por tal motivo, cada flor necesita el polen de flores de otras plantas para su polinización. (pág. 3)

Dentro de la especie arábica se encuentran las siguientes variedades:

Caturra: fue descubierto en Brazil, es una mutación de la variedad Bourbon, es una planta de porte bajo, con una altura promedio de 1.80 metros, con eje principal grueso y entrenudos cortos, el ángulo de las ramas jóvenes es de 45 grados con el tallo principal su ramificación se caracteriza por tener entrenudos cortos, con ramas secundarias abundantes que le da a la planta una apariencia compacta.

Las hojas son grandes, lanceoladas y anchas, de color verde oscuro y textura un poco áspera, con bordes ondulados y consistentes; produce frutos de color rojo y frutos amarillos, produce granos (zaranda 16). Se adapta mejor entre los 600 y los 1.300 m.s.n.m. y tiene gran tolerancia a la sequía, viento y a la exposición del sol.

Catuai: este resulta de la mezcla de las variedades de Mundo Novo y Caturra. Se adapta muy bien en rangos de 600 a 1,370 metros sobre el nivel del mar, tiene una altura promedio de 2.25 metros, produce frutos de color rojo y amarillo, en condiciones óptimas de clima y suelo, puede llegar a producir 55 quintales de café pergamino por manzana, es decir 75 quintales por hectárea). Requiere de un manejo adecuado y oportuno de las diferentes actividades agronómicas, especialmente lo que se refiere a la nutrición y control de roya.

Pache: es una mutación de la variedad Típica, es de porte bajo por lo que tolera vientos moderados, tiene una altura promedio de 1.80 metros. Las hojas son de color verde y consistencia

áspera y forma elíptica. Se adapta mejor entre los 1.200 y los 1.900 m.s.n.m. Puede producir un promedio de 50 quintales de café pergamino por hectárea. La variedad Villalobos tiene características similares, ya que también es una mutación de la variedad típica.

Lempira o Catimor: fue desarrollado en Costa Rica, es de porte bajo, brotes de color bronce, alta productividad ya que se puede producir de 50 a 70 quintales pergamino secos por manzana, con buena adaptabilidad en zonas de 800 a 1400 metros sobre el nivel del mar.

Castillo: se originó en Colombia, posee varios genes de resistencia a la enfermedad de los frutos de café, la roya. Es una planta de porte bajo, ligeramente más alta y con ramas más largas que la variedad Caturra, vigorosa y de alta productividad. No presenta diferencia en cuanto al aroma, sabor y acidez respecto a las variedades Típica, Caturra, y Bourbon.

Típica: esta variedad tiene una importancia histórica, ya que fue la base del desarrollo de la caficultura en América, es originaria de Etiopía. Puede alcanzar los 4 metros de altura, su fruto es alargado, grande, de coloración vinosa cuando maduran. Se adapta mejor entre los 1.300 y los 1.800 m.s.n.m. Es de baja producción y susceptible a la roya, sin embargo, este café es muy reconocido por su excelente calidad de taza.

Bourbon: tiene forma puntiaguda, los brotes son de color verde, hoja más ancha con bordes ondulados, el fruto es de menor tamaño, de color rojo en su madurez y excelente calidad de taza. presenta una capacidad productiva 20 a 30 % superior a la variedad Típica. Se cultiva en diferentes altitudes, pero los mejores resultados se obtienen en zona media y altas de 1,070 a 1, 980 metros sobre el nivel del mar. El Bourbon es una variedad muy susceptible a vientos fuertes y a la roya.

Mundo Novo: es el resultado de un cruce natural entre la variedad Sumatra (Típica) y la variedad Bourbon. Tiene una altura promedio de 3 metros, con gran vigor vegetativo y mucha capacidad de producción. La maduración de sus frutos es tardía comparada con el Bourbon, con

frutos de tamaño mediano y de coloración rojo o amarillo. Se adapta bien en rangos de altitud de 1,070 a 1,680 metros sobre el nivel mar (3,500 a 5,500 pies sobre el nivel del mar). Es susceptible al ataque de roya.

Geisha: es originaria de Etiopía. Puede alcanzar los 3 metros de altura, sus hojas son lanceadas, angostas y de color verde. Con un buen manejo agrícola y una adecuada nutrición puede llegar a producir 75 quintales por hectárea. Su fruto es de tamaño mediano a grande, de color rojo, y se adapta mejor en climas fríos, por encima de los 1.400 m.s.n.m. Produce una excelente calidad de taza, por lo que tiene gran demanda en mercados especiales.

Catucaí: es el producto del cruce de las variedades Icatú y Catucaí amarillo. Tiene una resistencia moderada a la roya, por lo que las plantas pueden ser infectadas, pero sin causarles graves daños, por lo que no pierden muchas hojas. Es una planta de vigor, productividad alta, ramificación abundante y sus frutos son de tamaño mediano y de color rojo o amarillo. (ANACAFÉ, 2016, págs. 5-26)

4.2.1.4 Fases fenológicas del cultivo de café

De acuerdo a Vignola, Watler, Poveda & Vargas (2018) el ciclo fenológico del café está dividido en 6 fases:

- **Fase de germinación y almácigo:** periodo de desarrollo del embrión, hasta convertirse en plántula. Se debe trabajar con material libre de enfermedades, se recomienda el uso de semillas con un porcentaje de germinación mayor al 80%. El almácigo puede realizarse en capó y en bolsa, se recomienda realizar 8 semanas antes del trasplante.
- **Fase de desarrollo y reposos de yemas florales:** las yemas ubicadas en las axilas foliares de los nudos de las ramas del cafeto son las que dan origen a las flores, estas van creciendo hasta alcanzar un tamaño de 4 a 6 mm. Aun estando verdes los botones florales detienen

su crecimiento y entran en un periodo de reposo o latencia que puede durar alrededor de 30 días.

- **Fase de floración:** está relacionada directamente con la cantidad y calidad de frutos a cosechar. La latencia de los botones florales se rompe cuando se presentan lluvias, las yemas renuevan su crecimiento en forma acelerada y durante 8 a 10 días después ocurre la apertura de la flor. Una flor abierta dura en promedio 3 días.
- **Fase de llenado de frutos:** Para el desarrollo de frutos la planta moviliza asimilados de todas las hojas de una rama y de ramas laterales (excepto las más tiernas). Posterior a la floración comienza el proceso de formación y crecimiento del fruto, seguido del desarrollo del endospermo, la semilla y finalmente el crecimiento máximo del grano verde.
- **Fase de maduración:** conjunto de cambios morfológicos y fisiológicos que se dan a partir de la fecundación hasta el momento en que la semilla se encuentra en condiciones de ser cosechada. Para la cosecha se utiliza el criterio empírico del color de la cereza, la cual muestra tonalidades verdes, amarillas y rojas.
- **Fase de reposo:** durante este periodo se realiza la poda de la planta. La poda se puede realizar después de varias cosechas cuando la planta ingresa en un periodo de agotamiento productivo. (págs. 9-11)

4.2.1.5 Proceso productivo del café

Según la Guía ambiental para el sector cafetero (2017) el proceso productivo del café está formado por los siguientes pasos:

Germinador: consiste en un cuadro hecho con madera o ladrillos, en el cual se siembra la semilla, la misma que debe estar disponible 8 meses antes del trasplante definitivo en campo, de este periodo, 2 meses corresponden a la etapa de germinador y 6 meses al almácigo. Para realizar

este proceso se necesita de guaduas o estacones de madera redondel, arena lavada de río, pulpa descompuesta o materia orgánica, bolsas plásticas, materiales para disponer sombra en vivires, y plaguicidas de baja toxicidad.

Almácigo: tiene como finalidad el desarrollo adecuado y la selección de las plántulas para el establecimiento del cultivo. En este paso se usan bolsas de polietileno color negro, calibre 1.5 a 2, perforados a los lados y al fondo, y de un tamaño de 7x23cm, se utiliza una mezcla de tierra y pulpa de café.

La desinsectación de la tierra para el almácigo se puede hacer mediante solarización, lo que se logra tapándola con un plástico y dejándola al sol por una semana.

Preparación del terreno, trazado ahoyado y siembra: en esta etapa se determina un sistema de siembra, se realiza los diferentes trazos en la tierra para la siembra de las plántulas, teniendo en cuenta la distancia entre cada plántula. Las plantas se demoran aproximadamente 18 meses en dar sus primeros frutos y alcanzan su capacidad máxima de producción aproximadamente a los 3 años de haber sido sembradas.

Manejo de arvenses: está basada en la selección de coberturas nobles, que permiten la conservación del recurso suelo las mismas que protegen del impacto de las gotas de lluvia, principal causante de la erodabilidad de los suelos cafeteros.

Fertilización: esta etapa consiste en darle un adecuado cuidado a la planta, procurando utilizar insumos que no afecten al medio ambiente, ni dañen la calidad del café. Se debe realizar el control de la maleza, realizando el deshierbe a tiempo, y el control de plagas para prevenir que enfermedades como la broca o la roya dañen el cultivo.

Manejo de enfermedades: se debe tener cuidado especialmente de la roya, a través del control químico, esto es, aplicación de fungicidas de baja categoría toxicológica. Mal Rosado,

Corticium salmonicolor, ataca hojas, frutos y ramas. Para su control se recomienda el uso de podas de las partes enfermas en la época de verano. Phoma, se debe evitar el paso del aire frío, mediante el uso de barreras de plátano. Sombríos transitorios como el plátano y la higuerilla disminuyen el impacto de la enfermedad.

Cosecha: se debe recoger solo frutos maduros, ya que permite el aumento de ingresos por venta de mayor cantidad de café (mejor conversión de café cereza: café pergamino seco), reducción de reinfestaciones de broca y eliminación de pérdidas hasta por el 10% debidas a frutos no recolectados o que caen al suelo.

Despulpado: se debe realizar en seco aprovechando la gravedad. A través de los estudios se ha comprobado que se puede despulpar el café sin agua, sin afectar la capacidad del proceso y la calidad de los granos. Esta práctica evita la contaminación producida en un 72%.

Remoción del mucílago: tiene como finalidad hacer que el mucílago que cubre el pergamino se descomponga y una vez fermentado se disuelva en agua, eliminándose por medio del lavado. Su duración oscila entre 18 y 30 horas, según el clima.

Lavado y secado: el lavado se hace con agua limpia y el secado mediante un proceso natural o artificial. Naturalmente el proceso se hace con la energía solar para lo cual se utilizan carros secadores o marquesinas, con el fin de exponer los granos a la radiación solar y el viento. Artificialmente se usan secadoras con diferentes tipos de combustible (carbón, coque, gasolina, gas).

Trillado: también conocido como pilado, consiste en separar el pergamino del grano verde de café mediante fricción realizada con una máquina trilladora, también se puede realizar manualmente frotando unos granos contra otros. Después de esto, el café ya puede ser tostado.

(págs. 66-77)

4.2.2 Cadena de valor

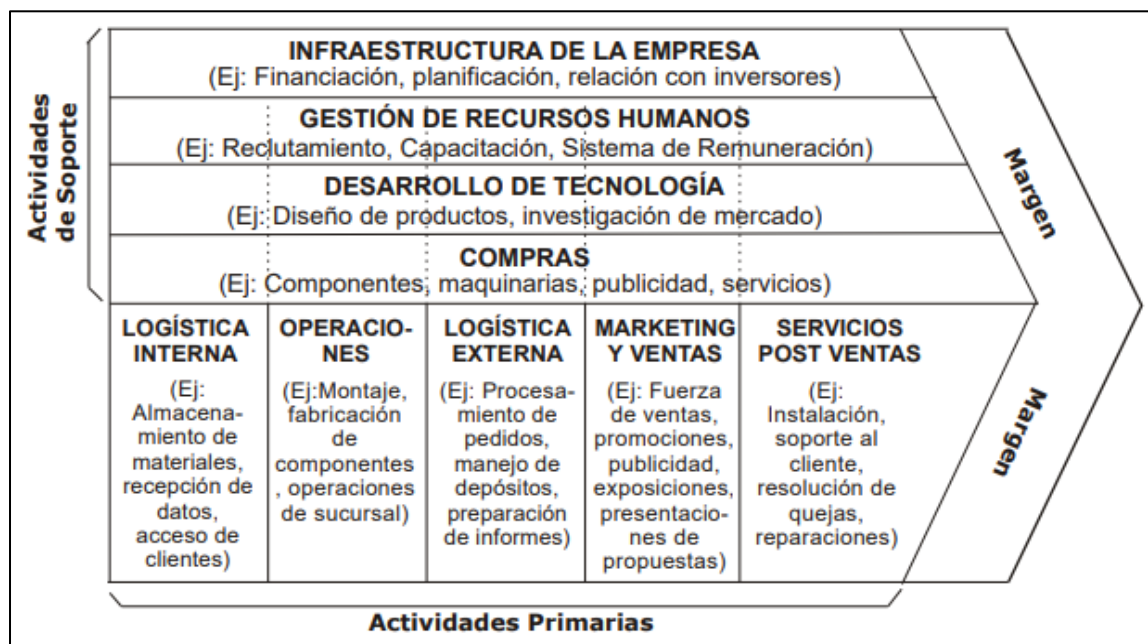
De acuerdo a lo que establece Porter (1987) la cadena de valor es una herramienta de gestión, que contiene el valor total y consta de actividades relacionadas con valores y de margen. Se trata de las actividades específicas en aspectos físicos y tecnológicos que se llevan a cabo. Son las estructuras mediante las cuales se crea un producto útil para los compradores. El margen es la diferencia entre el valor total y el costo total de efectuarlas. También las cadenas de valor de los proveedores y canales introducen un margen que conviene aislar al entender las causas de la posición de una organización en costos, puesto que el margen de unos y otros forma parte del costo total cargado al cliente. (pág. 36)

Por otra parte, Fránces (2001) establece que la cadena de valor proporciona un modelo de aplicación general que permite representar de manera sistemática las actividades de cualquier organización, ya sea aislada o que forme parte de una corporación. Se basa en los conceptos de costo, valor y margen. La cadena de valor está conformada por una serie de etapas de agregación de valía, de aplicación general en los procesos productivos.

La cadena de valor proporciona:

- Un esquema coherente para diagnosticar la posición de la empresa respecto de sus competidores
- Un procedimiento para definir las acciones tendentes a desarrollar una ventaja competitiva sostenible.

Ilustración 8 Cadena de valor genérica.



Nota: esta ilustración ha sido tomada del libro *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de su desempeño superior*. (Porter, 1987, pág. 55)

4.2.2.1 Elementos de la cadena de valor

Según Porter (1987) una cadena de valor genérica está conformada por 3 elementos básicos, que son las actividades primarias o principales, las actividades de apoyo o auxiliares, y el margen.

✓ **Actividades primarias o principales.**

Se trata de aquellas actividades implicadas directamente en la elaboración del producto (diseño, fabricación, venta o entrega al comprador, así como el servicio postventa). Está conformado por los siguientes eslabones.

- **Logística interna:** comprende las operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas.

- **Operaciones-producción:** se trata de actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en el producto final, esto es la fabricación, mantenimiento del equipo, etc.
- **Logística externa:** conformada por actividades relacionadas con el aprovisionamiento de insumos y materias primas proporcionados por los proveedores, y la distribución los productos terminados hacia los consumidores.
- **Ventas y marketing:** actividades encaminadas a proporcionar un medio por el cual los clientes pueden comprar el producto o servicio e inducirlos a hacerlo.
- **Servicio postventa y mantenimiento:** actividades relacionadas con la prestación de servicios para mantener y realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías, servicios técnicos y soporte de fábrica al producto.

✓ **Actividades de apoyo o auxiliares**

Son actividades que dan soporte a las actividades primarias, y también se apoyan entre sí. Su principal objetivo es incrementar la eficiencia de las actividades principales y del proceso de creación de valor:

- **Infraestructura:** operaciones de apoyo a toda la empresa, y no a actividades individuales, como por ejemplo planificación, aspectos legales, contabilidad, finanzas, etc.
- **Investigación, desarrollo y diseño:** cada actividad generadora de valor representa tecnología, ya sea a través de conocimientos (“Know-How”), procedimientos o a través de la tecnología dentro del proceso.
- **Recursos humanos:** son actividades implicadas en la búsqueda, contratación, formación y desarrollo de todo el personal de la empresa.

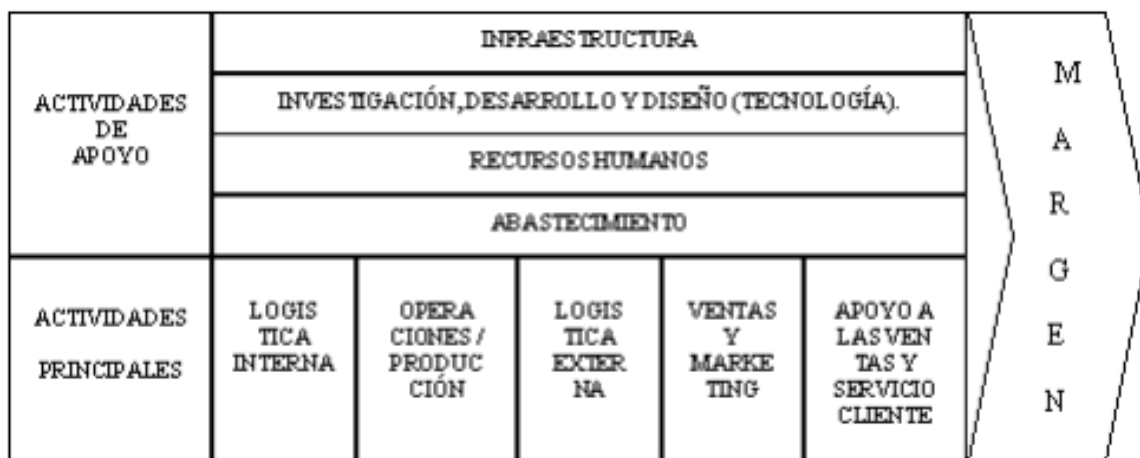
- **Abastecimiento:** se refiere a la función de compra de materias primas utilizadas en la cadena de valor, y no a materias compradas en sí.

✓ **El margen**

El margen es la diferencia entre el valor total y los costes totales incurridos por la empresa para desempeñar las actividades generadoras de valor.

Generalmente, la Cadena de Valor de Porter presenta la siguiente forma, donde las actividades principales siguen una secuencia. Es decir, desde que se reciben los "inputs" o materias primas hasta que sufren el proceso de transformación, pasando a ser "outputs" o productos terminados. (págs. 381-383)

Ilustración 9 Cadena de valor de Porter



Nota: ilustración tomada de *“Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior”*, propuesta por Michael E. Porter (1987).

En esta cadena de valor se representan los distintos tipos de actividades que, según Porter, configuran el valor. Los dos parámetros clave que se utilizarían para agrupar las actividades que den valor desde un punto de vista estratégico son: que utilicen la misma tecnología; y que los factores que condicionen el coste de la realización de la actividad, sean los mismos.

La organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2015) propone también un marco para caracterizar a las cadenas de valor alimentarias sostenibles (ilustración n°10), se distinguen cuatro funciones básicas (eslabones o fases): producción (por ejemplo, agricultura o pesca), agrupamiento, elaboración y distribución (venta al por mayor y al por menor).

4.2.2.2 Marco de las cadenas de valor Alimentarios de la FAO

Según la FAO (2015) los actores de la cadena de valor (CV) reciben el respaldo de proveedores de apoyo al desarrollo empresarial; estos no son propietarios del producto, pero desempeñan una función esencial en la facilitación del proceso de creación de valor. Junto a los actores de la CV, estos proveedores de apoyo representan la CV ampliada.

Se pueden distinguir tres tipos principales de proveedores de apoyo:

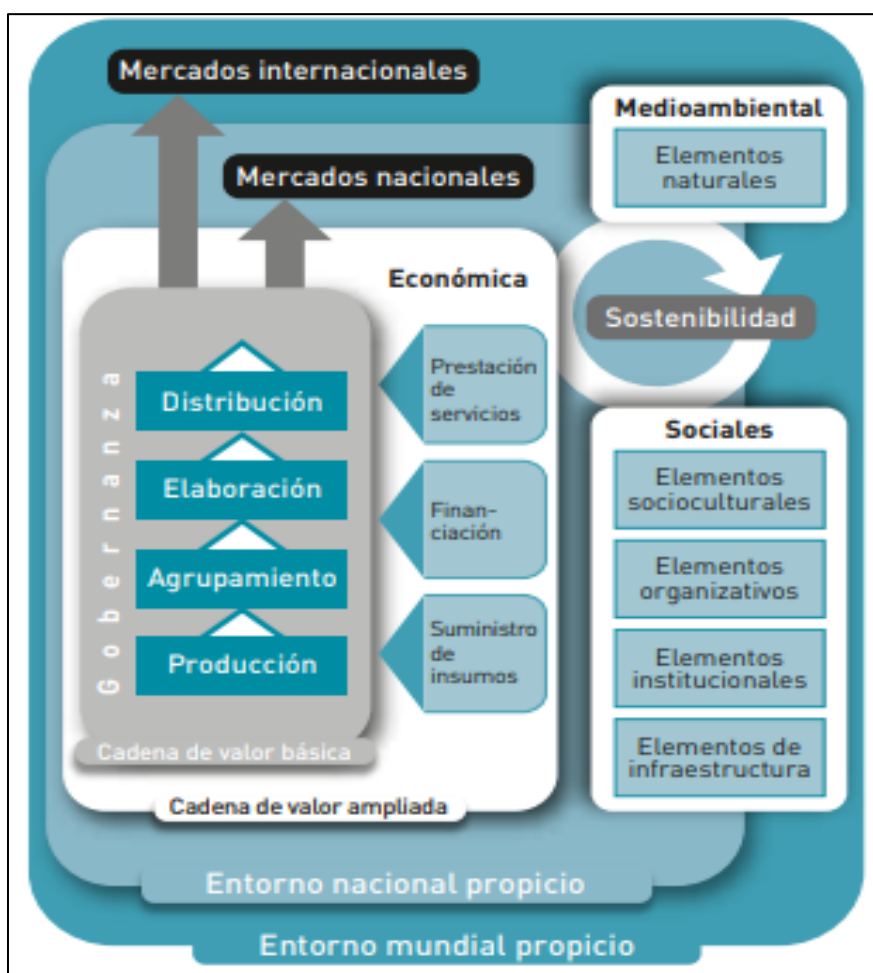
1. **Proveedores de insumos físicos**, como semillas en el nivel de producción o materiales de envasado en el nivel de elaboración;
2. **Proveedores de servicios no financieros**, como fumigación de terrenos, almacenamiento, transporte, análisis de laboratorio, capacitación en materia de gestión, investigación de mercado y elaboración;
3. **Proveedores de servicios financieros**, que son independientes de otros servicios debido a la función esencial que desempeña el capital de explotación y el capital de inversión a la hora de orientar la CV hacia el crecimiento sostenido.

También menciona que, los elementos sociales son construcciones humanas que conforman una sociedad y se pueden agrupar en cuatro tipos:

- Elementos socioculturales informales, por ejemplo, las preferencias de los consumidores y los requisitos religiosos;

- Elementos institucionales formales, por ejemplo, reglamentos, leyes y políticas;
- Elementos organizativos, por ejemplo, asociaciones interprofesionales nacionales e instalaciones de investigación y enseñanzas;
- Elementos de infraestructura, por ejemplo, carreteras, puertos, redes de comunicación y redes y de redes. (págs. 13-16)

Ilustración 10 Marco de las cadenas de valor Alimentarios de la FAO



Nota: esta ilustración ha sido tomada de *Desarrollo de cadenas de valor alimentarias sostenibles: principios rectores*, (pág. 14), por FAO, 2015.

4.2.2.3 Ciclo de desarrollo de la cadena de Valor.

De acuerdo a Nutz & Sievers (2016) en su obra denominada “Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor” el enfoque sugerido para el ciclo de desarrollo de la cadena de valor consta de cinco pasos principales para la organización, dichos pasos pueden considerarse como: Las fases del ciclo de un proyecto, teniendo en cuenta que la innovación nunca es final, sino que es necesario un proceso continuo de aprendizaje para mantener a los sectores y sus cadenas de valor competitivos en el mercado.

- ✓ **Selección de sectores:** la cual depende de los objetivos y grupo meta de la iniciativa;
- ✓ **Análisis del sistema de mercado:** el cual incluye el mapeo de la cadena de valor, la investigación y un último análisis de los resultados;
 - 1. Diseñar las intervenciones:** debe desarrollar paquetes de intervenciones a la medida de las realidades del mercado local para encontrar soluciones a los cuellos de botella y las limitaciones subyacentes de la cadena de valor que impiden la participación de los grupos desfavorecidos;
 - 2. La implementación:** establecidos modelos de negocios capaces de subsistir al finalizar los proyecto o intervenciones financiados con fondos externos, y;
 - 3. Monitoreo y medición de los resultados:** que instaure un buen sistema de monitoreo y medición de los resultados que permita medir el éxito de las intervenciones implementadas y proporcionar información sobre que más queda por hacer.

El análisis de la cadena de valor es crucial identificar el sector en que se puede lograr el mayor impacto, por lo que primero se debe, realizar lo siguiente:

- ✓ **Una definición de los objetivos y el grupo meta:** para seleccionar un sector en el contexto de una iniciativa de desarrollo de cadenas de valor.
- ✓ **Se establecen criterios de selección:** esto se lo realiza en base a sus objetivos para seleccionar un sector.
- ✓ **Se realiza una evaluación rápida de los sectores económicos:** los sectores deben evaluarse según criterios seleccionados, incluyendo su pertinencia para el grupo meta.
- ✓ **Finalmente, una reunión consultiva con las partes interesadas:** esto es para llegar a una conclusión definitiva ya que esta decisión debe hacerse siempre en consulta con otras partes interesadas y socios para el desarrollo. (pág. 6)

4.2.2.4 Mapeo de la cadena de Valor.

Para Villaplana (2017) el mapeo de la cadena de valor es una herramienta que permite la representación gráfica del estado actual y futuro del sistema de producción, con el objetivo de que los usuarios tengan un mejor entendimiento de las fases de producción y del flujo de materiales, identificando las actividades que no agregan valor al proceso.

El mapeo significa crear una representación visual de las conexiones entre las empresas de las cadenas de valor y las organizaciones de apoyo, así como con otros actores del mercado. (Nutz & Sievers, 2016, pág. 6)

El mapa de las cadenas de valor no es un objetivo en sí mismo, sino un medio para la realización de estos objetivos.

- ✓ Permite ilustrar y comprender el proceso y las varias etapas por las que pasa un producto o servicio hasta que llega al consumidor final.
- ✓ Permite identificar y categorizar a los principales actores del mercado

- ✓ Ayudan a ilustrar qué otras organizaciones de apoyo (gobierno, SDE, ONG, asociaciones, etc.) están disponibles, y en qué niveles de la cadena de valor concentran sus servicios.
- ✓ Permiten ilustrar información adicional sobre la pertinencia de los canales individuales del mercado y la naturaleza de las relaciones, por ejemplo, el número de competidores, el tamaño del mercado, el número de trabajadores, las condiciones de trabajo, la gobernanza de las cadenas de valor, etc. (pág. 9)

La construcción de un mapa de cadenas de valor implica varios pasos:

Tabla 1 *Pasos para construir un mapa de cadena de valor.*

Paso 1: Mapeo de las cadenas de valor mediante el uso de un diagrama de flujo sencillo	Comience por identificar las transacciones básicas, desde el diseño/materia prima hasta el cliente final. Tenga en cuenta que a menudo habrá que simplificar el proceso agrupando las actividades y funciones relacionadas bajo un mismo nivel de la cadena de valor
Paso 2: Elaboración de un inventario de actores del mercado	Una vez identificadas las operaciones básicas de la cadena de valor de un sector, ahora puede utilizar este diagrama de flujo para identificar y ubicar en el mapa a los actores clave del mercado, es decir los actores directos e indirectos.
Paso 3: Ilustre las oportunidades y las limitaciones	Un diagrama de flujo sencillo de una cadena de valor permite la ilustración de las oportunidades y las limitaciones (o FODA) identificadas en cada nivel de la cadena de valor.
Paso 4: Identifique los diferentes mercados para un producto o servicio	Ahora trate de identificar los principales mercados en los que se venden los productos. Podría encontrar que existe un gran número de productos y mercados finales.

Paso 5: Identifique la manera en la que los productos y servicios llegan al mercado final

Trate de asignar cada actor del mercado a un mercado o producto final específico. Tenga en mente que este ejercicio sólo se refiere a las empresas que participan en las transacciones básicas dentro de la cadena de valor, no a los servicios de apoyo.

Paso 6: Agregar información al diagrama cuadrículado

Los diagramas de cadenas de valor son particularmente útiles para visualizar la información y las características de canales de mercado específicos.

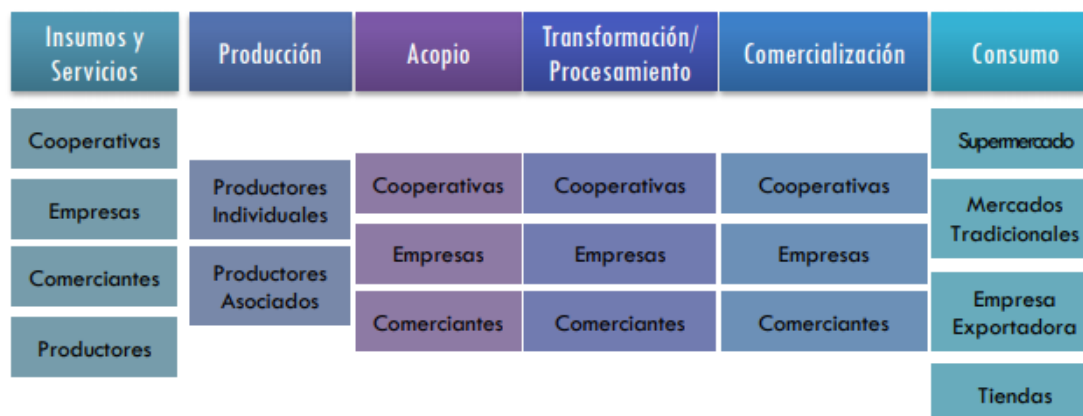
Nota: la tabla muestra los pasos para construir un mapa de la cadena de valor tomada del libro “*Guía General para el Desarrollo de las Cadenas de Valor*” escrito por (Nutz & Sievers, 2016, pág. 9)

4.2.2.5 Actores involucrados en la cadena de valor.

Según Aleman (2012) los actores que intervienen en la cadena de valor son los actores directos e indirectos que participan en cada eslabón o en diferentes eslabones. Teniendo en cuenta que los actores pueden ser personas naturales o jurídicas. Por ejemplo, individuos particulares, empresas constituidas como sociedades anónimas o cooperativas.

- **Los actores directos:** dueños del producto en algún momento dado
- **Los actores indirectos:** son quienes prestan servicios de apoyo a los actores directos. (asistencia técnica, capacitación, financiamiento/ crédito, transporte, etc.). (pág. 12)

Ilustración 11 Actores directos e indirectos



Nota: esta ilustración ha sido tomada de *Cadenas de valor*, escrito por (Aleman, 2012, pág. 13)

4.2.2.6 Análisis de una cadena de valor

Según Lucio & Crespo (2011) el análisis de las cadenas de valor consiste en la evaluación de los resultados de la investigación a partir de la cual evolucionan las estrategias de desarrollo de las cadenas de valor y las intervenciones específicas. Este proceso comienza durante la investigación, en las conversaciones con los distintos actores del mercado.

De acuerdo a la Cooperación Técnica Alemana GTZ (2007) en su manual de ValueLinks, establece que el análisis de la cadena de valor consiste en detallar el sistema económico organizado en torno a mercados de productos específicos, el cual se lo desarrolla a través de las siguientes tareas.

- **El mapeo de la cadena de valor:** significa trazar una representación visual del sistema de la cadena de valor, lo que permite identificar las operaciones comerciales, los operadores y sus vínculos, así como los prestadores de servicios de apoyo.
- **La cuantificación y descripción detallada de la cadena de valor:** incluye anexar al mapeo básico, p. ej. Número de actores, volumen de producción o participación en el mercado de segmentos específicos de la cadena. De acuerdo con el interés específico, el análisis concreto de la cadena "se focaliza" sobre aspectos específicos, por ej. Características de actores específicos, servicios, o condiciones políticas, institucionales y del marco legal que posibiliten u obstaculicen el desarrollo de la cadena.
- **El análisis económico de las cadenas de valor:** es la evaluación del desempeño de la cadena referida a la eficiencia económica. Esto incluye determinar el valor agregado a lo largo de los eslabones de la cadena de valor, el costo de producción y, en la medida de lo posible, el ingreso de los operadores. (págs. 1-3)

4.2.3 Metodología ValueLinks

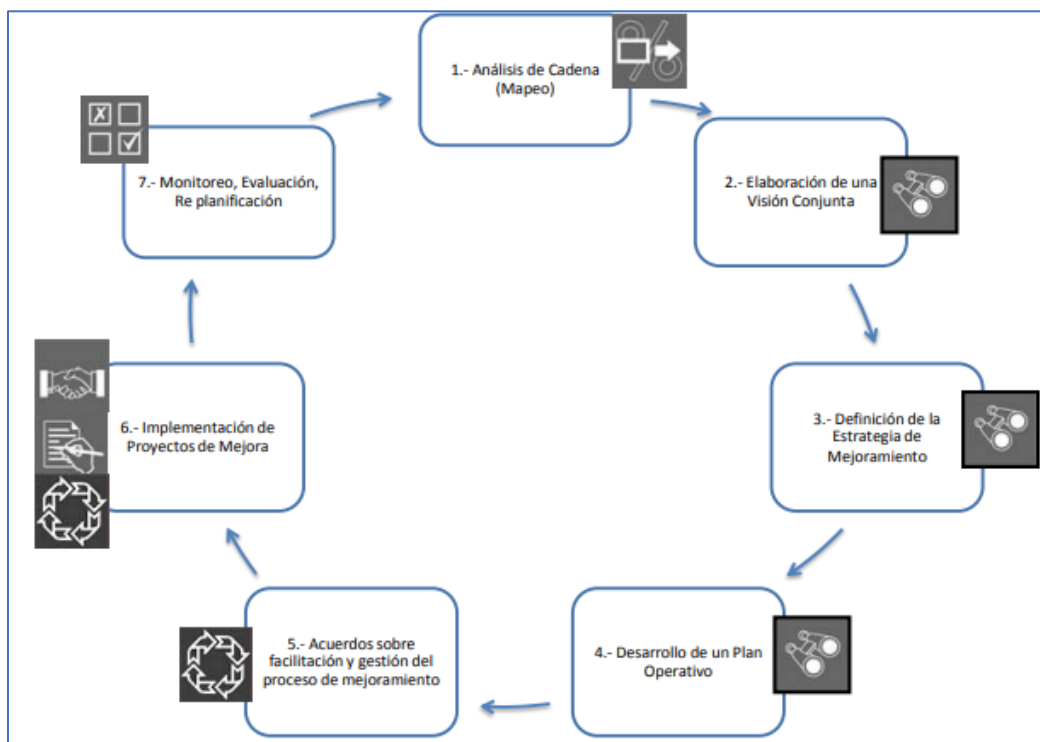
La metodología ValueLinks según Landero (2009) es un instrumento que examina, a nivel sectorial y empresarial, cada eslabón de la cadena de valor para su posterior fomento a través del diseño de estrategias. Esto incluye evaluar el potencial de mercado, canales de comercialización, producción, suministro de materias primas y los actores involucrados.

La metodología “ValueLinks”, diseñada y validada por GTZ para el fomento de las cadenas de valor se basa en los siguientes principios básicos:

- **Orientación hacia el mercado:** partir de la demanda del mercado con productos con potencial de crecimiento.
- **Identificar oportunidades para pobres:** partir de productos con potencial de crecimiento que ofrecen oportunidades para los pobres (hombres y mujeres)
- **Liderazgo privado:** los actores privados asumen sus responsabilidades en los procesos de desarrollo y toman el liderazgo en el mejoramiento de la cadena.
- **Perspectiva sistémica de la cadena:** los actores involucrados producen, transforman y comercializan un producto bajo un interés común
- **Orientación hacia la acción:** esta metodología dirige su atención al mejoramiento y el desarrollo de la cadena. (pág. 5)

La implementación de la Metodología ValueLinks, en un proceso participativo que involucra a los actores de la cadena y que podemos resumir en 7 pasos:

Ilustración 12 Implementación de la metodología Value Links



Nota: ilustración tomada de la *Guía Metodológica para la implementación Talleres Fomento Cadenas de Valor* escrito por (Landeró Vargas, 2009, pág. 7)

4.2.4 Modalidades de organización en los productores de café

4.2.4.1 Modalidad tradicional

Voley, Vergnes & Barnett (2013) establecen 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 a 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 2200 millones de personas, equivalentes a un tercio de la humanidad. (pág. 19)

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 logra tener un agro sistema más diverso y auto sostenible.

En 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.

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

4.2.4.2 Modalidad asociativa

✓ Asociaciones

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2017) indica que, la asociatividad es un concepto que abarca diferentes significados y puede ser usado en diferentes situaciones, por lo que, no hay una única definición que la explique. En este estudio se considera como característica principal de la asociatividad la incorporación voluntaria y libre, donde las personas, productores o empresas se organizan con la finalidad de buscar objetivos comunes, conservando la independencia legal y gerencial de sus operaciones.

También menciona que, la asociatividad con enfoque empresarial tiene como objetivo mejorar la competitividad de las personas asociadas en los mercados, con el fin de incrementar la

recuperación del capital, el bienestar familiar y contribuir al desarrollo económico en las comunidades rurales.

Así mismo, señala que la importancia de asociarse se puede resumir en estas tres razones: i) disminuir la incertidumbre y las debilidades de conjugar capacidades específicas; ii) reforzar posiciones en el mercado para el abastecimiento y la venta; iii) conseguir nuevas posiciones estratégicas. (pág. 16)

Amézaga, Rodríguez, Núñez, & Herrera (2013) señalan que:

La asociatividad agroempresarial puede clasificarse en dos grandes grupos: las corporaciones con personería jurídica, y las modalidades asociativas sin personería jurídica. Las primeras se subdividen en tres tipos: i) sociedades comerciales, ii) asociaciones civiles sin fines de lucro o fundaciones y iii) cooperativas. Por otro lado, las modalidades asociativas sin personería jurídica, igualmente se subdividen en otras tres categorías: i) consorcios, ii) asociaciones en participación o alianzas estratégicas y iii) sociedades de hecho, como las redes empresariales.

Una asociación consiste en la agrupación de personas que se organizan para realizar una actividad colectiva. Al poseer personalidad jurídica la hace capaz de adquirir derechos y contraer obligaciones. Por ejemplo, las sociedades que generen utilidades deben pagar impuestos sobre las ganancias recibidas, por lo tanto, se establece una diferenciación entre el patrimonio de la asociación y el de los asociados, debido a que las utilidades no pueden ser distribuidas entre los asociados, por lo que pasan a formar parte del capital social de la asociación.

✓ **Cooperativas**

Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2017) menciona que el cooperativismo es uno de los modelos de asociatividad más estudiados, ha sido analizado desde diferentes perspectivas, además este modelo es uno de los que tiene mayor participación en la región. Define a las cooperativas como:

Una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.

Las cooperativas pueden clasificarse, según los miembros que la conformen:

1. Cooperativa de primer grado También conocida como cooperativa de base, está integrada por personas físicas jurídicas que se asocian para conformar una empresa social, orientada a satisfacer necesidades propias de sus asociados o de la comunidad.

2. Cooperativa de segundo grado Es la agrupación de cooperativas de primer grado o de base; por ejemplo, federaciones y centrales regionales de cooperativas.

3. Cooperativa de tercer grado Es la cooperativa formada por la integración de las cooperativas de segundo grado; por ejemplo, confederaciones y asociaciones nacionales. (IICA, 2017, pág. 6)

Tabla 2 Comparación entre relaciones del negocio y cadena de valor

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

Nota: Esta tabla muestra la información que compara el enfoque tradicional frente a la cadena de valor, tomada de *Cadenas de Valor como Estrategia: las cadenas de valor en el sector agroalimentario*, desarrollado por (Iglesias, 2002, pág. 6)

En la tabla comparativa propuesta por Daniel Iglesias (2002) se puede resumir de la siguiente manera:

Información compartida: en una cadena de valor, el flujo de información debe ser amplio, ya que cualquier cambio en las preferencias de los consumidores debe ser conocido por todos los eslabones de la cadena. La confianza y la cooperación son importantes al crear un ambiente en el cual los productos son de alta calidad y llegan al consumidor oportunamente.

El objetivo primario: de un negocio tradicional es maximizar las ganancias de la empresa individual, con estrategias de comprar a menor precio posible para posteriormente vender a precios más altos. En el caso de cadenas de valor la maximización se logra a través de incrementos en el valor agregado en los productos.

Estructura de la organización: una alianza con otras empresas en la cadena, ayuda a asistir a los negocios individuales para alcanzar las metas que ellos no podrían alcanzar por sí solos. Una cadena de valor ofrece seguridad para negociar con otros miembros de la misma, ellos trabajan conjuntamente para el desarrollo de objetivos elaborando una estrategia común, donde no existe rivalidad hacia los productores o compradores.

Filosofía: una cadena de valor exitosa debe proporcionar una ventaja competitiva en el mercado y una oportunidad de mantener esa ventaja.

Relación de poder: el propósito primario de la cadena de valor es trabajar desde la demanda, la cadena de valor debe responder más efectivamente a las necesidades de los consumidores a través de la cooperación, comunicación y coordinación.

Cabe destacar que no todos los participantes de una cadena productiva están dispuestos a formar parte de una cadena de valor ya que en este proceso es necesario que todos ellos compartan

información, negocien con otros actores, compartan riesgos y tengan relaciones a lo largo de la cadena.

Así mismo, bajo el enfoque de cadenas de valor, existe una mayor posibilidad de lograr estrategias complejas de diferenciación de productos y de innovación, para lograr ventajas competitivas más sostenibles en el largo plazo. (Iglesias, 2002, pág. 7)

4.3 Marco conceptual.

Coffea arábica: es una de las plantas más cultivadas, ya que de él se extrae el codiciado café. Es de origen centro africano, alcanza una altura de 3-7 m de altura. Generalmente no posee época de floración, puesto que, al tratarse de un arbusto tropical, florece durante todo el año. Se desarrolla mejor a semisombra, ya que el sol directo, puede quemar sus hojas y necesita bastante humedad ambiental, para que sus hojas no se dessequen y pueda florecer. (Guía Verde, 2018)

Coffea canephora: también conocido como café robusta, Es un arbusto o pequeño árbol robusto que puede crecer hasta alcanzar 10 metros de altura y tiene una raíz poco profunda. El fruto es redondeado y tarda hasta 11 meses en madurar; la semilla es de forma alargada y más pequeña que la del C. arábica. (International Coffea Organization, 2018)

Solarización: es una técnica para el control de plagas del suelo (patógenos, malezas, artrópodos y nematodos) se refiere a una nueva práctica de desinfección por medio de energía solar. Este proceso se lleva a cabo por lo general en los períodos más cálidos del año. (Barakat, 2015)

Trazado ahoyado: consiste en marcar el terreno la ubicación de los surcos y plántulas a las distancias y medidas más adecuadas, posterior se realiza el ahoyado que facilita la penetración y desarrollo radicular del árbol, además permite incorporar al suelo materia orgánica que mejora la disponibilidad de nutrientes y su capacidad de retención de agua. (FRUTAL, 2017)

Manejo de arvenses: La solarización del suelo se lleva a cabo por lo general en los períodos más cálidos del año. El proceso incluye una adecuada preparación del suelo para el cultivo normal, o sea que el suelo debería ser regado y labrado siempre que su estructura lo permita. Los terrones grandes deben ser rotos y las piedras, malezas, restos vegetales y cualquier objeto que pueda romper la película de cobertura deben ser removidos del terreno. (Hincapié & Salazar, 2007, pág. 1)

Mucílago: es la capa que se localiza entre la pulpa y el pergamino, constituida por tejidos halinos que no contienen cafeína ni taninos ricos en azúcares y pectinas. Representa el 20% del fruto en base húmeda y alrededor del 5% en base seca (4,10). (Puerta & Ríos, 2011, pág. 24)

Café pergamino: se define como el producto resultante de lavar el fruto del cafeto y quitarle todas las capas externas (excepto el pergamino) antes de ponerlo a secar. (Garavito & Puerta, 1998, pág. 2)

Almácigo: Los almácigos se utilizan con el objetivo de reproducir plantas a partir de sus semillas, en las situaciones en las cuales la siembra efectuada en forma directa sobre el suelo del jardín puede llegar a acarrear algún tipo de problema. De esta manera, el almácigo permite controlar la germinación hasta que llegue el tiempo del trasplante. (Huertos Alma, 2016, pág. 2)

Actor de la cadena de valor: Es un término que resume a todos los individuos, empresas y agencias públicas relacionadas a la cadena de valor, en especial los operadores de la CV, prestadores de servicios operacionales y prestadores de servicios de apoyo. En un sentido más amplio, ciertas agencias gubernamentales a nivel macro también pueden ser consideradas actores de la CV, si desempeñan funciones cruciales en el entorno comercial de la cadena de valor en cuestión. (Cooperación Técnica Alemana GTZ., 2007, pág. 6)

Mapeo de la cadena de valor: Se trata de una herramienta que sirve para representar gráficamente el estado actual y futuro del sistema de producción, con el objetivo de que los usuarios tengan un mejor entendimiento de las fases de producción y del flujo de materiales. Asimismo, se trata de una herramienta clave que nos permite identificar las actividades que no agregan valor a nuestro proceso productivo. (Proyecta Innovación, 2017)

Manual ValueLinks: compilación de acciones y métodos orientados a promover el desarrollo económico con una perspectiva de cadenas de valor. Estructura el conocimiento de la promoción de cadenas de valor en 11 módulos temáticos y un módulo cero introductorio y abarca el conjunto de aspectos típicos que las empresas comerciales y los facilitadores en la promoción de cadenas de valor deberían conocer. (Castellanos, 2009, pág. 12)

Asociatividad agroempresarial: surge como la opción idónea para que los pequeños y medianos productores puedan generar economías de escala, lograr mayores márgenes económicos, aumentar la productividad, enfrentar en mejores condiciones las vicisitudes propias del sector y contribuir a: (a) la seguridad alimentaria; (b) que haya una mejor oferta de materias primas agrícolas; (c) promover una competitividad con equidad en las cadenas agroproductivas. (Amézaga, Rodríguez, Núñez, & Herrera, 2013, pág. 77)

5. Metodología.

Para el desarrollo de la presente investigación se analizó la cadena de valor del café en los cantones Pindal y Celica, provincia de Loja, desde dos perspectivas, la tradicional y la asociativa, tomando en consideración que en el cantón Pindal, durante los últimos años, los cultivos de café se han visto afectados por plagas, enfermedades y obviamente esto ha provocado que poco a poco vayan desapareciendo, por tal motivo en el desarrollo del presente estudio, no se pudo identificar asociaciones de productores de café, solo existe una pequeña cantidad de productores que trabajan de manera tradicional.

A continuación, se presentan los materiales, métodos y técnicas, que permitieron cumplir con los objetivos previamente planteados:

5.1 Materiales

Los materiales que se utilizaron para el desarrollo de la presente investigación son los siguientes: suministros de oficina, equipos de oficina, y herramientas de trabajo de campo.

5.2 Métodos

En la investigación se utilizaron los siguientes métodos:

- **Método descriptivo:** se utilizó este método para identificar las características de cada uno de los actores de la cadena de valor, en sus diferentes modalidades, además de sus actividades y relaciones entre sí.
- **Método comparativo:** a través de este método se pudo comparar las diferencias y semejanzas entre las cadenas de valor tradicional y asociativa.

5.3 Técnicas

Para poder recopilar la información necesaria para la investigación se elaboraron 7 cuestionarios, los cuales fueron aplicados directamente por la autora de la investigación de la siguiente forma:

La **entrevista**, se aplicó a los actores directos e indirectos de la cadena de valor, como: presidentes de las asociaciones, presidentes de las juntas parroquiales de los cantones Pindal y Celica, quienes aportaron información importante para este estudio.

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

5.4 Población y Muestra

Según los información presentada en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pindal (2020) indica que no existen datos válidos por el MAG u otra institución encargada sobre los caficultores existentes en esta zona (pág. 77) dicha información se la pudo corroborar al momento del levantamiento de la información, en vista que las autoridades no tienen conocimiento de cuantos caficultores existen actualmente; por otro lado en el cantón Celica, según Reinoso (2020) establece que este cantón cuenta con 30 productores de café registrados, sin embargo al momento del levantamiento de la información se pudo dar con la ubicación de nuevos productores.

En tal caso, al no existir una base de datos actualizada en el que conste los productores de café de los cantones Pindal y Celica, se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia ya que gran parte de los actores de la cadena de valor se encuentran en zonas rurales del cantón, que son de difícil acceso debido al mal estado de las vías y a la predisposición de los actores para brindar la información necesaria; además, se empleó la técnica de bola de nieve, ya que luego de

encuestar a un productor, se obtuvo información sobre personas con características productivas similares, por lo que se ampliaba el rango de información.

Tabla 3 Actores encuestados de los cantones Pindal y Celica.

ACTORES	CANTÓN PINDAL		TOTAL	CANTÓN CELICA		TOTAL
	MODALIDAD TRADICIONAL	MODALIDAD ASOCIATIVA		MODALIDAD TRADICIONAL	MODALIDAD ASOCIATIVA	
Proveedores	2	0	2	1	2	3
Productores	18	0	18	25	10	35
Acopiadores	2	0	2	1	1	2
Transformadores	2	0	2	1	1	2
Comercializadores	2	0	2	1	1	2
Total	26	0	26	29	15	44

Nota: la tabla muestra la población estudiada, elaboración de Luz Mireya Jiménez Soto.

5.5 Procedimiento

En primer lugar, se procedió a efectuar una investigación sistemática de conceptos, teorías y estudios realizados en torno al tema “Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa de los cantones Pindal y Celica”, aquí se identificó que la herramienta propuesta en el Manual ValueLinks reúne las características ideales para ser utilizada en este tipo de investigación.

Se procedió a aplicar las técnicas de recolección de información como la encuesta, la misma que se aplicó a cada eslabón de la cadena desde proveedores, productores, acopiadores, transformadores, y comercializadores, así mismo se hizo uso de la entrevista, la misma que fue dirigida para las autoridades de los cantones, tal es el caso de presidentes de GADs parroquiales, representantes de los municipios, presidenta encargada de la asociación, entre otros.

Luego se procedió a ingresar toda la información en una base de datos, logrando determinar el tipo de cadena de valor que se analizaría, tomando en cuenta el destino de la producción, el tipo de producto y las relaciones que se establecen entre actores.

En el primer objetivo, se identificó los eslabones de la cadena de valor, desde la provisión de insumos para el cultivo de café, hasta la comercialización del mismo. Así mismo, se identifica cada actor directo e indirecto.



En el segundo objetivo se utilizó el método descriptivo para elaborar los cuadros en donde se identificó los diferentes aspectos de los actores de la cadena de valor, como: las características, descripción de actividades, relación entre actores, precios, riesgos, oportunidades, debilidades y fortalezas.





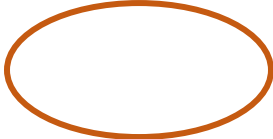


Respecto al tercer objetivo, se utilizó la simbología propuesta en la Guía Metodológica de Manual ValueLinks (tabla 5), en donde se procedió a representar gráficamente los actores que participan en la cadena de valor, tanto de la modalidad tradicional como la asociativa

En el cuarto objetivo se realizó una matriz comparativa, con la finalidad de identificar las semejanzas y diferencias entre las dos modalidades, con lo cual se pudo identificar la cadena de valor del café más competitiva en el mercado y al actor más vulnerable dentro de ella.

Finalmente se desarrolló la discusión, donde se comparó los resultados encontrados en la investigación con trabajos previamente desarrollados en torno a cadenas de valor del café a nivel nacional e internacional, para posterior a ellos establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones.

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

	Eslabón de la cadena de valor
	Operador de la cadena de valor

	Prestador de servicios operacionales
	Relación contractual formal
	Relación contractual esporádica
	Relación contractual exclusiva
	Mercado final
	Prestador ser servicios de apoyo
	Organizaciones reguladoras

Nota: La ilustración muestra la simbología para el mapeo de cadenas de valor, adaptado de la Guía metodológica de facilitación de cadenas de valor, propuesta por (Castellanos, 2009, pág. 66)

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

6. Resultados.

La presentación de resultados se encuentra establecida conforme a cada uno de los objetivos previamente planteados, de tal manera que se ha podido identificar, describir, diagramar y comparar las cadenas de valor bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Celica y únicamente bajo la modalidad tradicional en el cantón Pindal.

En lo que respecta al cantón Pindal como ya se lo mencionó anteriormente, en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial presentando por el (GAD Municipal de Pindal, 2020, pág. 77) manifiesta que no existen datos válidos por el MAG u otra institución encargada de la comercialización del café o de asociaciones dedicadas a la producción de este producto. Esta información se la pudo corroborar al momento del levantamiento de información, ya que no existen asociaciones de café, hace aproximadamente 7 años existió una, pero paulatinamente se fue desintegrando por los siguientes factores.

- La asociación Virgen de la Merced se desintegró debido a que los socios ya no querían formar parte de la misma, o no tenían recursos económicos para aportar.
- La enfermedad de la roya afectó a todos los cultivos de café, por ende, algunos desaparecieron y mejor decidieron dedicarse al cultivo de maíz.
- El presidente falleció y nadie quiso hacerse responsable de la dirección de la asociación.

Por tales motivos, se procedió a analizar la cadena de valor únicamente bajo la modalidad tradicional, por cuanto no se ha podido obtener información de los productores asociados, ya que, por temas económicos, plagas o enfermedades, etc., las asociaciones han desaparecido, y más bien los productores han optado por dedicarse al cultivo de maíz y pasto cultivado para la crianza de animales.

- ✓ **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 en los cantones Pindal y Celica”

A continuación, se detallan los actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Pindal.

Tabla 5 Actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Pindal.

ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1. Proveedor de insumos agrícolas	Prestadores de servicios operacionales
Centros comerciales de Pindal.	Instituciones bancarias: entidades financieras encargadas de proveer financiamiento para impulsar el desarrollo de estas actividades productivas, entre ellas destacan BAN Ecuador.
2. Productores	Cooperativas de transporte: encargadas del transporte de materia prima, insumos y productos terminados a la provincia y al país, entre ellos tenemos cooperativa de transporte Pindaleña.
Pequeños productores individuales no calificados del cantón Pindal.	
3. Acopiadores	Prestadores de servicios de apoyo
Acopiadores identificados en la cabecera cantonal de Puyango, Alamor	Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): encargada de brindar asistencia técnica y capacitaciones a productores, a través de proyectos de reactivación de café.
4. Transformadores	Prefectura de Loja: institución encargada de brindar apoyo al sector productivo, agrícola y cafetalera en todos los cantones de la provincia de Loja.
Micro empresas del sector Alamor, que compran el café a productores del cantón Pindal, y lo procesan para venderlo bajo su propia marca.	
5. Comercializadores	Organizaciones Reguladoras

Personas encargadas de distribuir el producto a mercados locales y nacionales.

Agrocalidad: Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario encargada del control y regulación para la protección y el mejoramiento de la sanidad animal, vegetal e inocuidad alimentaria, así como del control y prevención de plagas y enfermedades.

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA): entidad encargada de controlar y vigilar las condiciones higiénico sanitaria de los productos de uso y consumo humano además ayuda a obtener permisos de funcionamiento.

6. Consumidor final

Consumidores a nivel local y nacional

Servicio de Rentas Internas (SRI): encargada de gestionar el cobro de impuestos y de otorgar el RUC y el RISE.

Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN): encargada de otorga certificaciones de calidad para los productos.

Ministerio del Ambiente y Agua: tiene como objetivo fortalecer el desarrollo sostenible, controlando el uso apropiado de la biodiversidad y los recursos del país.

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

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto.

A continuación, se presenta los actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Celica.

Tabla 6 Actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Celica.

ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
<p>1. Proveedor de insumos agrícolas Locales comerciales del cantón Celica</p>	<p>Prestadores de servicios operacionales Instituciones bancarias: entidades financieras encargadas de proveer financiamiento, entre ellas destacan Ban Ecuador y Banco de Loja.</p>
<p>2. Productores Productores no calificados de las diferentes parroquias de Celica.</p>	<p>Cooperativas de transporte: encargadas del transporte de materia prima, insumos y productos terminados a la provincia y al país. Por lo general pertenecen las cooperativas de transporte interprovincial y de la localidad.</p>
<p>3. Acopiadores Acopiadores identificados en Celica.</p>	<p>Prestadores de servicios de apoyo Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): encargada de brindar asistencia técnica y capacitaciones a productores, a través de proyectos de reactivación de café.</p>
<p>4. Transformadores Microempresas que transforman el café bajo una marca</p>	<p>Prefectura de Loja: institución encargada de brindar apoyo al sector productivo, agrícola y cafetalera en todos los cantones de la provincia de Loja. GAD Municipal de Celica: encargada de la provisión de materia prima y capacitaciones a los productores de cantón Celica.</p>
<p>5. Comercializadores Personas encargadas de comercializar el producto terminado al mercado local y nacional</p>	<p>Organizaciones Regulatoras Agrocalidad: Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario encargada del control y regulación para la protección y el mejoramiento de la sanidad animal, vegetal e inocuidad alimentaria, así como del control y prevención de plagas y enfermedades. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA): entidad encargada de controlar y vigilar las condiciones higiénico sanitaria de los productos de uso y consumo humano además ayuda a obtener permisos de funcionamiento. Servicio de Rentas Internas (SRI): encargada de gestionar el cobro de impuestos y de otorgar el RUC y el RISE. Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN): encargada de otorga certificaciones de calidad para los productos. Ministerio del Ambiente (MAE): tiene como objetivo fortalecer el desarrollo sostenible, controlando el uso apropiado de la biodiversidad y los recursos del país.</p>
<p>6. CONSUMIDOR FINAL Consumidores a nivel local y nacional.</p>	

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

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto.

A continuación, se presentan las funciones básicas de cada uno de los eslabones de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional de los cantones Pindal y Celica.

Tabla 7 Funciones de la cadena de valor bajo la modalidad tradicional del cantón Pindal y Celica.

Provisión	Producción	Acopio	Transformación.	Comercialización.	Consumo
Número de proveedores 3	Numero de productores 43	Numero de acopiadores 3	Numero de transformadores 3	Numero de comercializadores 3	Tipo de mercado. 2
Provisión de plántulas y semillas de café	Seleccionar la semilla para la elaboración de viveros	Receptar el café.	Recibir la materia prima acopiada.	Receptar el café pesado y empacado.	Producto listo para el consumo en el mercado local y nacional.
Proveer de insumos orgánicos y agroquímicos.	Realizar la siembra de las plántulas	Elaborar el proceso de pilado y posterior a ello lo pesan.	Realizar la limpieza del café pilado para que esté libre de impurezas.	Transportar el producto a los diferentes mercados.	
	Elaboración de abono orgánico.	Clasificar el café de acuerdo al peso y calidad.	Tostar y moler el café seleccionado	Comercializar el café.	
	Cuidar las plantas de enfermedades y plagas.	Almacenan el café por lotes y por calidad.	Pesar y empacar el café listo para la venta.		
	Cosechar el café seleccionado				

Fuente: encuestas y entrevistas a los actores directos.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

A continuación, se presenta los actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa del cantón Celica.

Tabla 8 Actores de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa del cantón Celica

ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1. Proveedor de insumos agrícolas	Prestadores de servicios operacionales
Asociación Comuna Unión Núcleo Cafetalero de Pózul.	Instituciones bancarias: entidades financieras encargadas de proveer financiamiento, entre ellas destacan Ban Ecuador. Cooperativas de transporte: encargadas del transporte de materia prima, insumos y productos terminados a la provincia y al país. Dentro de ellas destacan cooperativa de transporte Pindaleñita, compañía de transporte mixto ciudad de Celica y camionetas que brindan el servicio informal. Servicios de apoyo: Planta de Pózul, provee servicios de pilado.
2. Productores	Prestadores de servicios de apoyo
Socios de Comuna Unión Núcleo Cafetalero	Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): encargada de brindar asistencia técnica y capacitaciones a productores, a través de proyectos de reactivación de café. Prefectura de Loja: institución encargada de brindar apoyo al sector productivo, agrícola y cafetalera en todos los cantones de la provincia de Loja. GAD Municipal de Celica: institución encargada de impulsar el sector agrícola a través de la provisión de materia prima y capacitaciones.
3. Acopiadores	Organizaciones Reguladoras
Planta de Pózul.	Agrocalidad: Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario encargada del control y regulación para la protección y el mejoramiento de la sanidad animal, vegetal e inocuidad alimentaria, así como del control y prevención de plagas y enfermedades. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA): entidad encargada de controlar y vigiar las condiciones higiénico sanitaria de los productos de uso y consumo humano además ayuda a obtener permisos de funcionamiento. Servicio de Rentas Internas (SRI): encargada de gestionar el cobro de impuestos y de otorgar el RUC y el RISE. Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN): encargada de otorgar certificaciones de calidad para los productos. Superintendencia de economía popular y solidaria: Esta entidad se encarga de supervisar y controlar a las organizaciones de la economía popular y solidaria.
4. Transformadores	
Asociación Comuna Unión Núcleo Cafetalero	
5. Comercializadores	
La asociación vende el café a los locales comerciales de Celica.	
6. Consumidor final	
Consumidores a nivel local y nacional.	

Fuente: encuestas y entrevistas a los integrantes de la asociación.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

En la siguiente tabla se presenta las funciones que realizan cada uno de los eslabones de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa del cantón Celica.

Tabla 9 *Funciones de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa del cantón Celica*

Provisión	Producción	Acopio	Transformación.	Comercialización.	Consumo
Número de proveedores 2	Numero de productores 10	Numero de acopiadores 1	Numero de transformadores 1	Numero de comercializadores 1	Tipo de mercado. 2
Provisión de plántulas y semillas de café	Seleccionar la semilla para la elaboración de viveros	Receptar el café.	Recibir la materia prima acopiada.	Receptar el café pesado y empacado.	Producto listo para el consumo en el mercado local y nacional.
Proveer de insumos orgánicos y agroquímicos.	Realizar la siembra de las plántulas	Elaborar el proceso de pilado y posterior a ello lo pesan.	Realizar la limpieza del café pilado para que esté libre de impurezas.	Transportar el producto a los diferentes mercados.	
	Elaboración de abono orgánico (biol, compost)	Clasificar el café de acuerdo al peso y calidad.	Tostar y moler el café seleccionado	Comercializar el café.	
	Cuidar las plantas de enfermedades y plagas.	Almacenan el café por lotes y por calidad.	Pesar y empacar el café listo para la venta.		
	Cosechar el café seleccionado				

Fuente: encuestas y entrevistas a los actores directos.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

- ✓ **Objetivo 2.** “Describir la Cadena de Valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en los cantones Pindal y Celica”

Una vez identificados los actores directos e indirectos que conforman la cadena de valor bajo la modalidad tradicional se procede a caracterizar cada eslabón, en la que se puede identificar las características, actividades principales, relaciones con otros actores de la cadena, riesgos, oportunidades, debilidades y fortalezas.

En el primer eslabón de la cadena de valor bajo la modalidad tradicional se encuentran los proveedores.

MODALIDAD TRADICIONAL

a) Proveedores de Pindal y Celica.

Pertenecen al primer eslabón, se caracterizan por proveer de insumos agroquímicos y materia prima para empezar con la producción de café, en el cantón Pindal solo existe 1 proveedor de insumos agroquímicos, con respecto a las semillas o plántulas, éstas han sido donadas. Por otro lado, en el cantón Celica existen 2 centros comerciales que les proveen de insumos agroquímicos a los caficultores, y las semillas o plántulas, estas por lo general las han comprado en el cantón Olmedo, han sacado plántulas desde las montañas o han sido donadas por instituciones públicas.

Tabla 10 Caracterización de los proveedores bajo la modalidad tradicional de los cantones Pindal y Celica.

VARIABLES	PROVEEDORES DE PINDAL	PROVEEDORES DE CELICA
Características	Los proveedores de insumos agropecuarios se encuentran ubicados en el centro de la ciudad Pindal. Realizan ventas al por mayor y menor, cuentan con todos los permisos para funcionar tal es el caso de: Agro Calidad, MAG, GAD Municipal de Pindal. Llevan dedicándose a esta actividad 5 años. Los meses con mayores ventas es desde enero hasta junio. Las garantías que ofrecen a sus clientes es asistencia técnica para el buen uso de los productos, además	Los proveedores se encuentran ubicados en el centro de la ciudad de Celica. Realizan ventas al por mayor y menor, para funcionar necesitan del permiso de Agrocalidad y el Municipio de Celica. Llevan dedicándose a esta actividad entre 2 y 15 años. Los meses en que venden más son desde enero hasta el mes de junio. Ofrecen a sus clientes la devolución por defectos y asistencia técnica como garantía por la adquisición de los productos, así como también les ofrece

	<p>devolución por defectos. El promedio de venta de los productos es bajo, debido a que los productores adquieren en su mayoría insumos para el cuidado del maíz, más no del café.</p>	<p>el pago a crédito y en efectivo. Los precios de los productos los establecen en base a la competencia, y al margen de utilidad. Al mes venden un promedio de 17 litros de herbicidas, y 8 kilos de abono, en cuanto a insecticidas y fertilizantes no compran mucho.</p>
Descripción de actividades	<p>Ofrecen una serie de productos químicos como herbicidas, abonos, fertilizantes, insecticidas y fungicidas, necesarios para el buen cuidado y proceso productivo del café.</p>	<p>Ofrecen una serie de productos químicos como herbicidas, abonos, fertilizantes, insecticidas y fungicidas, necesarios para el buen cuidado y proceso productivo del café. Además, brindan a productores asistencia técnica relacionado al buen uso de insumos.</p>
Relación entre actores	<p>Se relacionan directamente con los productores del cantón Pindal, de forma esporádica.</p>	<p>Se relacionan directamente con los productores del cantón Celica, de forma esporádica.</p>
Ámbito de acciones	<p>Sector rural del cantón Pindal.</p>	<p>Sector rural del cantón Celica.</p>
Precio	<p>El precio de venta de los diferentes productos los establece en base a la competencia y al margen de utilidad. El precio de los herbicidas va desde 4,00\$ el litro, los abonos desde 18,00\$ el quintal y los insecticidas y fungicidas desde los 10,00\$.</p>	<p>El precio de venta de los diferentes productos los establece en base a la competencia y al margen de utilidad. El precio de los herbicidas va desde 3,90\$ el litro, los abonos desde 22,50\$ el quintal y los insecticidas y fungicidas desde los 15\$ el galón.</p>
Riesgo	<p>Escasa venta de insumos para el café, debido a que los productores se han dedicado al cultivo de maíz. Productores no usan agroquímicos en las pocas plantaciones de café.</p>	<p>Pérdidas económicas debido a que los productores de café no utilizan químicos, solo usan abonos orgánicos. La mayoría de productos tienen un periodo de duración corto, por lo que muchas de las veces no se logran vender, generando pérdidas económicas.</p>

Fortalezas	Tienen en stock una serie de productos para el cultivo de café y maíz, lo que les permite mantenerse en el mercado.	Al estar ubicados en un lugar céntrico de la ciudad de Celica, los productores tienen fácil acceso a dichos locales comerciales, ofrecen asistencia técnica, y algunos consejos para que puedas realizar correctamente el proceso productivo.
-------------------	---	---

Fuente: Anexos 45, 46,47,48, 49, 103, 104, 105, 106, 107.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

b) Productores de Pindal y Celica.

El segundo eslabón pertenece a los productores, en el cantón Pindal el cultivo de café lo realizan en base a lo que les han enseñado sus padres, no utilizan maquinarias automatizadas, ni reciben capacitaciones constantes en cuánto a la producción de café.

A continuación, se presenta su caracterización:

Tabla 11 *Caracterización de los productores bajo la modalidad tradicional del cantón Pindal.*

VARIABLES	PRODUCTORES TRADICIONALES DE PINDAL
Características	<ul style="list-style-type: none"> • En este cantón, existen 18 productores que trabajan de manera tradicional, el 67% son hombres y el 33% mujeres. • El 83% ha recibido educación primaria mientras que el 17% educación secundaria. • La edad de los caficultores está entre 52 y 67 años, de éstos el 69% llevan trabajando más de 49 años en el sector cafetalero. • Respecto al seguro, el 94% dispone de seguro, la mayoría tiene el seguro general representado por el 89%. • Tienen un promedio de terreno de 5,83 hectáreas, de estas solo las 1,66 hectáreas están destinadas al café, en cada hectárea tienen sembradas en promedio 1426 plantas de café, de estos cultivos el 96% son terrenos propios, mientras que el 14%

	<p>arriendan una parte para sembrar el café.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respecto a las semillas el 56% las han comprado, y el 44% han sido donadas por parte MAG. Cabe destacar que, en los últimos años, los productores de café no han recibido ayuda por parte de ninguna institución, por tal motivo, se han dedicado al cultivo de maíz. • Las variedades que más tienen cultivadas son típica y caturra rojo. Realizan un monto de inversión de 1243,33, este monto el 72% ha sido con capital propio y el 28% han adquirido prestamos en el BAN Ecuador.
Descripción de actividades	<p>Una vez que tienen las semillas o plántulas, proceden al sembrío de las mismas, por lo general para mantener el cultivo utilizan abonos orgánicos, o los compran en los centros comerciales de Pindal. No realiza un control periódico de los cultivos originando que las enfermedades ataquen y hagan perder los cultivos, respecto a las condiciones de cultivo estas son de tipo temporal. Ya cuando se realiza el proceso de cosecha cada hectárea rinde ente 1 y 3 quintales de café. Se utiliza mano de obra externa, pero en especial la misma familia participa en este proceso.</p>
Relación entre acciones	<p>Tienen una relación 100% esporádica con todos los actores de la cadena de valor.</p>
Precio	<p>El precio del quintal de café:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cereza es de \$90,00 • Quintal de café en bola seco-\$100,00 • Quintal de café pilado \$110,00
Riesgo	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades a los cultivos. • No existe ayuda por parte de las instituciones como el municipio o el MAG. • Ya no les interesa cultivar el café, en vista que la inversión es alta, y las ganancias son menores.
Oportunidades	<p>Existe un plan de reactivación de café propuesto por el Ministerio de Agricultura y</p>

	Ganadería, por ende, los productores podrán tener acceso a la materia prima gratuita, asistencia técnica, y capacitaciones en cuanto al proceso productivo del café, teniendo la oportunidad de reactivar nuevamente sus cultivos.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de buenas técnicas de cultivo. • Creen que el cultivo del maíz está generando mayores ganancias.
Fortalezas	Disponen de los terrenos propios para poder cultivar grandes cantidades de café

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

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

En el cantón Celica la mayoría de caficultores realizan el proceso de cultivo de café de manera tradicional, es decir con los conocimientos que les han enseñado sus padres, por lo general no utilizan maquinarias, ni llevan registro de cada proceso que realizan.

A continuación, se presenta su caracterización:

Tabla 12 *Caracterización de los productores bajo la modalidad tradicional del cantón Celica.*

VARIABLES	PRODUCTORES TRADICIONALES DE CELICA.
Características	<ul style="list-style-type: none"> • El productor se caracteriza por realizar su trabajo de manera empírica, no utilizan técnicas de cultivo. • La edad promedio de los productores bajo la modalidad tradicional es de 55 años. • El 84% son hombres y el 16% mujeres. EL 48% tienen educación primaria, el 44% educación secundaria, el 4% tiene estudios superiores y el 4% no ha recibido educación de ningún tipo. • Llevan trabajando en el sector cafetalero, en promedio, 19 años. • Los productores de café tienen otras fuentes de ingresos aparte de la venta del café, por ejemplo, venta de maíz, hortalizas, crianza de animales etc.

Cabe mencionar que la venta de maíz, actualmente, les está generando mejores ingresos económicos y el proceso de producción es más sencillo.

- El 56 % de los caficultores disponen de seguro; de ellos, el 44% tienen seguro campesino, el 8% seguro del ISFA, el 4% seguro general, mientras que el 44% no tiene seguro de ningún tipo.
 - Con respecto a la tenencia del terreno, el 96% de los productores es propietario del terreno en el que cultivan el café, y el 4% arrienda el terreno a un vecino o familiar.
 - Los cultivos de café cuentan con el 52% de electricidad, y el 56% con agua, en el cantón Celica, no existe problemas de riego, en vista que sus terrenos quedan cerca de sus domicilios, o de riachuelos, por ende, realizan el riego a través del bombeo de agua.
 - Los productores del cantón Celica tienen en promedio 3.72 ha de terreno, en donde el 84% tiene sembrado café y el 16% maíz.
 - El promedio de número de hectáreas sembradas de café es de 1.7 ha con un aproximado de 1504 plantas de café sembradas por hectárea, por lo general suelen rendir 5,32 quintales de producción.
 - Realizan una inversión anual de \$1343,30 para la producción de café, dicho monto ha sido financiado con sus propios recursos.
 - El 52% no ha recibido capacitaciones por parte de ninguna institución, mientras que el 48% si han sido capacitados, sin embargo, dichas capacitaciones se han realizado hace años.
 - Las capacitaciones que se han impartido a los caficultores han sido
-

impartidas el 20% por el MAG, el 12% por técnicos del GAD Municipal de Celica, el 8% por la Junta Parroquial, el 8% por la Mancomunidad Bosque Seco. Por otro lado, el 52% de productores no han recibido capacitaciones por ninguna de estas instituciones.

- El tipo de materia prima que utilizan es el 87% semillas, y el resto utilizan plántulas de vivero o regeneración. Por lo general los productores acuden a las partes altas de las montañas para extraer las plántulas de café, y posterior a ello las trasplantan en sus terrenos. El 48% de esta materia prima ha sido donada por algunas instituciones públicas, el 28% han comprado, y el 24% ha sido materia prima propia de los productores.
 - Las subvariedades que más se cultivan en el cantón Celica son típica con el 64% caturro rojo con el 30%, seguido de típica mejorada, y bourbon rojo. Existen otras variedades, sin embargo, no existen en gran cantidad.
 - Con respecto a los insumos utilizados en el cultivo del café, el 52% de caficultores usa insumos orgánicos, como el biol, caldo, o compost, por otro lado, solo el 8% usa agroquímicos, mientras que el 40% no usa ningún insumo.
 - El 48% de caficultores no han renovado sus cultivos, solo el 28% han renovado sus cultivos entre 1 y 5 años.
 - El 60% de los productores tiene cultivo bajo condiciones de tipo temporal, el 28% bajo condiciones de riego, y el 12% de ambos.
 - El 96% disponen de mano de obra para la siembra y cosecha del café, mientras que el 4 % no contrata trabajadores. Los beneficios que les
-

brindas a los obreros a más del salario son: el 68% les dan la alimentación, el 8% servicio de alojamiento y el 24% ningún tipo de beneficios.

- Con respecto a la maquinaria, el 44% no dispone de maquinarias, sin embargo, el 52% dispone de marquesinas, el 12% despulpadoras y molinos eléctricos, y el 4% de lavadores. Sin embargo, los productores que disponen de este tipo de maquinaria, no hacen uso de estos instrumentos en vista que están dañadas, y su reparación es costosa. Por ello mejor deciden venderlo en estado seco ya que no se necesita de mucha maquinaria para realizar este proceso.
 - Los compradores al momento de adquirir el café se fijan en: aroma (84%), tamaño del grano (12%), peso (8%).
 - El control tanto de las plagas, enfermedades, lo realizan por cuenta propia, sin la asistencia técnica de entidades encargadas de este proceso. Además, muchos de los productores no realizan el control de sus cultivos por lo que muchos de ellos se han perdido especialmente por las plagas y enfermedades.
 - El 64% de los caficultores no ha recibido ayuda por parte de ninguna institución, mientras que en un mínimo porcentaje (36%) si han recibido ayuda por parte del MAG, Junta parroquial, e instituciones privadas.
 - Referente a los problemas que se enfrentan como caficultor, el principal problema son las enfermedades con el 88%, seguido del poco acceso a financiamiento 76%, cambios climáticos 64%, y falta de mercado 36%.
-

<p>Descripción de actividades</p>	<p>Los productores son los encargados de la preparación del vivero, siembra, control de plagas, enfermedades, sombra y desinfección del suelo; así como de la cosecha y secado del café. La mayor cantidad de productores se encuentran en las parroquias de Celica, Pózul, y Cruzpamba</p> <p>El proceso productivo del café ha sido heredado de generación en generación, por lo que dicho proceso hasta en la actualidad se lo realiza de manera empírica, es decir con conocimientos que les han enseñado desde su niñez, no usan ningún tipo de maquinaria tecnológica. Una vez seleccionada la semilla, proceden a la realización de viveros, posterior a ello trasplantan las plántulas a una distancia de 2,5 metros. Las subvariedades que más cultivan son típica, caturra roja, bourbon, y típica mejorada.</p> <p>Por lo general no utilizan químicos, ellos mismo elaboran el abono, con residuos de origen vegetal (hojas verdes, restos de cosecha, hojarasca descompuesta, estiércol del ganado), son pocos los casos que usan matamontes y herbicidas, por lo que se puede decir que gran cantidad de productores, producen el café de manera orgánica. Para la cosecha, utilizan mano de obra externa y la ayuda de todo el núcleo familiar.</p> <p>Los productores que disponen de maquinaria, realizan un proceso para escoger el mejor café, luego de ello lo despulpan y lo secan en marquesinas. Aquellos productores que no disponen de maquinaria, realizan el secado de café en el suelo o en plásticos.</p>
<p>Relación entre acciones</p>	<p>Los productores se relacionan esporádicamente con los centros de acopio que se encuentran ubicados en la parroquia Celica, y en la parroquia Alamor perteneciente al cantón Puyango. Por lo general venden su producción en cereza, bola seca, pergamino seco o pilado. La producción de café se desarrolla principalmente en el sector rural del cantón.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productores que venden el café

Precio	<p>en bola seco, venden el quintal a \$110.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Café pilado a 127,50\$, • Café molido a \$300. • En algunos casos, venden el café por libras, sin registro sanitario, a \$2,50 la libra, cabe destacar que no cuentan con una marca para el mercado.
Riesgo	<p>Los principales problemas que se enfrentan los caficultores son las enfermedades y plagas como la roya, ojo de pollo y la broca, por otro lado, los cambios climáticos también han perjudicado los cultivos. Además, tienen poco acceso a financiamiento, precios inestables, mercados saturados.</p>
Oportunidades	<p>Celica cuenta con un clima apto para producir café de altura, tiene tierra fértil.</p>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Por lo general la mayoría de cultivos de café están dirigidos por personas con una edad de 55 años, las nuevas generaciones han optado por abandonar sus hogares y dejar a un lado la agricultura. • Desconocimiento de nuevas técnicas de cultivo • No llevan un control de los costos de producción, debido al desconocimiento de estos temas financieros. • No les agrada la idea de asociarse, ya que piensan que no tendrán beneficios.
Fortalezas	<p>Disponibilidad de terrenos propios, tienen conocimientos amplios en la producción de café, tienen el deseo de superarse y adaptarse a las nuevas técnicas de cultivo.</p>

Fuente: Anexos 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

c) Acopiadores de Pindal y Celica.

Corresponde al tercer eslabón, encargados del acopio y almacenamiento del café, estos son los que adquieren el café comercial de los productores que trabajan de manera tradicional, para posterior a ellos venderlos a los transformadores, por lo general son los mismos acopiadores que actúan como transformadores y comercializadores. En el cantón Pindal no existen centros de acopio para el café, todo es llevado a la cabecera cantonal de Puyango, Alamor.

Tabla 13 Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad tradicional de los cantones Pindal y Celica.

VARIABLES	ACOPIADORES DE PINDAL	ACOPIADORES DE CELICA
Características	<p>Los acopiadores están ubicados en Alamor, los productores suelen llevarlos a esta parroquia, en vista que no disponen de un centro de acopio para el café en Pindal.</p> <p>El estado del café es en bola seca, y pilado, por lo general transportan el café acopiado al mercado nacional, son empresas familiares que, a más de acopiar el café, ofrecen el servicio de pilado a los productores del cantón Pindal a un precio de \$4,00 el quintal.</p> <p>Compran entre 2000 quintales de café al año, los mismos acopiadores se convierten en transformadores y comercializadores.</p>	<p>La producción de café en el cantón Celica es acopiada en 3 parroquias, una en la parroquia Celica, y 2 en la parroquia Alamor del cantón Puyango. El estado del café en que compran es el 33% en bola seca, y 67% pilado, por lo general transportan el café acopiado al mercado nacional, son empresas familiares que, a más de acopiar el café, ofrecen el servicio de pilado a los productores del cantón Celica. Compran entre 2000 y 4000 quintales al año. Además, son los mismos acopiadores que actúan como transformadores y comercializadores del café.</p>
Descripción de actividades	<p>Una vez que la producción entra al centro de acopio, el acopiador se encarga de clasificarlo de acuerdo a la calidad y el estado en que se encuentre para luego venderlo a los transformadores que son los encargados del tostado y molido del café. Por lo general el pago se lo realiza al contado.</p>	<p>Una vez que la producción entra al centro de acopio, el acopiador se encarga de clasificarlo de acuerdo a la calidad y el estado en que se encuentre para luego venderlo a los transformadores que son los encargados del tostado y molido del café. Por lo</p>

		general el pago se lo realiza al contado.
Relación entre actores	Se relacionan esporádicamente con los productores, transformadores y comercializadores.	La relación entre el productor y el acopiador es 100% esporádica, y la relación entre acopiador y transformador es 67% esporádica y 33 % formal.
Precio	<p>Ámbito local y nacional</p> <p>Los centros de acopio ubicados en Alamor, compran el café de todas las parroquias y barrios de Puyango (Ciano, El arenal, El limo), y de los cantones vecinos como Celica (Pózul, Cruzpamaba) y Pindal (Misama, Roblones). Por lo general lo compran pilado, o también ellos mismos les brindan este servicio. Lo compran a un precio de \$110,00 el quintal y lo suelen vender a \$120,00 a las provincias de Quito, Cuenca, Loja, El Oro.</p>	<p>Ámbito local y nacional</p> <p>El precio del café lo establecen de acuerdo a la bolsa de valores, y de acuerdo a la calidad del café, por lo general pagan a 110\$ el quintal de café en bola seco, y a 120\$ el quintal de café pilado.</p>
Riesgo	Poca producción de café en algunos cantones, precios inestables, competencia desleal.	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa producción de café. • Precios inestables. • Falta de ayuda del gobierno.
Oportunidades	Buen estado de las vías Clima apto para producir café.	Existe un amplio mercado para la compra del café, el sector es ampliamente productivo, tienen café de buena calidad
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria antigua por lo que se tienden a dañar • Los centros de acopio tienen una infraestructura pequeña que les impide almacenar más lotes de producción café. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria antigua para el procesamiento de café, como despulpadoras, piladoras, molinos, etc. • Les falta ampliar la infraestructura para acopiar mayor cantidad de quintales

		de café.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en cuánto al acopio de café • Infraestructura propia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura propia • Mucha experiencia en cuanto al almacenamiento y clasificación del café. • Buena solvencia económica para pagar al contado a los productores.

Fuente: Anexos 50, 51, 52, 53, 108, 109, 110, 111, 112, 113

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

d) Transformadores de Pindal y Celica.

Los transformadores se encuentran en el cuarto eslabón, son los encargados de transformar la materia prima en producto elaborado, es decir en transformar el café de pilado a tostado y molido, por lo general lo transforman bajo una marca para su posterior comercialización. En el cantón Pindal no existen transformadores, todo el café es llevado a Alamor, mientras que en Celica solo existe un transformador de café ubicado en la parroquia Celica, los otros transformadores se encuentran en la cabecera cantonal de Puyango, Alamor.

Tabla 14 Caracterización de los transformadores bajo la modalidad tradicional de los cantones Pindal y Celica.

VARIABLES	TRANSFORMADORES DE PINDAL	TRANSFORMADORES DE CELICA
Características	<p>Son los mismos acopiadores los que actúan como transformadores y comercializadores.</p> <p>Los productores transportan su producción a Alamor para que sea transformado y distribuido bajo una marca. Cuentan con maquinaria antigua, son pocas las que han sido reemplazadas por maquinarias actualizadas. Compran anualmente 2000 quintales de café para su posterior transformación.</p>	<p>De acuerdo a la información obtenida, se logró constatar que en el cantón Celica solo existe un transformador que comercializa el café bajo una marca, cuentan con todos los permisos de funcionamiento, y registro sanitario.</p> <p>La materia prima la adquieren a través de los acopiadores o directamente de los productores. Cuentan con maquinaria antigua, son pocas las que han sido reemplazadas por maquinarias actualizadas.</p>

		Compran anualmente 2000 quintales de café para su posterior transformación.
Descripción de actividades	<p>Los transformadores compran 4000 quintales de café en el año, los precios los establecen de acuerdo a la calidad del café, si el café es malo pagan hasta \$80,00.</p> <p>Luego que se encuentra clasificado el café de acuerdo a la calidad, proceden al tostado y posterior molido para que sea empacado bajo una marca patentada</p>	<p>El proceso de transformación inicia con la recepción del café pilado, luego lo clasifican y lo llevan a la tostadora en donde se va controlando el color del tostado, sin que se llegue a quemar, luego de esto proceden a molerlo para su posterior envasado y etiquetado.</p>
Relación entre actores	Se relacionan esporádicamente con los productores, y exclusivamente con los comercializadores.	Se relaciona de manera esporádica con los acopiadores y productores
Precio	<p>Café Don Matías por lo general transforma el producto ubicándolo en presentaciones de 400gr y 200gr a un precio de \$1,80 y \$0,90 respectivamente.</p> <p>Café El artesano vende la libra a \$2,50 y a \$3,00.</p>	<p>El precio de café en la presentación de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 400gr con un valor de 1,80\$ • 200gr con un valor de 0,90\$ <p>Estos costos los establece de acuerdo al margen de utilidad, y a la calidad del café.</p>
Riesgo	<p>Mucha competencia.</p> <p>Los precios tienden a bajar.</p>	<p>Saturación de marcas en el mercado</p> <p>Desconocen cómo ha sido cultivado el café, por lo tanto, no saben si ha sido cultivado 100% orgánico o han usado agroquímicos.</p>
Oportunidades	<p>Existe un amplio mercado que gusta del café.</p> <p>Infraestructura propia</p>	<p>Existe un amplio mercado que gusta del café.</p> <p>Infraestructura propia</p> <p>Acceso rápido para la adquisición de maquinaria actualizada.</p>
Debilidades	No aprovechan los residuos para utilizarlos como abono o para hacer nuevos productos.	No ven hacia el futuro, desconocen de nuevas técnicas para mejorar el proceso de

		transformación. No aprovechan los residuos para lograr hacer nuevas líneas de productos.
Fortalezas	Sus marcas ya son conocidas en el mercado, solo falta que se amplíen a varias partes del país.	Son marcas reconocidas, que pueden expandirse a varias provincias del país.

Fuente: Anexos 54, 55, 56, 57, 114, 115, 116, 117, 118, 119.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

e) Comercializadores de Pindal y Celica.

Los comercializadores corresponden al quinto eslabón, son aquellas empresas encargadas de comercializar el producto en sus diversas presentaciones. Tanto en el cantón Pindal y Celica son los mismos transformadores que actúan como comercializadores, logrando que el producto bajo una marca llegue al consumidor final.

Tabla 15 Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad tradicional de los cantones Pindal y Celica.

VARIABLES	COMERCIALIZADORES DE PINDAL	COMERCIALIZADORES DE CELICA
Características	<p>En este caso las mismas empresas que actúan como transformadores, se encargan de comercializar el producto ya elaborado bajo diferentes marcas.</p> <p>En Alamor la empresa Café "El artesano" comercializa a todas las tiendas de Pindal y Celica, además lo venden a Montañas situada en Quito, Café Cubanita en Cuenca, y Comercial Román en Loja.</p> <p>Café Don Matías, transporta su producto ya elaborado a todos los centros comerciales de los cantones aledaños, además lo distribuye a la mayoría de tiendas en Loja, es una marca reconocida en el mercado.</p>	<p>En este caso las mismas empresas que actúan como transformadores, se encargan de comercializar el producto ya elaborado bajo diferentes marcas.</p> <p>En Celica se comercializa bajo el nombre de Café Celica, también lo llevan a vender a Guayaquil a la empresa denominada Don café.</p> <p>En Alamor también lo comercializan bajo las marcas Café Don Matías, y Café Arábica "El Artesano" El producto se caracteriza por tener buen aroma, peso y el color del tostado.</p> <p>Todos los centros comerciales cuentan con marca propia, RUC y registro sanitario.</p>

Descripción de actividades	<p>El producto ya terminado se caracteriza por tener buen aroma, peso y buen color del tostado.</p> <p>Los comercializadores exponen el producto en las vitrinas, o lo presentan por redes sociales, a través de estos medios también pueden los clientes hacer sus pedidos</p> <p>Todas las marcas de café cuentan con marca propia, RUC, registro sanitario N°24266-ALN-1219 y todos los permisos de funcionamiento.</p>	<p>Se encargan de distribuir el café tostado y molido en las presentaciones de 400gr a un precio de 1,80\$ y de 200gr a 0,90\$, además la libra de café la suelen vender en 3.00\$ y a 2,50 \$</p>
Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con todos los actores de la cadena de valor.	Relación esporádica con los productores, acopiadores y transformadores.
Ámbito de acciones	La distribución del café es a nivel local y nacional	La distribución del café es a nivel local y nacional
Precio	<p>Café Don Matías por lo general transforma el producto ubicándolo en presentaciones de 400gr y 200gr a un precio de \$1,80 y \$0,90 respectivamente.</p> <p>Café El artesano vende la libra a \$2,50 y a \$3,00.</p>	<p>Distribuyen el café en presentaciones de 400gr a 1,80\$; 200gr 0,90\$</p> <p>La libra de café a 2,50\$ y a 3,00\$</p>
Riesgo	Mucha competencia Café con mala calidad o mal sabor	Problemas por la competencia desleal, existe un mercado saturado por muchas marcas.
Oportunidades	El café es un producto que se consume de forma masiva a nivel local y nacional.	El café es un producto que se consume de forma masiva a nivel local y nacional.
Debilidades	Escaso uso de las redes sociales como herramienta para publicitar su marca y producto.	Les falta aplicar técnicas de marketing para hacer conocer el producto en toda la provincia, así como también planes estratégicos que le permitan mejorar los ingresos respecto a las ventas.
Fortalezas	Ya tienen una marca registrada con infraestructura propia.	Cuentan con marca propia y reconocida en la localidad

Fuente: Anexos 58, 59, 60, 61, 120, 121, 122, 123.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

MODALIDAD ASOCIATIVA

Con respecto al cantón Pindal, se ha evidenciado en los últimos años, que los cultivos de café han sido afectados por plagas, enfermedades y obviamente ha hecho que poco a poco vayan desapareciendo, por tal motivo cuando se levantó la información se pudo determinar que no existe ninguna asociación de café, solo existen un pequeño grupo de caficultores que trabajan de manera tradicional. Actualmente la mayoría de ellos han reemplazado los cultivos de café por maíz, y se han dedicado a la crianza de animales.

En cuanto al cantón Celica para la caracterización de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa se tomó en cuenta la información recabada en las encuestas a los productores asociados, así como la entrevista realizada al presidente de la única asociación existente en el cantón Celica, específicamente en la parroquia Pózul (Asociación Comuna Unión Núcleo cafetalero de Pózul).

Esta asociación, fue creada hace 6 años, iniciaron con 30 socios, sin embargo, poco a poco fueron desintegrándose hasta quedar 10 personas. La asociación cuenta con estatutos, está conformada por una estructura organizacional que cuenta con presidente, vicepresidente y tesorero.

Los objetivos de la asociación son llegar a la meta de ser los pioneros en venta de café de calidad, generar fuentes de trabajo, lograr que su marca esté reconocida en el mercado.

Los objetivos han sido difíciles de cumplir, debido a la falta de recursos y falta de compromiso de todos los socios, además no han logrado generar suficientes fuentes de trabajo para la parroquia.

La asociación antes de la pandemia se reunía cada mes, pero actualmente lo hacen cuando la situación lo amerite o cada 3 meses, todas las decisiones son tomadas por todos los socios.

Para formar parte de la asociación se necesite abonar \$300,00; 2 quintales de café y trabajar varios días en los cultivos, además el compromiso de cumplir con todos los estatutos establecidos. En caso de que quieran salirse, deben de presentar la renuncia o simplemente se salen.

Los problemas que se enfrentan los productores son por las enfermedades como la roya y la broca, el financiamiento que ellos usan son por el aporte que realiza cada socio.

Reciben ayuda por parte del GAD Municipal de Celica, y el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), ellos son los encargados de impartirles charlas a los socios en cuánto al buen manejo de la tierra para el cultivo, uso correcto de insumos, nuevas prácticas de sembrío etc.

La asociación cuenta con marca propia denominada “Café Pózul”, la misma que se encuentra registrada y patentada, con el respectivo registro sanitario, para la presentación de su producto suelen participar en ferias, y exposiciones.

Las ventas son regulares, venden especialmente a la misma parroquia, y a algunos centros comerciales del centro de Celica, por lo general el estado en que venden el café es tostado y molido. No utilizan maquinas actualizadas para realizar el proceso de transformación y envasado del café.

Los precios los establecen en base al margen de utilidad y la competencia, la libra la venden a \$2,50 y a \$3,00.

Tabla 16 *Datos generales de la asociación*

No.	Nombre	Ubicación	Descripción	Número de socios	Representante
1	Comuna Unión Núcleo Cafetalero de Pózul	Provincia: Loja Cantón: Celica Parroquia: Pózul	Esta asociación fue creada en el 2015. Acopia el café de la parroquia Pózul.	10 socios	Juana Maza.

Fuente: entrevista a la presidenta de la asociación.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto.

a) **Proveedores de la asociación en Celica.**

La asociación es la encargada de la provisión de semillas plántulas, insumos agroquímicos, maquinaria, etc. a los productores asociados, esto se cumple gracias al apoyo del Ministerio de Agricultura de y Ganadería y del GAD Municipal de Celica.

A continuación, se describe su caracterización:

Tabla 17 *Caracterización de los proveedores bajo la modalidad asociativa del cantón Celica.*

VARIABLES	PROVEEDORES
Características	La asociación Comuna Unión Núcleo Cafetalero de Pózul, se encarga de proveer de las semillas o plántulas para sus socios, además son encargados de impartir capacitaciones referentes al buen proceso de cultivo de café, elaboración de insumos orgánicos, distancia de sembrar cada plántula de café, etc. La asociación tiene subvariedades como el típica (36%), bourbón rojo (13%), caturra roja (7%), geisha y catimor (10%).
Descripción de actividades	Abastecen a los productores de café de insumos agrícolas como semillas y abono para el cuidado del café
Relación entre actores	Se relacionan de manera esporádica con los productores asociados del cantón Celica.
Precio	Las plántulas de vivero tienen precios que van desde los \$0,25 hasta los \$0,50 centavos
Riesgos	Riesgo de cultivar el café con baja calidad, debido al mal uso de insumos. Afectación de los cultivos por plagas y enfermedades.
Oportunidades	Contribución económica de todos los socios, así como el apoyo para la elaboración de viveros, no han podido generar fuentes de trabajo en la parroquia.
Debilidades	Cando tienen que aportar económicamente, los socios suelen desintegrarse.
Fortalezas	Amplio conocimiento en la elaboración de viveros, e insumos orgánicos. Capacidad para dar asistencia técnica a los agricultores. Cuentan con la infraestructura para el tostado y molido del café.

Fuente: Anexos 103, 104, 105, 106, 107.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

b) Productores de la asociación en Celica.

En este eslabón se encuentran los productores asociados, los mismo que pertenecen a la Comuna Unión Núcleo Cafetalero de Pózul, los productores son los agentes principales para la producción de café de calidad.

Tabla 18 *Caracterización de los productores bajo la modalidad asociativa.*

VARIABLES	PRODUCTORES
Características generales	<p>Los mayores productores asociados se encuentran en la parroquia San Juan de Pózul, y pertenecen a la Asociación Comuna Unión Núcleo Cafetalero de Pózul.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 90% son hombres y el 10% mujeres, de estos el 80% son casados y el 20% solteros. El 100% de sus terrenos son de su propiedad, con un promedio de 4,18 ha. dentro de esta dimensión 1.9 hectáreas están destinadas al cultivo del café, con un aproximado de 1425 plantas por cada hectárea de plantas de café cultivadas. • En su mayoría cuentan con los servicios de agua y electricidad. • El 50% tienen educación primaria, mientras que el resto tiene educación secundaria. La edad promedio de un caficultor en esa modalidad es de 54 años, y se llevan dedicando a esta actividad en un promedio de 16 años. • Otras fuentes de ingreso además del café, también tienen ingresos por la producción de maíz, hortalizas, o también, ocupan puestos en el GAD parroquial de Pózul. • El 80% tienen seguro, de este porcentaje el 60% tiene seguro campesino, el 20% seguro general y el 20% no tienen. • Realizan una inversión anual de \$1786,00. Este monto el 80% ha sido financiado con recursos propios, y el 20% han pedido créditos al Banco de Fomento con una tasa de interés del 15%. • Respecto a la maquinaria el 40% tienen marquesinas, el 10% lavadora y tostadora, el 20% molinos eléctricos, y el 60% no disponen maquinaria.

	<ul style="list-style-type: none"> • El 90% de los productores han sido capacitados en cuánto al proceso de cultivo del café, elaboración de insumos etc, estas capacitaciones han sido impartidas por parte de la propia organización, y por el GAD parroquial de Pózul. • En cuanto a la obtención de materia prima, el 80% ha comprado plántulas de vivero, mientras que el 20% han adquirido la semilla. • Las subvariedades que más sobresalen en sus cultivos son: típica (36%), típica mejorada (13%), bourbon, geisha, catimor (10%). • En cuanto a los insumos utilizados el 50% no usan químicos, ellos elaboran un abono de tipo orgánico, sin embargo, el 40% si usan, ciertos insumos, como matamontes y herbicidas. Cabe destacar que la mayor cantidad de insumos son donados por parte de la misma asociación, o por instituciones públicas. • Estas plantaciones tienen una edad de 1 a 15 años, el 80% de los cultivos no han sido renovados, el porcentaje restante si lo ha hecho, especialmente volviendo a hacer su propio vivero. • Por lo general cada hectárea de café produce 3 quintales de café, las condiciones de cultivo son por el 70% factor climático, mientras que el 30% bajo condiciones de riego y temporal. • Para la cosecha del café, el 80% usan trabajadores de manera ocasional, el resto son de la propia familia, a los trabajadores el 90% les brindan la alimentación y el 10% ninguno. • El control de plagas y enfermedades las realizan los técnicos de la asociación. • Los productores venden el quintal de café en bola seco y pilado, caracterizados por su buen aroma (70%), peso (28%), y tamaño del grano (12%). • Los problemas que más se enfrentan los caficultores es el 100% por las plagas y enfermedades.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Los productores realizan sus propios sembríos, y reciben capacitaciones por parte de la asociación en cuánto al buen cultivo de café, uso correcto de insumos, cómo actuar frente a posibles plagas y enfermedades, etc. • En la planta de Pózul es en dónde se transforma el café para venderlo bajo la marca de Café Pózul, esta marca está registrada y patentada.
Relación entre actores	Los caficultores se relacionan esporádicamente con la asociación.

Precios	Los productores asociados venden el quintal de bola seco \$115, el quintal de café pilado a \$130, y café molido a \$345. También venden por libras a \$2,50
Riesgos	Cambios climáticos tienden a dañar el café, así como las plagas y enfermedades. Poco interés de las nuevas generaciones en seguir con el proceso de cultivo de café.
Oportunidades	Celica cuenta con un clima apto para el cultivo de café de altura, con un promedio de 23°C
Debilidades	Ya no quieren seguir cultivando el café, debido a que muchos cultivos se han perdido, y han decidido inclinarse al cultivo de maíz. Los productores suelen desintegrarse, provocando que la asociación se desestabilice.
Fortalezas	Sus terrenos son 100% propiedad del productor, utilizan abono orgánico, por lo general el núcleo familiar colabora en la cosecha del café.

Fuente: Anexos 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

c) Acopiadores de la asociación en Celica.

El tercer eslabón corresponde a los acopiadores, en este caso la misma asociación se encarga de acopiar el café, para seleccionarlo, clasificarlo y almacenarlo de acuerdo a la calidad.

A continuación, se describe su caracterización:

Tabla 19 Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad asociativa.

VARIABLES	ACOPIADORES
Características generales	Comuna Unión Núcleo Cafetalero de Pózul, tiene la capacidad de almacenar alrededor de 3000 quintales de café, los mismos que luego son transformados para su posterior comercialización. Dentro de la planta de Pózul se verifica que el café tenga buena calidad, que tenga buen aroma, que no se tueste demasiado etc.
Descripción de actividades	Son encargados de acopiar el café de los socios, y de los productores de las parroquias aledañas, se le realizan pruebas para determinar el grado de calidad, para su posterior transformación.
Relación entre actores	Se relaciona exclusivamente con los productores de la parroquia Pózul.
Precios	Ofrecen el servicio de pilado a 44,00 el quintal de café.

	El precio de quintal en bola seca es de \$115 y pilado \$130. Una vez transformado lo venden a \$3.00 la libra
Riesgos	No existe mucha producción de calidad, productores no aplican correctamente las técnicas de cultivo por lo que disminuye la calidad del café.
Oportunidades	El sector es netamente productivo, existen gran afluencia de productores, pero falta capacitarlos.
Debilidades	No tienen una visión de ser los pioneros en la venta de café de calidad, sin químicos, 100% orgánico. Falta de compromiso de todos los socios.
Fortalezas	Tienen la infraestructura necesaria para el correcto almacenamiento del café. Compran el café bajo exigencias de calidad, tamaño del grano, y grado de humedad.

Fuente: Anexos 108, 109, 110, 111, 112, 113.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

d) Transformadores de la asociación en Celica.

La misma asociación es la encargada de llevar el café acopiado a la fase de transformación, esta fase está dirigida y controlada por los representantes de la asociación. Llevan un control riguroso para evitar que el café pierda la calidad.

En la presente tabla se caracteriza este eslabón:

Tabla 20 Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad asociativa.

VARIABLES	TRANSFORMADORES
Características generales	La asociación es la encargada de transformar el café para su posterior comercialización, la planta se encuentra ubicada en la parroquia Pózul, cuentan con la maquinaria necesaria para su transformación.
Descripción de actividades	La planta procesadora Café Pózul, brinda el servicio de pilado, tostado y molido de café, se encuentra ubicado en el barrio 20 de agosto sector El tejtar, vía a Naranjapamba. El proceso de transformación inicia con la recepción del café, se lo selecciona y clasifica de acuerdo a la calidad, posterior a ello se inicia el proceso de tostado, siguiendo las debidas precauciones para evitar que se eche a perder, luego de esto se lo lleva a la fase de empaçado.
Relación entre actores	Se relacionan exclusivamente con los socios, es decir los productores encargados de la producción de café.
Precios	El servicio de tostado y molido es de \$20, aquí se realiza el tostado y molido de acuerdo a su acidez.

Riesgos	Mercado saturado en cuánto a la venta de café. Diversa competencia en las parroquias aledañas
Oportunidades	Celica tiene un clima apto para producir café de altura y 100% orgánico
Debilidades	No existe el interés de los productores en asociarse. No se piensa en expandir el producto a otras partes del Ecuador.
Fortalezas	Es la única asociación de café existente en Celica con su propia infraestructura, conocimientos amplios en la buena producción de café.

Fuente: Anexos 114, 115, 116, 117, 118, 119.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

e) **Comercializadores de la asociación en Celica.**

La asociación se encarga de distribuir el producto en las diversas tiendas y centros comerciales bajo el nombre de Café Pózul, cabe resaltar que esta marca tiene todos los permisos de funcionamiento, registro sanitario y certificación de calidad.

En el presente cuadro se detalla su caracterización:

Tabla 21 *Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad asociativa.*

VARIABLES	COMERCIALIZADORES
Características generales	La asociación se encarga de distribuir el café tostado y molido a todas las tiendas de la localidad, vendiéndolo en sus diversas presentaciones con un empaque amigable con el medio ambiente, en el que consta la fecha de elaboración de vencimiento, No registro sanitario: 7086-ALN-0915, Norma INEN 1123.
Descripción de actividades	Se encargan del tostado, molido y empacado del producto final en sus 2 presentaciones de 400gr y 200gr, es 100% café orgánico.
Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con el cliente final
Precios	La planta de Pózul vende el café en 2 presentaciones: <ul style="list-style-type: none"> • 400gr a \$1.90 • 200gr a \$0,90 • Pero por lo general venden la libra a \$3,00
Riesgos	Saturación del mercado en cuánto a la venta de café
Oportunidades	Pózul tiene el clima apto para producir café de altura y 100% orgánico.

Debilidades	Falta de posicionamiento en el mercado Falta de estrategias de marketing en redes sociales y en medios tradicionales.
Fortalezas	Café orgánico, con certificación de calidad

Fuente: Anexos 120, 121, 122, 123.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

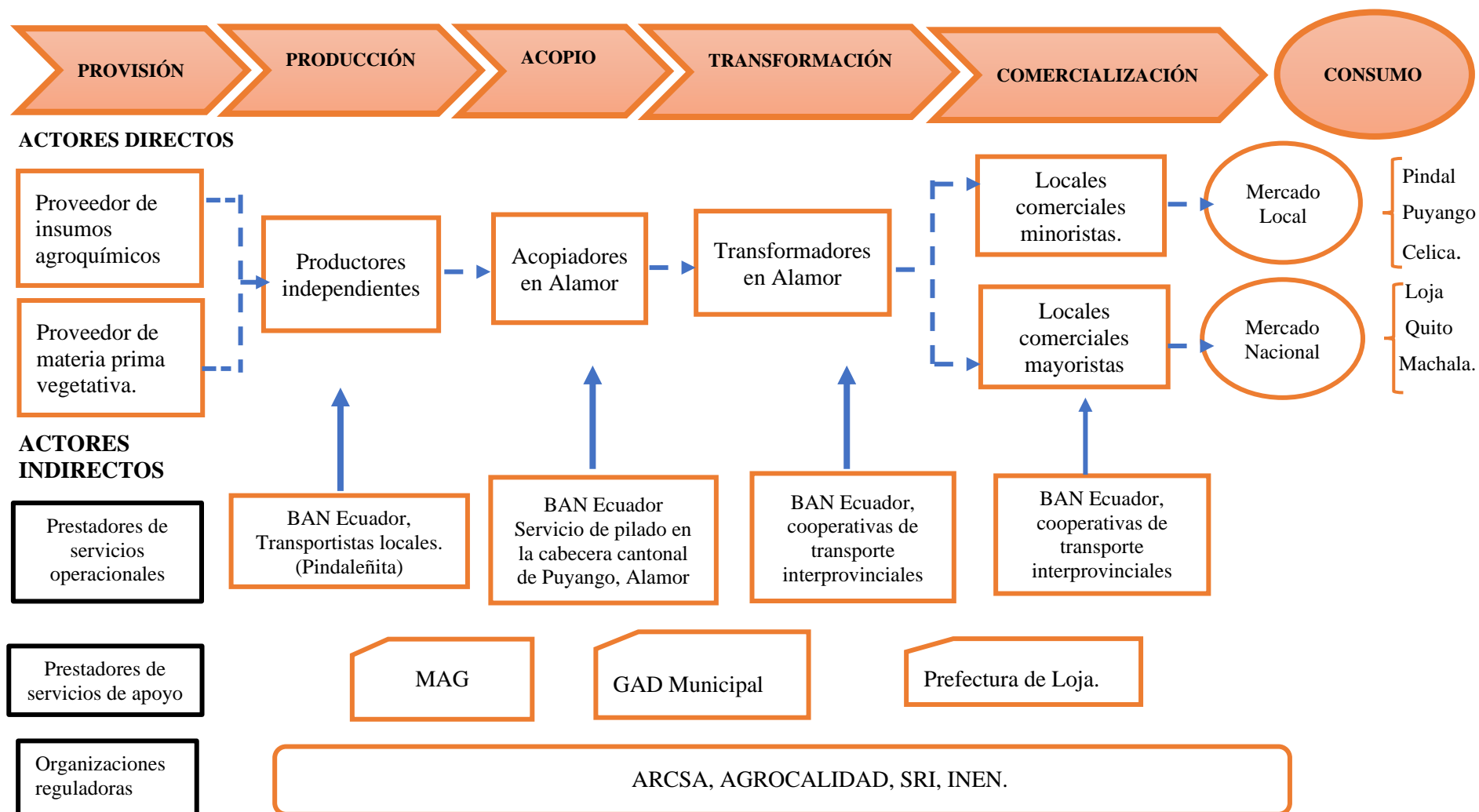
Objetivo 3: “Diagramar la cadena de valor del Café bajo la modalidad tradicional y asociativa en los cantones Pindal y Celica”

En base a la descripción de cada uno de los actores, así como su caracterización, se procede a mapear la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional desde la provisión de materia prima hasta llegar al consumidor final, esta representación gráfica consiste en la descripción de las actividades, actores y la relación entre los mismos, para ello se utilizó la simbología de Value Links propuesta en la tabla 5

La modalidad asociativa únicamente se representó bajo la modalidad tradicional, en vista que no existe ninguna asociación cafetera en el cantón Pindal.

A continuación, se presenta la representación gráfica de la cadena de valor bajo la modalidad tradicional.

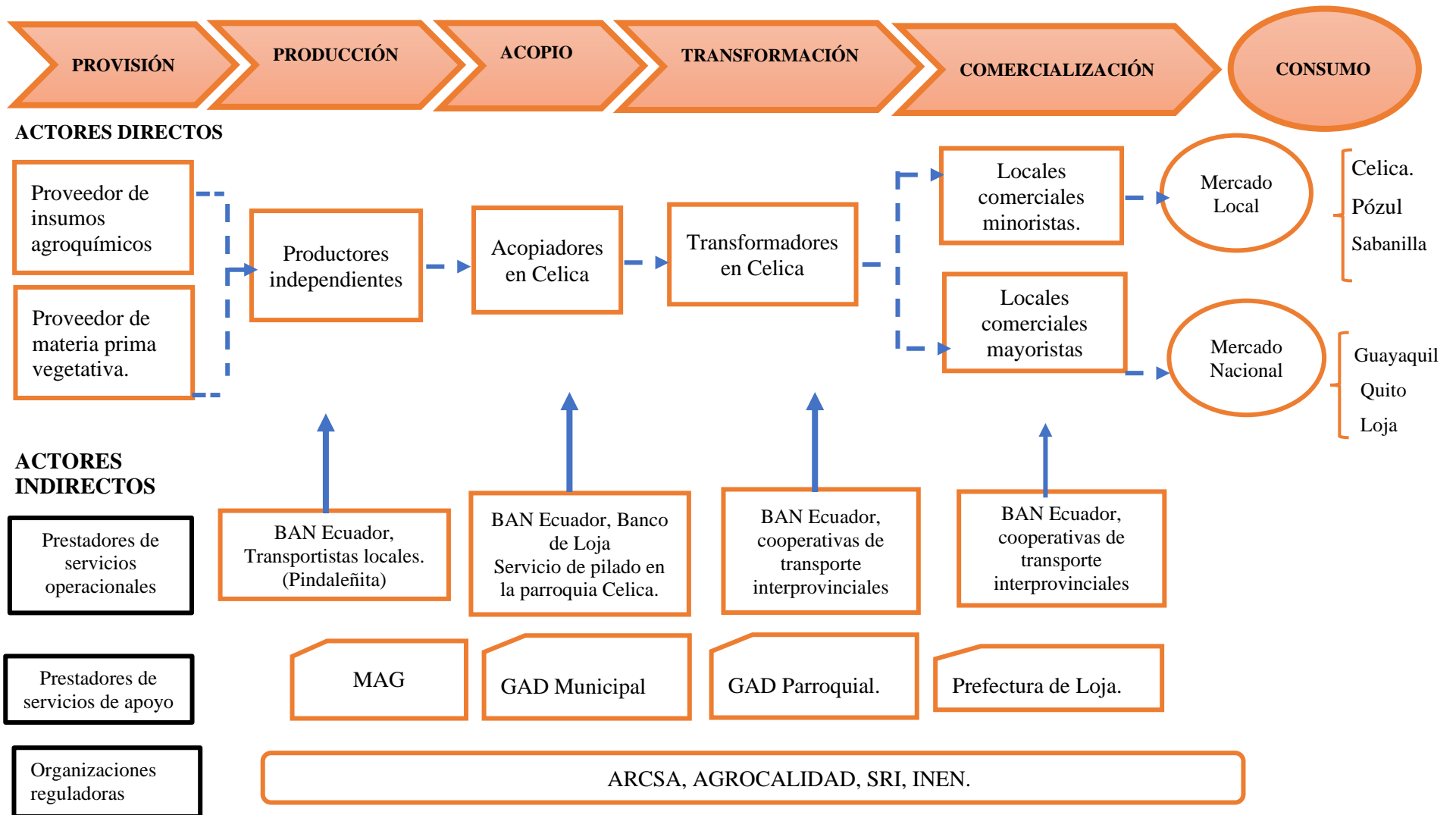
Ilustración 13 Mapeo de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Pindal.



Fuente: Tablas 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 16

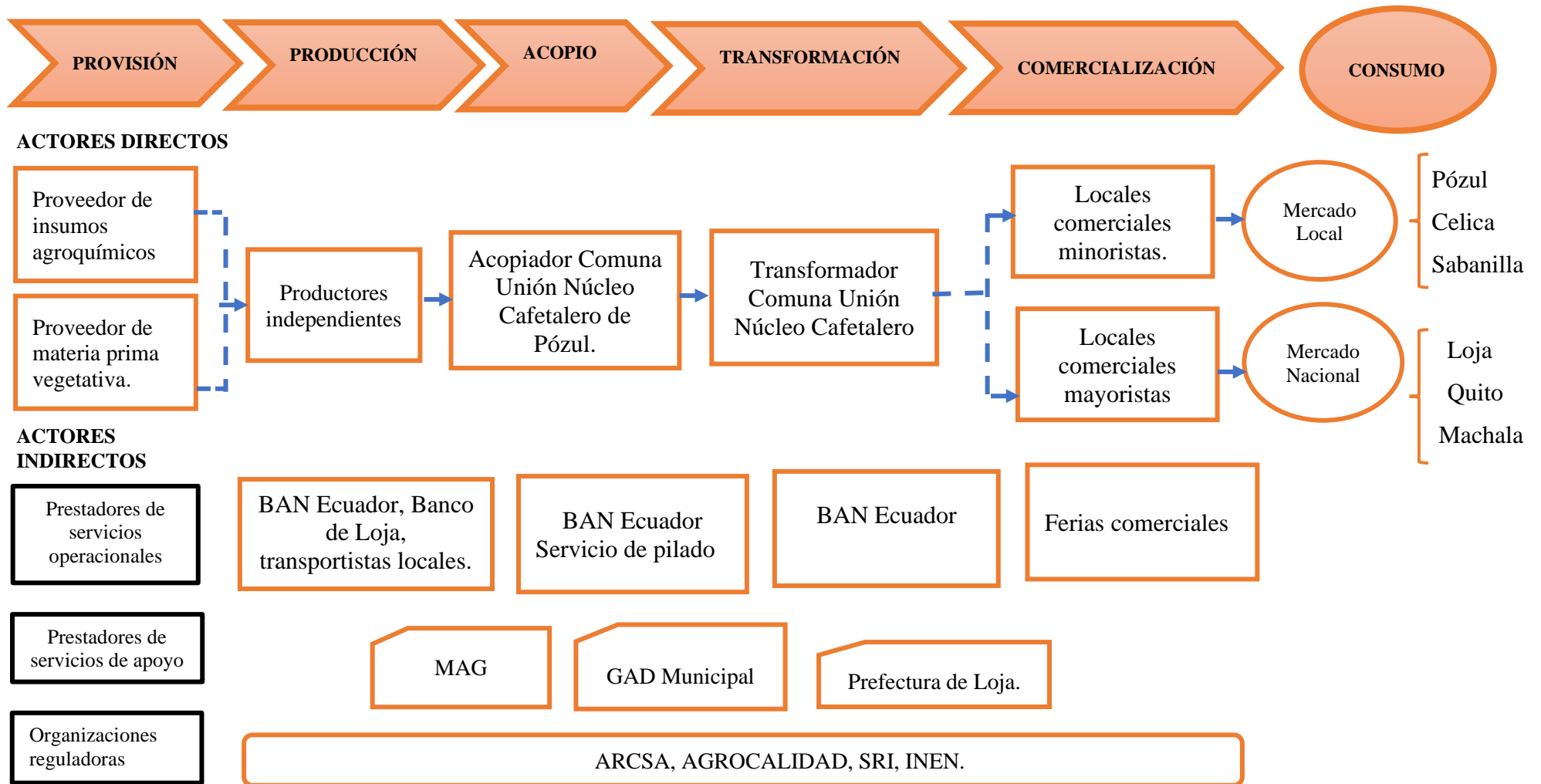
Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

Ilustración 14 Mapeo de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Celica.



Fuente: Tablas 8, 11, 13, 14, 15, 16
 Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

Ilustración 15 Mapeo de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa del cantón Celica.



Fuente: Tablas 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 16

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

Mapa de costos

Como todo proceso que conlleva a generar rentabilidad o pérdida, y tal es el caso de la cadena de valor del café, se incurre en una serie de gastos para lograr que el producto terminado llegue a manos del consumidor final. En las tablas 23 y 24 se establecen estos costos, de manera que verticalmente y de abajo hacia arriba, se pueden observar las siguientes categorías: 1° **Precio de compra de un quintal**, 2° los **Costos** que permiten generar valor agregado, 3° la **Utilidad** obtenida y 4° el **Precio de venta** del café al siguiente actor de la cadena de valor. Horizontalmente se encuentran ubicados los eslabones de: **Producción**, en el que incluyen los costos dentro de los procesos de siembra, control, nutrición, cosecha y pos cosecha hasta obtener un quintal de café en bola seco; **Acopio**, dentro del que se encuentran los procesos de pilar, clasificar y limpiar el café; **Transformación**, en el cual se tuesta, muele y empaqueta el café, **Comercialización**, en donde se incluyen los costos para la distribución del producto y **Consumo**, etapa en la que el producto llega al cliente.

Tabla 22 Mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional

	Producción (Café bola seca)	Acopio (Café pilado)	Transformación (Café tostado y molado)	Comercialización (Tostado y molido, precio 1 lb)	Consumo Unidades de 1lb
4° Precio de venta (USD/QQ)	\$100,00	\$120,00	\$220,00	\$2,50	\$2,50
3° Utilidad	\$13,00	\$15,00	\$35,40	\$0,20	-
2° Costos	\$87,00	\$5,00	\$25,00	\$0,10	-
1° Precio de compra (USD/QQ)		\$100,00	\$159,60 (1,33 qq)	\$2,20 (1lb)	-

Fuente: encuestas aplicadas a los actores de la cadena de valor de los cantones Pindal y Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto.

Tabla 23 Mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.

	Producción (Café bola seca)	Acopio (Café pilado)	Transformación (Café tostado y molado)	Comercialización (Tostado y molido, precio 1 lb)	Consumo Unidades de 1lb
4° Precio de venta (USD/QQ)	\$180,00	\$200,00	\$400,00	\$5,00	\$ 5,00
3° Utilidad	\$40,00	\$15,00	\$74,00	\$0,60	-
2° Costos	\$140,00	\$5,00	\$60,00	\$0,40	-
1° Precio de compra (USD/QQ)		\$180,00	\$266,00 (1,33 qq)	\$4,00 (1lb)	-

Fuente: encuestas aplicadas a los actores de la cadena de valor de los cantones Pindal y Celica

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto.

Objetivo 4: “Comparar las cadenas de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en los cantones Pindal y Celica”

Para dar cumplimiento al presente objetivo se procedió a elaborar una matriz comparativa de las 2 modalidades, tradicional y asociativa, con el propósito de identificar sus semejanzas y diferencias, y de esta forma, determinar que modalidad es la que genera más valor para los productores tradicionales.

Tabla 24 *Comparación de los proveedores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y modalidad asociativa en el cantón Celica.*

VARIABLES	TRADICIONAL	ASOCIATIVA
Características	Las semillas y plántulas por lo general han sido donadas por el MAG, la Junta parroquial y el GAD municipal de Celica. Otros han optado por ir a las partes montañosas y extraer las plántulas, para posterior venderlas o sembrarlas ellos mismos a raíz desnuda.	Los proveedores de semillas o plántulas han sido donadas por el GAD de Celica en convenio con la prefectura, así mismo el MAG ha donado varios tipos de semillas, los mismos que son entregados a los socios para que realicen los semilleros.
Descripción de actividades	<p>Las subvariedades que más comercializan son típicas, sachimor, catuahí, sachimor, geisha.</p> <p>No han sido capacitados constantemente, pocas son las veces que el MAG se ha hecho presente, en algunos de los casos la junta parroquial les ha impartido algunos temas.</p> <p>Los cultivos por lo general no son controlados por parte de alguna asociación, son los productores encargados de realizarlos por cuenta propia</p>	<p>Las subvariedades criollo, típica mejorada, catuahí, sachimor, colombia 6, son las que más tienen cultivadas.</p> <p>Los socios reciben capacitaciones constantes, en cuánto a nuevas prácticas de cultivo, elaboración de insumos, etc. Técnicos del MAG acuden a realizar las reuniones con los socios.</p> <p>La asociación brinda controles permanentes a los cultivos, para lograr que el productor coseche café de buena calidad</p>

	Los proveedores de insumos agroquímicos se encuentran en el centro de la parroquia Pózul, por lo general les brindan matamontes y herbicidas, en pocos casos abono, ya que los productores son los encargados de realizar este proceso. Les brindan asistencia técnica, devolución por defectos, sin embargo, muchos productores no saben cómo usar ciertos productos, ocasionando la pérdida de algunas plantas.	La asociación capacita a los socios para la elaboración de abono orgánico, sin la necesidad de usar productos químicos, con el objetivo de producir 100% café orgánico
Relación entre actores	Se relacionan esporádicamente con los productores, acopiadores, transformadores y comercializadores.	Se relacionan esporádicamente con los socios de la asociación
Ámbito de acciones	Sector rural de los cantones Pindal y Celica	
Precio	Kilo de semilla: desde \$40,00 el kilo. Plántulas de vivero: desde \$0,25ctv a \$0,50ctv Abonos: desde \$18,00 el quintal Matamontes: desde \$10,00 el galón Herbicidas: \$4,00 el litro	Kilo de semilla: desde \$52,00 el kilo Plántulas de vivero: desde \$0,25ctv a \$0,50ctv Abonos: desde \$22,50 el quintal Matamontes: desde \$15,00 el galón Herbicidas: \$3,90 el litro
Riesgos	Aumento de cultivos de tipo orgánico en el sector por lo que el uso de productos agroquímicos ya se deja de usar Pérdidas de cafetales por el uso incorrecto de los insumos, así como por las plagas y enfermedades.	Los productores ya no usan muchos agroquímicos, todo es orgánico.
Oportunidades	Tienen la oportunidad de ofrecer productos orgánicos para el cultivo de café, existe una gran cantidad de caficultores.	
Debilidades	Productos con periodo de caducación corto, por lo que se echan a perder.	

Fortalezas	Los proveedores de insumos agroquímicos se encuentran ubicados en el centro de Celica.	Tienen la capacidad de controlar y erradicar la aparición de plagas y enfermedades.
	Brindan asistencia técnica de cómo usar correctamente los insumos.	Conocimiento en la elaboración de insumos orgánicos. Ofrecen asistencia técnica a sus clientes y les dan las indicaciones necesarias para aplicar algún producto al cultivo de café.

Fuente: Tabla 11, 18.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

Tabla 25 Comparación de los productores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y modalidad asociativa del cantón Celica.

VARIABLES	TRADICIONAL	ASOCIATIVA
Características	El productor se caracteriza por realizar el cultivo de café de manera empírica, no utilizan técnicas de cultivo.	Los productores asociados aplican las técnicas de cultivo impartidas por parte de técnicos de la asociación.
	La edad promedio de los productores es de 55 años. El 84% son hombres y el 16% mujeres. EL 48% tienen educación primaria, el 44% educación secundaria, y el 4% tiene estudios superiores.	La edad promedio del productor es de 54 años. El 90% son hombres y el 10% mujeres, de estos el 80% son casados y el 20% solteros. La mayoría d productores tienen educación secundaria.
	Llevan trabajando en el sector cafetalero, en promedio, 19 años.	Llevan un promedio de 16 años trabajando en el cultivo del café
	El 100% de los productores de café tienen otras fuentes de ingresos aparte de la venta del café, por ejemplo, venta de maíz, hortalizas, crianza de animales etc.	Otras fuentes de ingreso además del café, también tienen ingresos por la producción de maíz, hortalizas, o también, ocupan puestos en el GAD parroquial de Pózul, tiendas etc.

<p>El 56 % de los caficultores disponen de seguro; de ellos, el 44% tienen seguro campesino, el 8% del seguro general, el 4% seguro del ISFA, mientras que el 48% no tiene seguro de ningún tipo.</p>	<p>El 80% tienen seguro, de este porcentaje el 60% tiene seguro campesino, el 20% seguro general y el 20% no tienen.</p>
<p>El 96% de los productores es propietario del terreno en el que cultivan el café, y el 4% arrienda el terreno a un vecino o familiar. El promedio de número de hectáreas sembradas de café es de 3,72, con un promedio de 1504 plantas de café sembradas por hectárea, con un rendimiento promedio de 5,32 quintales de producción.</p>	<p>El 100% de sus terrenos son de su propiedad, con un promedio de 4,18 ha. dentro de esta dimensión 1.9 hectáreas están destinadas al cultivo del café, con un aproximado de 1425 plantas por cada hectárea de plantas de café cultivadas.</p>
<p>Realizan una inversión anual de \$1343,30 para la producción de café, dicho monto ha sido financiado con sus propios recursos.</p>	<p>Realizan una inversión anual de \$1786,00. Este monto el 80% ha sido financiado con recursos propios, y el 20% han pedido créditos al Banco de Fomento con una tasa de interés del 15%.</p>
<p>El tipo de materia prima que utilizan es el 87% semillas, y el resto utilizan plántulas de vivero o regeneración. El 48% de esta materia prima ha sido donada por algunas instituciones públicas, mientras que el 24% la han comprado.</p>	<p>En cuanto a la obtención de materia prima, el 80% ha comprado plántulas de vivero, mientras que el 20% han adquirido la semilla. Así mismo la asociación se encarga de repartir la semilla donada por parte del MAG.</p>
<p>El 52% no ha recibido capacitaciones por parte de ninguna institución, han sido pocas las veces que se ha capacitado a los caficultores.</p>	<p>El 90% de los productores han sido capacitados en cuánto al proceso de cultivo del café, elaboración de insumos etc, estas capacitaciones han sido impartidas por parte de la propia organización, y por el GAD parroquial de Pózul.</p>

	<p>Con respecto a la maquinaria, el 44% no dispone de maquinarias, sin embargo, el 52% dispone de marquesinas, y el 12% despulpadoras y molinos eléctricos.</p> <p>Las subvariedades que más se cultivan en el cantón Celica son típica con el 64%, caturro roja rojo con el 30%, seguido de típica mejorada, y bourbon rojo.</p>	<p>En la planta de Pózul disponen de toda la maquinaria para el acopio, transformación y comercialización del café.</p> <p>Las subvariedades que más sobresalen en sus cultivos son: típica (36%), típica mejorada (13%), bourbón, geisha, catimor (10%).</p>
<p>Descripción de actividades</p>	<p>Una vez seleccionada la semilla, proceden a la realización de viveros, posterior a ello trasplantan las plántulas a una distancia de 2,5 metros.</p> <p>Las subvariedades que más cultivan son típica, caturra roja, bourbon, y típica mejorada.</p> <p>Por lo general no utilizan químicos, ellos mismo elaboran el abono, con residuos de origen vegetal (hojas verdes, restos de cosecha, hojarasca descompuesta, estiércol del ganado). Los productores que disponen de maquinaria, realizan un proceso para escoger el mejor café, luego ello lo despulpan y lo secan en marquesinas. Aquellos productores que no disponen de maquinaria, realizan el secado del café en el suelo o en plásticos.</p>	<p>Los productores realizan sus propios sembríos, y reciben capacitaciones por parte de la asociación en cuánto al buen cultivo de café, uso correcto de insumos, cómo actuar frente a posibles plagas y enfermedades, en la planta de Pózul es en dónde se transforma el café para venderlo bajo la marca de Café Pózul, esta marca está registrada y patentada.</p>
<p>Relación entre actores</p>	<p>Se relacionan esporádicamente con todos los eslabones de la cadena de valor.</p>	
<p>Precios</p>	<p>Los productores venden en promedio 1 quintal de café despulpado a \$120, bola seca a \$110, café pilado a 127,50\$, quintal de café molido a \$300.</p> <p>En algunos casos, venden el café por libras a 2,50, cabe destacar que no cuentan con una marca para el mercado.</p>	<p>La asociación vende el quintal de bola seco \$115, el quintal de café pilado a \$130, y café molido a \$345. También venden por libras a \$1,50 y a \$3,00.</p>

Riesgos	Los principales problemas que se enfrentan los caficultores son las enfermedades y plagas como la roya, ojo de pollo y la broca, por otro lado, los cambios climáticos también han perjudicado los cultivos. Además, tienen poco acceso a financiamiento, precios inestables, mercados saturados.	Cambios climáticos tienden a dañar el café, así como las plagas y enfermedades. Poco interés de las nuevas generaciones en seguir con el proceso de cultivo de café. No aplican correctamente las técnicas de cultivo, por lo que tienden a bajar la calidad del café.
Oportunidades	Celica tiene el clima apto para producir café de altura, ya que tiene una temperatura de 13°C	tiene una altitud de 2236 m s. n. m. y
Debilidades	Las nuevas generaciones han optado por abandonar sus hogares y dejar a un lado la agricultura. Desconocimiento de nuevas técnicas de cultivo No llevan un control de los costos de producción, debido al desconocimiento de estos temas financieros. No les agrada la idea de asociarse, ya que piensan que no tendrán beneficios.	Los socios tienden a desintegrarse por no aportar económicamente, y otros han decidido inclinarse al cultivo de maíz.
Fortalezas	El 96% tienen terrenos propios, cultivan el café de manera orgánica, y tienen la ayuda del núcleo familiar	Sus terrenos son 100% propiedad del productor, utilizan abono orgánico, por lo general el núcleo familiar colabora en la cosecha del café.

Fuente: Tabla 13, 19.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

Tabla 26 Comparación de los acopiadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y modalidad asociativa del cantón Celica.

VARIABLES	TRADICIONAL	ASOCIATIVA
Características	La producción de café en el cantón Celica es acopiada en 3 parroquias, una en la parroquia Celica, y 2 en la parroquia Alamor del cantón Puyango. El estado del café es el 33% en bola seca, y 67% pilado, por lo general transportan el café acopiado al mercado local y nacional, son empresas familiares que, a más de acopiar el café, ofrecen el servicio de pilado a los productores del cantón Celica. Compran entre 2000 y 4000 quintales al año.	Comuna Unión Núcleo Cafetalero de Pózul, tiene la capacidad de almacenar alrededor de 800 quintales de café, los mismos que luego son transformados para su posterior comercialización. Dentro de la planta de Pózul se verifica que el café tenga buena calidad, que tenga buen aroma, que no se tueste demasiado etc.
Descripción de actividades	Una vez que la producción entra al centro de acopio, el acopiador se encarga de clasificarlo de acuerdo a la calidad y el estado en que se encuentre para luego venderlo a los transformadores que son los encargados del tostado y molido del café. Por lo general el pago se lo realiza al contado.	Son encargados de acopiar el café de los socios, se le realizan pruebas para determinar el grado de calidad, para su posterior transformación. Además brindan el servicio de pilado a los productores de Pózul a un valor de \$4,00 cada quintal, y a \$10,00 la arroba de café tostado y molido.
Relación entre actores	Se relacionan esporádicamente con todos los eslabones de la cadena de valor, y los pagos son al contado. Si se realizan créditos, pero solo por un corto tiempo.	
Precios	El precio del café lo establecen de acuerdo a la bolsa de valores, y de acuerdo a la calidad del café, por lo general pagan a 110\$ el quintal de café en bola seco, y a 120\$ el quintal de café pilado.	El precio de quintal en bola seca es de \$115 y pilado \$130. Una vez transformado lo venden a \$3.00 la libra

Riesgos	Escasa producción de café, precios inestables, falta de ayuda del gobierno.	No existe mucha producción de calidad, productores no aplican correctamente las técnicas de cultivo por lo que disminuye la calidad del café. Las maquinas se suelen dañar, y los gastos son muy altos.
Oportunidades	Existe un amplio mercado para la compra del café, el sector es ampliamente productivo, tienen café de buena calidad	Pózul tiene grandes productores, solo les hace falta capacitarlos.
Debilidades	Maquinaria antigua para el procesamiento de café, como despulpadoras, piladoras, molinos, etc. Les falta ampliar la infraestructura para acopiar mayor cantidad de quintales de café.	No tienen suficiente capital para adquirir más quintales de café. Les hace más compromiso de los asociados.
Fortalezas	Infraestructura propia. Mucha experiencia en cuanto al almacenamiento y clasificación del café. Tienen solvencia económica para pagar al contado a los productores y transformadores.	Tienen la infraestructura necesaria para el correcto almacenamiento del café. Son los únicos que existen en la parroquia Pózul.

Fuente: Tabla14, 20.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

Tabla 27 Comparación de los transformadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y modalidad asociativa del cantón Celica.

VARIABLES	TRADICIONAL	ASOCIATIVA
Características	<p>En el cantón solo existe un transformador que comercializa el café bajo una marca, cuentan con todos los permisos de funcionamiento, y registro sanitario.</p> <p>La materia prima la adquieren a través de los acopiadores o directamente de los productores. Cuentan con maquinaria antigua, son pocas las que han sido reemplazadas por maquinarias actualizadas. Compran anualmente 2000 quintales de café para su posterior transformación.</p>	<p>La asociación es la encargada de transformar el café para su posterior comercialización, la planta se encuentra ubicada en la parroquia Pózul, cuentan con la maquinaria necesaria para su transformación.</p>
Descripción de actividades	<p>El proceso de transformación inicia con la recepción del café pilado, luego lo clasifican y lo llevan a la tostadora en donde se va controlando el color del tostado, sin que se llegue a quemar, luego de esto proceden a molerlo para su posterior envasado y etiquetado.</p>	<p>El proceso de transformación inicia con la recepción del café, se lo selecciona y clasifica de acuerdo a la calidad, posterior a ello se inicia el proceso de tostado, siguiendo las debidas precauciones para evitar que se eche a perder, luego de esto se lo empaca.</p>
Relación entre actores	<p>Se relacionan exclusivamente con los socios, es decir los productores encargados de la producción de café.</p>	
Precios	<p>*400gr con un valor de 1,80\$</p> <p>*200gr con un valor de 0,90\$</p>	<p>El servicio de tostado y molido es de \$10 Y el servicio de pilado a \$4,00 cada quintal 1 libra a \$3.00</p>
Riesgos	<p>Mercados saturados.</p> <p>Desconocen si el café ha sido cultivado</p>	<p>Mercado saturado en cuánto a la venta de café. Varía competencia en parroquias aledañas</p>

	correctamente para que este dentro de los estándares de calidad.	
Oportunidades	Celica tiene el clima apto para producir café de altura y 100% orgánico.	
Debilidades	No aprovechan los residuos para lograr hacer nuevas líneas de productos.	No existe el interés de los productores en asociarse. No se piensa en expandir el producto a otras partes del Ecuador.
Fortalezas	Son marcas reconocidas, que pueden expandirse a varias provincias del país	Es la única asociación de café existente en Celica con su propia infraestructura, y conocimientos amplios en la buena producción de café.

Fuente: Tabla 15, 21.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

Tabla 28 *Comparación de los comercializadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y modalidad asociativa en el cantón Celica.*

VARIABLES	TRADICIONAL	ASOCIATIVA
Características	<p>En este caso las mismas empresas que actúan como transformadores, se encargan de comercializar el producto ya elaborado bajo diferentes marcas. *En Celica se comercializa bajo el nombre de Café Celica, también lo llevan a vender a Guayaquil a la empresa denominada Don café. *En Alamor también lo comercializan bajo las marcas Café Don Matías, y Café Arábica "El Artesano"</p> <p>El producto se caracteriza por tener buen aroma, peso y el color del tostado. Todos los centros comerciales cuentan con marca propia y RUC.</p>	<p>La asociación se encarga de distribuir el café tostado y molido a todas las tiendas de la localidad, y al vecino cantón de Pindal, vendiéndolo en sus diversas presentaciones con un empaque amigable con el medio ambiente, en el que consta la fecha de elaboración de vencimiento, No registro sanitario: 7086-ALN-0915, Norma INEN 1123.</p>

Descripción de actividades	Se encargan de distribuir el café tostado y molido en las presentaciones de 400gr a un precio de 1,80\$ y de 200gr a 0,90\$, además la libra de café la suelen vender en 3.00\$ y a 2,50 \$.	Se encargan del tostado, molido y empacado del producto final en sus 2 presentaciones de 400gr y 200gr, es 100% café orgánico.
Destino del café.	El principal mercado a nivel local para la venta de producto es el cantón Celica, Pindal, Puyango, Catacocha y las provincias de Guayaquil, Quito, y Machala.	La asociación vende el café a nivel local en la misma parroquia de Pózul, y cantones aledaños. Y a nivel nacional venden sus productos en las provincias de Loja, y Quito.
Relación entre actores	Relación esporádica con los transformadores	Se relaciona esporádicamente con el cliente final
Ámbito de acciones	La comercialización del café es a nivel local y nacional	La comercialización del café es a nivel local y nacional.
Precios	Distribuyen el café en presentaciones de 400gr a 1,80\$; 200gr 0,90\$. La libra de café a 2,50\$ y a 3,00\$	La planta de Pózul vende el café en 2 presentaciones: 400gr a \$1.90 200gr a \$0,90
Riesgos	Problemas por la competencia desleal, existe un mercado saturado por muchas marcas.	Saturación del mercado en cuánto a la venta de café
Oportunidades	El café es un producto que se consume de forma masiva a nivel nacional.	Pózul tiene el clima apto para producir café de altura y 100% orgánico.

Debilidades	Les falta aplicar técnicas de marketing para hacer conocer el producto en toda la provincia, así como también planes estratégicos que le permitan mejorar los ingresos respecto a las ventas.	Falta de posicionamiento en el mercado Falta de estrategias de marketing en redes sociales y en medios tradicionales.
--------------------	---	--

Fortalezas	Cuentan con marca propia y reconocida en la localidad	Café orgánico, con certificación de calidad
-------------------	---	---

Fuente: Tabla 16, 22.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez Soto

7. **Discusión.**

El análisis de la cadena de valor, permite caracterizar a los actores y eslabones dentro de la cadena productiva, con el propósito de identificar y establecer soluciones a los problemas que limitan el desarrollo, eficiencia, calidad, competitividad, equidad y sustentabilidad de la cadena de valor.

En los cantones Pindal y Celica, la producción de café actualmente ha tenido un notable decrecimiento, existen pocas hectáreas destinadas al café con volúmenes bajos de producción. Por tal motivo en el desarrollo de la presente investigación se pudo identificar que en el cantón Pindal no existen asociaciones de café, solo prevalece un grupo minoritario de productores que trabajan individualmente. Esta cadena de valor tiene similares características a la cadena de valor desarrollada por Pila (2019) en Pukara, provincia del Azuay, en donde se pudo concluir que la cadena de valor del café se encuentra en un estado incipiente, al atravesar un proceso de reactivación de la zona cafetalera y sus eslabones presentan debilidades en el aspecto técnico y económico. Lo mismo sucede en el cantón Pindal, debido a la escasa producción de café los eslabones de la cadena de valor no han establecido acuerdos de cooperación, además existe la carencia de asociaciones que permitan generar canales de comercialización y por lo tanto les den más valor a los productores. Es importante mencionar que hace varios años si existieron asociaciones de café, pero se desintegraron por la falta de compromiso de los socios en aportar económicamente, perdieron sus cultivos producto de las plagas y enfermedades y mejor decidieron dedicarse al ganado y al cultivo de maíz, etc.

Debido a la poca producción de café, los pocos caficultores que existen venden su café a la cabecera cantonal del vecino cantón de Puyango, Alamor. Sin embargo, el precio que les pagan los

acopiadores o transformadores suele ser bajo, ya que los productores muchas de las veces debido al desconocimiento de buenas técnicas de cultivo hacen perder la calidad del café.

Según la cadena de valor del café en Ecuador (ilustración n°7) propuesta por Gonzalez (2018) compara en una sola gráfica la modalidad tradicional y asociativa; la particularidad en esta investigación es que la cadena únicamente está conformada por 3 eslabones: en primer lugar, los proveedores de insumos y los caficultores; seguido por el segundo eslabón más largo y de mayor participación, el de comercialización, el mismo que se divide en uno minorista y de comercio informal y el segundo de exportación; en cuanto al tercer eslabón está representado por los mercados local e internacional. Esto difiere en los eslabones encontrados en los cantones Pindal y Celica ya que en este caso son 6 los eslabones que intervienen en la cadena de valor empezando por los proveedores de insumos agrícolas y materia vegetativa; en el segundo eslabón están los productores; en el tercer eslabón se encuentran los centros de acopio; en el cuarto eslabón están los transformadores encargados de agregar valor a través del tostado, molido y empacado; en el quinto eslabón se encuentran los comercializadores; y por último en el sexto eslabón está el consumidor final. Además, se presentan a los actores indirectos identificados en la cadena que prestan servicios de apoyo y desarrollan actividades de regulación en la misma. Cabe destacar que en el cantón Pindal, no existen centros de acopio para el café, toda la producción, es llevada al vecino cantón de Puyango, en donde los mismos acopiadores actúan como transformadores y comercializadores.

Además, se tomó como referencia el Informe de Rendimiento Objetivos Café Grano Oro (2019) desarrollado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) en el que establece que el caficultor a nivel nacional tiene una edad promedio de 53 años de edad, referente al nivel de educación solo han estudiado hasta la primaria, lo que representa el 51%; el 18 % han terminado

la secundaria y el 8% no han recibido educación; por otro lado, el 63% de productores de café fueron capacitados con temas relacionados al manejo correcto del café, de estas capacitaciones, el 97% han sido impartidas por el MAG; en cuanto al financiamiento solo el 5% accedió a un crédito agrícola; la superficie promedio de cultivo de *coffea arábica* es de 1,98 ha y el destino de la producción es el 76% a intermediarios; 12,5% a centro de acopio y 4,6% al mercado; en las practicas agronómicas la cantidad de material vegetativo de *coffea arábica* es de 3,015 pl/ha. La subvariedad más usada a nivel nacional es la Sachimor. El rendimiento nacional de *coffea arábica* es de 0,30 t/ha y en la provincia de Loja es de 0,24 t/ha. Los principales problemas que se han enfrentado han sido por las plagas y enfermedades, así como falta del acceso a riego, todo esto ha provocado que se pierdan los cultivos o que se llegue a obtener un café de mala calidad.

De acuerdo al informe antes presentado, se ha procedido a comparar al productor de los cantones Pindal y Celica respecto al productor a nivel nacional, en donde la edad promedio del caficultor Pindalence es de 60 años, con el 83% de educación primaria, la variedad que más predomina es el café arábico con las subvariedades típica, caturra, y sachimor, en cada hectárea de café tienen sembradas un promedio de 1426 plantas de café, generando un rendimiento de *coffea arábica* de 1 a 3 quintales. En lo que respecta al cantón Celica la edad promedio es de 55 años, el 48% han tenido educación primaria, y poseen 1,7 hectáreas destinadas a la producción de café, en cada hectárea se tienen 1504 plantas de café, la variedad que más se cultiva es la Típica, Bourbon, Caturra, y Típica mejorada. En promedio la plantación de café rinde de 1 a 5 quintales.

Respecto a las estadísticas presentadas por parte del MAG, en donde manifiesta que el 97% de caficultores ha sido capacitado en lo referente al proceso de cultivo de café, se pudo identificar que esta cifra no coincide con los datos obtenidos, ya que el 72% no ha recibido capacitaciones de

ningún tipo, son los mismos productores que por sus propios medios llevan este proceso de forma empírica, simplemente con conocimientos que les han impartido sus padres.

En lo referente a la modalidad asociativa, en promedio un caficultor asociado posee 1.9 hectáreas de café, la variedad más predominante es Típica, Geisha, Catimor y Sachimor, obteniendo 1425 plantas por hectárea, generando un rendimiento de coffeea arábica de 1 a 5 quintales. La asociación Comuna Unión Núcleo Cafetalero de Pózul, brinda capacitaciones periódicas a sus socios en temas relacionadas a técnicas actualizadas para el buen cultivo de café, uso correcto de insumos, elaboración de abono orgánico, etc. por ende, mucha de la producción es de buena calidad, comercializando un café con buen aroma y sabor. La asociación posee una marca que se encuentra patentada, y con todos los permisos de funcionamiento, por lo general distribuye el producto en sus presentaciones de 400 gr a la propia parroquia de Pózul, Celica, y a centros comerciales de Pindal. Además, realizan envíos por cooperativa a otros cantones de la provincia de Loja.

Según Escobedo (2018) los obstáculos que frenan la competitividad de la cadena de valor, son sistemas de producción deficientes, falta de apoyo de las instituciones, y poca promoción de café de calidad. Dichos factores coinciden con los problemas encontrados en las cadenas de valor de Pindal y Celica, ya que los productores que trabajan de manera tradicional se han visto afectadas en cierto grado por la falta de ayuda del gobierno, además las plagas y enfermedades han desaparecido sus cultivos, lo que ha provocado que no produzcan café para la venta, muchos están produciendo para su propio consumo, otro factor es el poco acceso a financiamiento, falta de capacitaciones o asistencia técnica ya que muchos productores que trabajan bajo la modalidad tradicional no tienen buen rendimiento del café provocando que sus ingresos sean menores con

respecto a los altos costos de producción.

En cuanto a la rentabilidad de cada actor, el eslabón menos beneficiado de la cadena de valor es el de producción, a pesar que es el actor que desarrolla el mayor esfuerzo por producir el café, tan solo tiene un margen de ganancia de \$13 dólares por quintal de café bola seco y de \$15 por café pilado. En cambio, los actores que se llevan la mayor rentabilidad son los acopiadores, mismos que actúan como transformadores y comercializadores, ellos venden el producto en presentaciones de 400 gr a \$2,50 y café especial a \$6,00. Teniendo un margen de utilidad de \$0,20 ctv por cada unidad vendida. Ante estos resultados, se evidencia que el productor es el que realiza el mayor esfuerzo por sacar el café en grano, sin embargo, carece de beneficios. Por otro lado, en la cadena de valor asociativa, en vista que los productores asociados disponen de la maquinaria necesaria para el acopio, transformación y comercialización del producto, tienen mejores ingresos económicos, teniendo una ganancia de \$0,60 ctv por la venta de cada presentación de 400 gr a \$5,00; además la asociación distribuye en presentaciones de 200gr a \$3,00, obteniendo ingresos más rentables en comparación con los productores que trabajan de manera tradicional.

8. Conclusiones

En la presente investigación se concluye lo siguiente:

- ✓ El cantón Pindal no cuenta con asociaciones relacionadas al cultivo del café, debido a la falta de compromiso de las instituciones públicas en apoyar a este sector, muchos de los productores han perdido sus cultivos producto de plagas y enfermedades, ocasionando que actualmente se dediquen al cultivo del maíz y al pasto cultivado para la crianza de animales.
- ✓ En vista que en Pindal no existe mucha producción, los pocos productores que existen, deben transportar su café a los centros de acopio que están ubicados en Alamor, por lo general los mismos acopiadores son los que actúan como transformadores y comercializadores.
- ✓ Existe la falta de apoyo de entidades gubernamentales como el GAD Municipal de Pindal y el MAG, en vista que el 100% de productores de café no han recibido la atención necesaria, es más el proyecto “Reactivación del Café y Cacao Nacional Fino de Aroma”, no ha dado buenos resultados, en vista que en el cantón actualmente existe deficiencia en la producción de café, y peor aún, los cultivos de café han desaparecido casi en su totalidad.
- ✓ La cadena de valor de los cantones Pindal y Celica, en la modalidad tradicional, presenta algunas deficiencias, especialmente en el eslabón de producción y transformación, ya que sus procesos son artesanales y empíricos, lo que provoca que el desconocimiento de buenas prácticas agrícolas y manufactureras, limiten la agregación de valor al producto final, provocando que se reduzca la competitividad y el precio frente al café distribuido en mercados más cercanos.
- La comparación de ambas modalidades permitió identificar que la modalidad asociativa es la que aporta más beneficios a los caficultores, en vista que las asociaciones brindan

más atención a los productores, en cuanto a capacitaciones constantes sobre nuevas técnicas de cultivo, promoviendo de esta manera que el caficultor produzca café 100% orgánico, de buena calidad, y por lo tanto mejoren sus ingresos económicos, ya que, a mayor calidad, mayor precio.

- ✓ En la modalidad tradicional del cantón Pindal únicamente el 28% y del cantón Celica el 48% de los productores han recibido capacitaciones por instituciones encargadas del sector agrícola, lo que significa que gran parte de caficultores realiza el proceso productivo del café con conocimientos empíricos, es decir sin aplicar técnicas modernas de cultivo. Por otro lado, los productores de la modalidad asociativa el 90% han sido capacitados constantemente, además tienen la atención de instituciones de apoyo como el MAG y el GAD Municipal en brindar la ayuda necesaria para producir café de buena calidad.
- ✓ En las dos modalidades tradicional y asociativa del cantón Celica, y en la modalidad tradicional del cantón Pindal, los problemas que se enfrentan los actores involucrados son similares al momento de la producción de café, ya que son afectados por plagas y enfermedades, problemas de financiamiento, falta de riego y la ayuda por parte de las instituciones públicas encargadas del sector agrícola.

9. Recomendaciones.

- ✓ En vista que los productores son los que aportan más dentro de la cadena de valor, el gobierno a través del MAG, debe implementar programas encaminados en la reactivación del sector cafetalero en los cantones Pindal y Celica, es clave en este proceso desarrollar un paquete técnico de acompañamiento integral con prácticas agroecológicas que cuiden el ambiente y la calidad del grano, generando así más beneficios económicos para sus familias.
- ✓ El gobierno central debe establecer políticas en beneficio de los caficultores, con el objetivo de que el productor sea el encargado de entregar el producto ya elaborado directamente al consumidor final, evitando así la participación de intermediarios, los mismos que son los que se llevan la mayor rentabilidad, dejando a un lado al productor.
- ✓ Incentivar a las nuevas generaciones para que sigan con el cultivo de café, adaptándose a las nuevas técnicas de cultivo para mejorar la producción y calidad del café, y de esta manera encontrar nuevos mercados para su comercialización.
- ✓ Los GAD municipales deben brindar más apoyo al sector cafetalero, en cuanto a capacitaciones constantes a cada integrante de la cadena de valor, así mismo que tengan una base de datos en el que conste toda la información de los caficultores, para que de esta forma sea más fácil acceder a ellos.
- ✓ Incentivar a los productores tradicionales de los cantones Pindal y Celica, para que trabajen de manera asociada, dándoles a conocer los beneficios que la misma les puede brindar en cuanto a capacitaciones constantes sobre el buen cultivo de café, logrando así que produzcan café de calidad y por ende sean más competitivos en el mercado.

- ✓ Utilizar las redes sociales como medio para publicitar sus marcas, con el objetivo que las mismas sean reconocidas en toda la ciudad de Loja y por ende se atraiga la inversión extranjera.
- ✓ A la Universidad Nacional de Loja, que realice programas de vinculación con la sociedad con el propósito de que estudiantes, realicen las pasantías o investigaciones en el sector agrícola en todos los cantones de la provincia, y de esta manera contribuyan al mejoramiento de la producción de café y de otros cultivos, optimizando así su nivel de producción y por ende la calidad de vida de todos los caficultores.
- ✓ El uso de la metodología ValueLinks, como instrumento para examinar a nivel sectorial y empresarial cada eslabón que conforma la cadena de valor, para su posterior fomento a través del diseño de estrategias, esto incluye evaluar el potencial de mercado, los canales de comercialización, la producción, el suministro de materias primas y los actores involucrados.

10. Bibliografía.

- AACRI. (2018). *Asociacion Agroartesanal de Caficultores*. Obtenido de <https://latinoamerica.rikolto.org/es/project/cafe-ecuatoriano-aromatizando-la-economia-nacional>
- Alemán, M. (2012). *Cadena de valor*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de http://repositorio.uca.edu.ni/2963/1/2012_III%20mod_cadenas_%20de_valor....pdf
- Amézaga, C., Rodriguez, D., Núñez, M., & Herrera, D. (2013). *Orientaciones Estratégicas para el Fortalecimiento de la Gestión Asociativa*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de <http://repiica.iica.int/docs/B3246e/B3246e.pdf>
- ANACAFÉ. (2002). *Informe de Terminación de Proyecto Manejo Integrado de la broca del café*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2020, de <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2017/01/ECUADOR.pdf>
- ANACAFÉ. (2016). *Guía de variedades de café*. Guatemala: Primera edición. Obtenido de <https://www.anacafe.org/uploads/file/9a4f9434577a433aad6c123d321e25f9/Gu%C3%A9a-de-variedades-Anacaf%C3%A9.pdf>
- Aspiazó, K., & Navarro, J. (2009). *Proyecto de comercialización de café de habas (café orgánico), actuando como intermediarios, para el consumo local en la ciudad de Guayaquil y como una opción de exportación*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/7693/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barakat, A. (2015). *Solarización del suelo*. Recuperado el 31 de Diciembre de 2020, de <http://www.fao.org/3/y5031s0g.htm>

- Bettancourt, A. (2002). *Variedades de café arábica resistentes a la roya y perspectivas*. San Salvador: El salvador .
- Carvalho, O. (1997). *Genotecnia de cultivos tropicales perennes*. México : Tercera edición .
- Castellanos, Z. (2009). *Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor*. Lima: Empresa Editora El Comercio S.A. Obtenido de <https://www.bivica.org/files/guia-metodologica-value-links.pdf>
- CEPAL. (2014). *Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial*. (R. P. Pérez, Ed.) Santiago de Chile: Naciones Unidas. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37626/6/S1420729_es.pdf
- Comisión Europea. (Julio de 2018). *Análisis de la cadena de valor de café*. Obtenido de <https://europa.eu/capacity4dev/file/79812/download?token=bnHqqeEf>
- Cooperación Técnica Alemana GTZ. (2007). *Manual ValueLinks-Metodología para el fomento de la cadena de valor*. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/004114306a5bbd6b10340>
- Coordinación General del Sistema de Información Nacional . (2019). *Informe de Rendimientos Objetivos Café grano oro 2019*. Ecuador.
- Duicela, L., Farfán, D., & García, E. (Mayo de 2016). *Calidad organoléptica del café (Coffea arabica L.) en las zonas centro y sur de la provincia de Manabí, Ecuador*. Obtenido de https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_REEAP/Pdf_REEAP_r244_15_34.pdf
- Escobedo, A. (Mayo de 2018). *Cadena de valor del café en Guatemala*. Recuperado el 2 de Diciembre de 2020, de

http://201.207.189.89/bitstream/handle/11554/9543/2.1CdV_Cafe_Guatemala.pdf?sequence=1&isAllowed=y

FAO. (2015). *Desarrollo de cadenas de valor alimentarias sostenibles*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de <http://www.fao.org/3/a-i3953s.pdf>

Francés, A. (2001). *Estrategia para la empresa en América Latina*. Caracas: IESA.

FRUTAL. (2017). *Guía técnica del Cultivo del Melocotón*. Recuperado el 31 de Diciembre de 2021, de http://repiica.iica.int/docs/B0220e/B0220e_17.html

GAD Municipal de Celica. (2014). Recuperado el 28 de Octubre de 2020, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Celica 2014-2019: <http://gadcelica.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/PLAN-DE-DESARROLLO-Y-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL-CELICA.pdf>

GAD Municipal de Celica. (2020). Recuperado el 28 de Octubre de 2020, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Celica 2014-2019: <http://gadcelica.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/PLAN-DE-DESARROLLO-Y-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL-CELICA.pdf>

GAD Municipal de Pindal. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del canton Pindal 2014-2019*. Recuperado el 28 de Octubre de 2020, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160002290001_PDyOT%20Pindal12-01-15_12-01-2015_16-28-31.pdf

GAD Municipal de Pindal. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del canton Pindal 2019-2023*. Recuperado el 28 de Octubre de 2020, de <http://www.gadpindal.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/PDOT-PINDAL.pdf>

- Garavito, A., & Puerta, I. (Febrero de 1998). *Café Pergamino*. Recuperado el 31 de Diciembre de 2020, de <http://www.ciap.org.ar/Sitio/Archivos/Utilizacion%20del%20mucilago%20de%20cafe%20en%20la%20alimentacion%20de%20cerdos.pdf>
- Gonzalez, R. (2018). *Diagnóstico y análisis de la cadena de valor del café ecuatoriano durante el período 2010-2015*. Recuperado el 2 de Diciembre de 2020, de http://186.3.32.121/bitstream/48000/12414/3/DE00001_TRABAJODETITULACION.pdf
- Guía ambiental para el sector cafetero. (Febrero de 2017). *Descripción del proceso productivo y del beneficiodel café*. Recuperado el 9 de Diciembre de 2020, de <https://federaciondecafeteros.org/static/files/8Capitulo6.pdf>
- Guía Verde. (2018). *Coffea arabica*. Recuperado el 31 de Diciembre de 2020, de <https://www.guiaverde.com/guia-de-plantas/coffee-arabica-445/>
- Hellin, J., & Meijer, M. (2006). *Lineamientos para el análisis de cadena* .
- Hincapié, E., & Salazar, L. F. (Mayo de 2007). *Manejo de arvenses en la zona cafetera central de Colombia*. Obtenido de <https://www.cenicafe.org/es/publications/avt0359.pdf>
- Huertos Alma. (7 de Abril de 2016). *¿Qué es un almacigo?* Recuperado el 31 de Diciembre de 2020, de <https://www.huertosalma.cl/que-es-un-almacigo/>
- Iglesias, D. (2002). *Cadenas de valor como estrategia: las cadenas de valor en el sector agroalimentario*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de <https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-cadenasdevalor.pdf>
- IICA. (2017). Competitividad y sustentabilidad de las cadenas agrícolas para la seguridad alimentaria y el desarrollo económico. (IICA, Ed.) *Cooperativas de las Américas*, 50

- ejemplares*, 5. Recuperado el julio de 2019, de
<http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/6326/1/BVE18019624e.pdf>
- IICA. (2017). *Institucionalidad de apoyo a la asociatividad en America Latina y el Caribe*.
Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de
<http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/6326/BVE18019624e.pdf;jsessionid=C5352FB>
- INIAP. (2003). *El cultivo de café en Ecuador*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2020, de
www.iniap.gob.ec/.../Mejora_Genética_café_exp
- International Coffea Organization. (2018). *Aspectos botánicos*. Recuperado el 31 de Diciembre de 2020, de http://www.ico.org/es/botanical_c.asp
- Jansen, H., & Torero, M. (2006). *Resumen de la literatura de cadenas de valor agropecuario en cinco países centroamericanos*. San José -Costa Rica:: Instituto Internacional para la Investigación de Políticas Alimenticias (IFPRI). Obtenido de
http://simas.org.ni/media/Resumen_de_litterature_de_cadenas_de_valor_en_5_paises-Jansen_2006.pdf
- Jiménez Torres, A., & Maza Sánchez, P. (07 de Junio de 2016). *Producción de café y variables climáticas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1956/195648804006.pdf>
- Kaplinsky , R., & Morris, M. (2004). *Un manual para investigación de cadenas de valor*. (G. Canale , & J. Caló, Trads.) Recuperado el 14 de octubre de 2019, de
<https://proyectaryproducir.com.ar/wp-content/uploads/2010/04/Kaplinsky-Manual-completo-Rev-4-2010doc.pdf>

- Landero Vargas, M. (Marzo de 2009). *Guía Metodológica para la implementación Talleres Fomento Cadenas de Valor*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de <https://www.bivica.org/files/metodologia-value-links.pdf>
- Lucio, A., & Crespo, P. (2011). *Enfoques de Asociatividad entre Actores del Sistema Productivo: Conceptos, Casos Reales y Metodologías*. Quito: IICA, CONCOPE.
- MAG, S. d. (2010). *Precios nacionales multinivel e internacionales*. MAG, Quito. Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/>
- MAGAP. (2018). *Poblacion economicamente activa*. LOJA.
- Manuel Rojas, C. R. (2009). *Guia Metodologica de Facilitacion en Cadenas de Valor*. Lima: El Comercio S. A. Recuperado el Octubre de 25 de 2019
- Nutz, N., & Sievers, M. (2016). *Guía general para el desarrollo de las cadenas de valor*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_541432.pdf
- Pila, J. (2019). *Análisis de cadena de valor en café (Coffea arabica) en el Área de Desarrollo Territorial PUKARA*. Recuperado el 14 de Febrero de 2021, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19516/1/T-UCE-0004-CAG-145.pdf>
- Pino, S., Aguilar, H., & Apolo, A. (2018). Aporte del sector agropecuario a la economía del Ecuador. Análisis crítico de su evolución en el período de dolarización. 2000-2016. *Espacios*, 7.
- Porter, M. (1987). *Ventaja competitiva*. México: Editorial Patria. Recuperado el 15 de Diciembre de 2020

- Pozo, M. (2014). *Infestación e incidencia de broca, roya y mancha de hierro en*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2020, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6848/7.36.001425.pdf?sequence=4>
- PROECUADOR. (1 de Abril de 2013). *ANÁLISIS SECTORIAL DE CAFÉ*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2020, de http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/05/PROEC_AS2013_CAFE.pdf
- Proyecta Innovación. (2 de Octubre de 2017). *Mapeo de la cadena de valor o “Value Stream Mapping” (VSM)*. Obtenido de <https://www.proyectainnovacion.com/mapeo-la-cadena-valor-value-stream-mapping-vsm/>
- Puerta, G., & Ríos, S. (2011). *COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL MUCÍLAGO DE CAFÉ, SEGÚN EL TIEMPO DE FERMENTACIÓN Y REFRIGERACIÓN*. Recuperado el 31 de Diciembre de 2020, de <https://www.cenicafe.org/es/documents/2.pdf>
- Reinoso, V. (16 de Diciembre de 2020). Caficultores del cantón Celica. (L. Jiménez, Entrevistador)
- Rikolto. (Agosto de 2018). *Café ecuatoriano aromatizando la economía nacional*. Obtenido de <https://latinoamerica.rikolto.org/es/sobre-nosotros-0>
- Rosenberg, N. (1982). *Inside the black box Technology and economics*. Cambridge, Estados Unidos: Cambridge University Press.
- SIBONEY. (s/f). *Varietal Icatú*. Recuperado el 31 de Diciembre de 2020, de <https://cafesiboney.com/lo-esencial/varietales/varietal-icatu/>
- Soledispa, O. (12 de Diciembre de 2010). Café: Buena calidad, baja producción. (D. L. HORA, Entrevistador) Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101061940/noticia>

- Vasquez, E. (2018). *Análisis de la cadena productiva del café (Coffea arábica.) en el centro poblado El Tuco*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2020, de <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/3570/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20CADENA%20PRODUCTIVA%20DEL%20CAF%C3%89%20%28Coffea%20ar%C3%A1bica.%29%20EN%20EL%20CENTRO%20POBLADO%20EL%20TUCO%20C%20DISTRIT.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vignola, R., Watler, W., Poveda, K., & Vargas, A. (Enero de 2018). *Prácticas efectivas para la reducción de impactos por eventos climáticos en el cultivo del café*. Recuperado el 9 de Diciembre de 2020, de <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/reduccion-impacto-por-eventos-climaticos/Informe-final-cafe.pdf>
- Villaplana, M. (02 de Octubre de 2017). *Mapeo de la cadena de valor o “Value Stream Mapping”*. Obtenido de <http://www.productividadlean.com/2017/10/02/389/>
- Vorley, B., Vergnes, E. d., & Barnett, A. (2013). *Agricultores de pequeña en el mercado globalizado: tomando decisiones en un mundo cambiante*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de <https://pubs.iied.org/pdfs/16543IIED.pdf>
- Waller, J., & Rory, H. (2007). *Plagas, enfermedades del café y su manejo*.

11. Anexos

Anexo 1 **Proyecto de tesis.**

1. TEMA

“Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa e los cantones Píndal y Celica, provincia de Loja, periodo 2019-2020.”

2. PROBLEMÁTICA

Según la Asociación Agro Artesanal de Caficultores (AACRI, 2018), manifiesta que la producción de café es considerada una de las actividades más relevantes tanto en el ámbito local, nacional y mundial, no solo por ser un producto que por su aroma es apetecible, sino también porque contribuye a mejorar la economía de un territorio. El sector cafetalero es de gran importancia en el país, pues aporta a la generación de empleo directo a familias de productores y a la creación de fuentes de trabajo para varios miles de familias adicionales vinculadas a las actividades de comercio, agroindustria artesanal, industria de café soluble, transporte y exportación de café.

Según la revista Espacios, (Pino, Aguilar, & Apolo, 2018) señalan que el sector agropecuario en Ecuador, aporta un promedio de 9.3% al PIB, siendo el sector agrícola el que alimenta el comercio del país. Los productos agrícolas como banano, cacao, flores, café. Plátano, entre otros, constituyen los artículos principales de las exportaciones del Ecuador. Si el proceso de desarrollo de la agricultura es fluido, las exportaciones aumentan y las importaciones se reducen considerablemente, permitiendo así reducir la balanza de pagos adversa y el ahorro de divisas.

De 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 123

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.

Una cadena de valor puede ser definida como:

“Una cadena de valor puede ser definida como todo el conjunto de actividades que son requeridas para llevar un producto o servicio desde su concepción, a través de las diferentes fases de la producción (incluyendo una combinación de transformación física y los insumos de varios servicios de productores), entrega a los consumidores finales y desecho después de ser utilizado. Los actores de la cadena que realizan transacciones con un producto particular que se mueve a lo largo de la cadena incluyen proveedores de materia prima (por ejemplo, semillas), agricultores, comerciantes, procesadores, transportistas, mayoristas, minoristas y consumidores finales. Entonces el flujo de semilla hacia los agricultores y de grano hacia el mercado ocurre a lo largo de cadenas. A estas se puede denominar como cadenas de valor porque el producto se mueve de actor de la cadena a actor de la cadena, por ejemplo, de productor a intermediario y a consumidor, éste gana valor”. (Hellin & Meijer, 2006)

El desconocimiento de la cadena de valor afecta principalmente al desarrollo competitivo del café en el sector al que pertenece. Al desconocer sobre la cadena de valor, puede generar

estructuras de costos muy elevados, se obstaculiza el acceso a nuevos mercados con mejores precios, por lo que no tienen el control de un pago justo de su café, o simplemente puede causar la pérdida de mercados.

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

Según datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP, 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 asociatividad se ha catalogado como elemento integrador de unión y cooperación cuyo fin es dar mayor voz a los pequeños productores, así como también permitir un mejoramiento en la producción y distribución de sus productos, en definitiva, generar una acción colectiva que permita romper los paradigmas de los sistemas tradicionales de producción.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Pindal elaborado por (GAD Municipal de Pindal, 2014) se menciona que el cantón Pindal, que se ubica a 195 kilómetros de la ciudad de Loja, se ha caracterizado por ser una zona productora de maíz y café, de excelente calidad. Actualmente el 99% de sus habitantes se dedica a la comercialización de estos insumos.

En Pindal existe una superficie total de 669 hectáreas cultivadas con café, la producción de arábigos es de variedad criollas y Caturra, estas generalmente están asociadas con una diversidad de especies locales o frutales que proporcionan sombra. La caficultura en este cantón la realizan generalmente pequeños agricultores que mantienen su huerta, convirtiéndose en una actividad

económica complementaria, pues tras el remplazo del café por maíz son muy pocos los cafetales que se mantienen, los existentes son plantas que se establecieron en el cantón desde hace varios años y su productividad es limitada 43 quintales por hectárea.

De acuerdo con lo que el (GAD Municipal de Celica, 2014) Celica, también promueve el cultivo de café cuyo crecimiento se da especialmente en San Juan de Pózul, Cruzpamba y en mínimas cantidades en Algarrobilllo. La leguminosa de maní se cultiva en Algarrobilllo, Sabanilla y parte de Cerro Verde de la parroquia rural de Celica, pero en mínimas cantidades en el sector Zhugzho y Paltahuayco. De acuerdo a las características del suelo y la diversidad de temperaturas también se dedican a la horticultura en la cabecera cantonal.

La caída de los precios internacionales en el año 2002 y 2003, provocó el abandono de las plantaciones, así como la multiplicación de los problemas de enfermedades a las plantas por el no levantamiento de las cosechas; habiendo incidido en un aumento considerable de la pobreza en las zonas cafetaleras, colocando al productor en una situación de gran vulnerabilidad (MAG, 2010).

Alrededor del 90%, de la superficie de cultivo de café es manejada bajo el sistema tradicional. (Soledispa, 2010). Este tema hace alusión al productor independiente que cultiva el café de forma ancestral es decir sin uso de la tecnología, es decir que los cafetales no han sufrido ningún tipo de mejoramiento genético más allá de la selección natural o la selección de semilla que hacen los productores en sus propias fincas.

Tan solo una pequeña parte de caficultores pertenece a asociaciones, sabiendo que la sostenibilidad de los procesos agroalimentarios requiere de sistemas establezcan la inclusión de los pequeños productores que facilite el acceso a los mercados, al comercio justo y que se establezcan como protagonistas del desarrollo rural ya que la asociatividad se ha catalogado como

elemento integrador de unión y cooperación cuyo fin es dar mayor voz a los pequeños productores, así como también permitir un mejoramiento en la producción y distribución de sus productos, en definitiva generar una acción colectiva que permita romper los paradigmas de los sistemas tradicionales de producción. (MAGAP, 2018)

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

- ¿Cuáles son los actores que intervienen en la cadena de valor del café?
- ¿Qué características tiene una cadena de valor bajo la modalidad tradicional?
- ¿Qué características tiene una cadena de valor bajo la modalidad asociativa?
- ¿Cuáles son las diferencias de las cadenas de valor bajo la modalidad tradicional y bajo la modalidad asociativa?

3. JUSTIFICACIÓN

En el Ecuador el cultivo de café tiene importancia relevante en los órdenes económico, social y ecológico, la importancia económica radica en su aporte de divisas para el estado y generación de ingresos para las familias cafetaleras y más actores de la cadena productiva que dependen de las contingencias de producción y precios de este grano en el mercado internacional, en el ámbito social se basa en la generación de empleo directo e indirecto para miles de millas adicionales vinculadas a la comercialización, transporte y exportación, en el orden ecológico los cafetales representan un hábitat para muchas especies de flora y fauna.

En la provincia de Loja existen un conjunto de cantones cuyas dinámicas productivas están atadas a la producción y comercialización de café. A partir de los años 90, emergió un nuevo modelo productivo y tecnológico del café (asociaciones), que ha modificado los procesos productivos y de comercialización de los territorios, generándose transformaciones en cada uno de

ellos que van más allá de la esfera productiva. Esta cadena de valor presenta dos principales características que lo diferencian del sistema de producción tradicional: a) está organizado de forma asociativa y b) está centrado principalmente en la producción de café orgánico. Es indudable que los métodos de producción o régimen tecnológico que predominan en los procesos productivos ejercen influencias que van más allá de la esfera productiva y que impactan, e incluso, transforman a las esferas políticas, sociales, económicas y culturales de los territorios (Rosenberg, 1982). Por tanto, entender estas nuevas dinámicas territoriales es de suma relevancia destacando la participación de los cantones Pindal y Celica en la producción de café.

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

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

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

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Caracterizar la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en los cantones Pindal y Celica, provincia de Loja, en el periodo 2019-2020.

4.2 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 los cantones Pindal y Celica
- Diagramar la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en los cantones Pindal y Celica
- Comparar las cadenas de valor del café bajo las modalidades asociativa y tradicional en los cantones de Pindal y Celica

5. METODOLOGÍA

El presente proyecto se basará en investigación de tipo descriptivo y analítica en base a la cadena de valor que utilizan los productores de café asociados y no asociados, que se desarrollará en los cantones Pindal y Celica, provincia de Loja, se utilizará métodos y técnicas con el fin de dar cumplimiento a los objetivos planteados, especialmente para recabar información primaria y secundaria.

5.1 Métodos.

- **Método descriptivo:** permitirá identificar las características de cada uno de los integrantes de los eslabones de la cadena de valor en sus diferentes modalidades y sus actividades.
- **Método comparativo:** permitirá comparar las diferencias y semejanzas existentes en la cadena de valor tradicional y asociativa.

5.2 Técnicas a utilizar

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

- **Observación** a las actividades y actitudes de los productores de café de los cantones Pindal y Celica.
- **Entrevista** a todos los actores involucrados en cada eslabón en la cadena de valor, como los presidentes de las asociaciones, técnico del MAGAP, presidente de la junta parroquial del cantón.
- **Encuestas** a todos los actores involucrados en la cadena de valor para obtener variables y características que se pretende analizar de la producción de café en los cantones Pindal y Celica.

5.3 Muestra

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

5.4 Procedimiento

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

Para el desarrollo de la investigación se hará uso de la metodología ValueLinks, que está totalmente orientada a la acción. El know-how (saber-hacer) será recopilado mediante el análisis de experiencias de la vida real.

Por lo que se procederá conforme establece la Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor (Manuel Rojas, 2009) permitiendo revisar distintos enfoques hacia la CV, que servirá como medio de enlace para la recopilación de datos e información. Además, esta guía proporciona varios diagramas, cuadros de texto y cuadros que presentan conceptos clave para el mapeo, siendo un factor determinante en el análisis de resultados inmediatos relacionados con la caracterización.

Una vez obtenida la información con la ayuda de herramientas informáticas se procederá a tabular e interpretar la información, así mismo se graficará la cadena de valor de quienes están

asociados, así como de los que no pertenecen a las asociaciones.

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

Finalmente describir resultados y presentarlos.

5.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Según como indica en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Pindal 2014-2019, el (GAD Municipal de Pindal, 2014) establece que este cantón fue creado el 10 de agosto de 1989. Tiene una población de 9626 habitantes lo que representaría un crecimiento de la población del 1,63% en el año. Está integrado por cuatro parroquias de las cuales las Parroquias Chaquinal, 12 de Diciembre y Milagros se encuentran en la zona Rural, y, la Parroquia Pindal con su cabecera cantonal.

De acuerdo con lo que el (GAD Municipal de Celica, 2014) indica en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Celica 2014-2019, que este cantón fue creado el 12 de diciembre de 1878. El cantón tiene una superficie de 521,38 km². Tiene una población total de 14468 habitantes. Al realizarse la relación con la población de la provincia que es de 448.966 hab. Celica representa el 3,2% de la población provincial, la misma que se desglosa de la siguiente forma: En el área urbana o cabecera cantonal tiene son 7323 habitantes, lo que representa el 50,61% de la población total del cantonal, y la población rural es de 7.145 habitantes, que representan el 49,39% de la población del cantón, repartida en las parroquias de Cruzpamba, San Juan de Pózul, Sabanilla y Tnte. Maximiliano Rodríguez.

6. CRONOGRAMA

Objetivo/actividad	Noviembre					Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril						
	1	2	3	4	5	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	■	■	■																									
Revisión de los instrumentos de investigación: observación, encuestas y entrevistas			■	■																								
Realizar la visita de observación en cantones Pindal y Celica.					■																							
Reunión de acercamiento con el presidente de la asociación de cafetaleros.						■																						
Cronograma de visitas para aplicación de las encuestas a los actores de los eslabones de la cadena de valor de café en Pindal y Celica.						■																						
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															■	■												

7. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

7.1 Presupuesto

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

Tabla Nro. 2 Presupuesto. La autora

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Viajes técnicos			
Alimentación	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Hospedaje	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Transporte	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Materiales y suministros			
Materiales de oficina	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Copias	1.000	\$ 0,02	\$ 20,00
Impresiones	1.100	\$ 0,10	\$ 110,00
Internet	30	\$ 1,00	\$ 30,00
Depreciación de activos fijos (flash memory, laptop y cámara digital)	1	\$ 44,25	\$ 44,25
Sueldo del Autor			
Sueldo	5	\$ 250,00	\$ 1.250,00
Imprevistos	1	\$ 307,16	\$ 307,16
Total			\$ 2.354,86

7.2 Financiamiento.

El presupuesto para llevar a cabo la realización del proyecto tiene un valor de \$2.354,86 dólares americanos, el cuál será financiado por la autora del proyecto.

Anexo 2

Modelo de encuestas para proveedores.



unl

Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta general para Proveedores

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

1 Datos del Contacto

Nro. _____

Nombre: _____

Nombre de la empresa: _____

Teléfono: _____

Dirección: _____

Parroquia/Ciudad/Cantón: _____

e-mail: _____

Datos generales.

2. Tipo de proveedor

Semilla Maquinaria Productos agropecuarios Otros _____

3. ¿De dónde provienen sus productos?

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
 Tranferencia bancaria
 Pago con tarjeta de crédito

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

Competencia
 Demanda del producto
 Margen de utilidad
 Otros ¿Cuál? _____

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

- Relación contractual establecida formalmente
- Relación esporádica no formal
- Relación exclusiva

Proveedores de semilla

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

Tipo de materia prima vegetativa	Variedad Arábigo/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?

- Si 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?

- Si No

18. Tipo de información que ofrece

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

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

- Si No

Si su respuesta es afirmativa, especifique los parámetros _____

Proveedores de Maquinaria

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

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

Otras	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)
Herbicidas			
Abono			
Fertilizantes			
Insecticidas			
Fungicidas			
Otro			


Fecha:

___/___/___

Firma: _____

Anexo 3

Modelo de encuesta para productores.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA																																									
Encuesta general para Productores																																									
 Universidad Nacional de Loja 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																																									
Nombre:	Nro.:																																								
Fecha de nacimiento:	Cédula de Ciudadanía:																																								
Nombre de la finca:	Dirección:																																								
Parroquia/Ciudad/Cantón:	Teléfono:																																								
2. ¿Cuál es el tipo de tenencia del terreno de cultivo?																																									
<input type="checkbox"/> Privada	<input type="checkbox"/> Comunal																																								
<input type="checkbox"/> Estatal																																									
3. En caso de ser PRIVADA, esta es:																																									
<input type="checkbox"/> Propia	<input type="checkbox"/> Arrendada																																								
<input type="checkbox"/> Otra																																									
4. ¿Cuál es la dimensión de su terreno de cultivo?	5. ¿Cuál es el número de hectáreas destinadas a la producción de café?																																								
<input type="text"/> hectáreas	<input type="text"/> hectáreas																																								
6. ¿Cuántas plantas tiene sembradas por hectárea?	7. Indique todos los cultivos que tiene en su finca y el porcentaje de ingresos que cada uno le genera																																								
<input type="text"/> plantas de café	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cultivo</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>	Cultivo	Porcentaje																																						
Cultivo	Porcentaje																																								
8. ¿Con qué servicios públicos cuenta la finca?																																									
<input type="checkbox"/> Electricidad	<input type="checkbox"/> Agua																																								
<input type="checkbox"/> Teléfono																																									
9. ¿Cuál fue el monto promedio de inversión para la producción anual de café?																																									
<input type="text"/>	Dólares																																								
10. Este monto ¿Fue propio, financiado o ambos?																																									
<input type="checkbox"/> Propio	<input type="checkbox"/> Financiado																																								
<input type="checkbox"/> Ambos																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Institución</th> <th>Tasa de Interés</th> <th>Plazo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>		Institución	Tasa de Interés	Plazo																																					
Institución	Tasa de Interés	Plazo																																							
11. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación relacionada con la producción de café? Especifíquelo en el siguiente cuadro																																									
<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No																																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Institución</th> <th>Tema</th> <th>¿Hace cuánto tiempo fue la capacitación?</th> <th>Del 1 al 5 ¿Qué tan importante fue esta capacitación para su actividad?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>		Institución	Tema	¿Hace cuánto tiempo fue la capacitación?	Del 1 al 5 ¿Qué tan importante fue esta capacitación para su actividad?																																				
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?																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de materia prima vegetativa</th> <th>Varietal Arábica/Robusta/Otra</th> <th>Subvariedad</th> <th>Precio por kilo/unidad</th> <th>Propia/comprada</th> <th>Nombre del proveedor</th> <th>Forma de acuerdo contractual</th> <th>Teléfono</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Semillas</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Plántulas de vivero</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Plántulas de regeneración</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otro ¿Cuál?</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de materia prima vegetativa	Varietal Arábica/Robusta/Otra	Subvariedad	Precio por kilo/unidad	Propia/comprada	Nombre del proveedor	Forma de acuerdo contractual	Teléfono	Semillas								Plántulas de vivero								Plántulas de regeneración								Otro ¿Cuál?								
Tipo de materia prima vegetativa	Varietal Arábica/Robusta/Otra	Subvariedad	Precio por kilo/unidad	Propia/comprada	Nombre del proveedor	Forma de acuerdo contractual	Teléfono																																		
Semillas																																									
Plántulas de vivero																																									
Plántulas de regeneración																																									
Otro ¿Cuál?																																									

13. ¿Qué insumos agrícolas utiliza para la producción de una hectárea de café?						
Insumo utilizado	Tipo (orgánico, agroquímico) / Nombre	Precio por kilo/ unidad	Cantidad utilizada por Ha	Nombre del proveedor	Forma de acuerdo contractu	Teléfono
Matamontes						
Abono						
Fertilizantes						
Inseticidas						
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								
Despulpada								
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?		<input type="checkbox"/> Tradicional (individual)	<input type="checkbox"/> 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? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			
Nombre de la Institución		¿Qué tipo de apoyo recibe? Ejm: capacitaciones, insumos, asistencia técnica, etc.	
34. ¿A qué problemas se enfrenta como caficultor?			
<input type="checkbox"/> Cambios climáticos	<input type="checkbox"/> Poco acceso a financiamiento	<input type="checkbox"/> Enfermedades en los cultivos	
<input type="checkbox"/> Precios inestables	<input type="checkbox"/> Problemas de riego	<input type="checkbox"/> Otros _____	
35. ¿Tiene otras fuentes de ingreso? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			
¿Cuáles? ¿En qué porcentaje? _____			
36. ¿Aplica alguna práctica de cuidado del medio ambiente en sus procesos? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			
¿Cuál? _____			
Información caficultor			
37. Género: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino		38. Estado civil: <input type="checkbox"/> Soltero/a <input type="checkbox"/> Casado/a <input type="checkbox"/> Divorciado/a	
		<input type="checkbox"/> Viudo/a <input type="checkbox"/> 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?		46. El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:	
<input type="checkbox"/> Suite de lujo		<input type="checkbox"/> Hormigón	
<input type="checkbox"/> Cuarto(s) en casa de inquilinato		<input type="checkbox"/> Ladrillo o bloque	
<input type="checkbox"/> Departamento en casa o edificio		<input type="checkbox"/> Adobe/ Tapia	
<input type="checkbox"/> Casa/Villa		<input type="checkbox"/> Caña revestida o bahareque/ Madera	
<input type="checkbox"/> Mediagua		<input type="checkbox"/> Caña no revestida/ Otros materiales	
<input type="checkbox"/> Rancho			
<input type="checkbox"/> Chocha/ Covacha/Otro			
47. El material predominante del piso de la vivienda es de:		48. ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?	
<input type="checkbox"/> Duela, parquet, tablón o piso flotante		<input type="checkbox"/> No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	
<input type="checkbox"/> Cerámica, baldosa, vinil o marmetón		<input type="checkbox"/> Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	
<input type="checkbox"/> Ladrillo o cemento		<input type="checkbox"/> Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	
<input type="checkbox"/> Tabla sin tratar		<input type="checkbox"/> Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	
<input type="checkbox"/> Tierra/ Caña/ Otros materiales			
49. El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:			
<input type="checkbox"/> No tiene			
<input type="checkbox"/> Letrina			
<input type="checkbox"/> Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada			
<input type="checkbox"/> Conectado a pozo ciego			
<input type="checkbox"/> Conectado a pozo séptico			
<input type="checkbox"/> Conectado a red pública de alcantarillado			
50. ¿Tiene este hogar servicio de internet?		51. ¿Tiene computadora de escritorio?	
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	
52. ¿Tiene computadora portátil?		53. ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?	
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> No tiene celular nadie en el hogar	
		<input type="checkbox"/> Tiene 1 celular	
		<input type="checkbox"/> Tiene 2 celulares	
		<input type="checkbox"/> Tiene 3 celulares	
		<input type="checkbox"/> Tiene 4 ó más celulares	
54. ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?		55. ¿Tiene cocina con horno?	
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	
56. ¿Tiene refrigeradora?		57. ¿Tiene lavadora?	
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	
58. ¿Tiene equipo de sonido?			
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			
59. ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?		60. ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?	
<input type="checkbox"/> No tiene TV a color en el hogar		<input type="checkbox"/> No tiene vehículo exclusivo para el hogar	
<input type="checkbox"/> Tiene 1 TV a color		<input type="checkbox"/> Tiene 1 vehículo exclusivo	
<input type="checkbox"/> Tiene 2 TV a color		<input type="checkbox"/> Tiene 2 vehículos exclusivos	
<input type="checkbox"/> Tiene 3 ó más TV a color		<input type="checkbox"/> Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	
61. ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?		62. ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?	
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	
63. ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?		64. ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?	
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> 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? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			
66. ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino)?		67. ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con/sin hospitalización, seguro internacional, municipal, de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?	
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	
Fecha: ___/___/___			
Firma: _____			

Anexo 4

Modelo de encuesta para acopiadores



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta a los acopiadores

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

1. Datos del Contacto

Nro. _____

Nombre: _____

Nombre de la empresa: _____

Teléfono: _____

Dirección: _____

Parroquia/Ciudad/Cantón: _____

e-mail: _____

Datos generales.

2. ¿Cuántos centros de acopio hay en la zona? 1 2 3 4
3. ¿Usted cuenta con un área de almacenamiento propia o arrendada? Propia Arrendada
4. ¿Cuál es la dimensión de su centro de acopio?
 Hectáreas _____ Metros cuadrados _____
5. ¿Con qué otro miembro de la cadena se relaciona?
 Proveedores de insumos Transformador (Tostado/molido)
 Productor Vendedor
 Intermediario Cliente
6. ¿Cuál es la procedencia del café que usted acopia?
 De la misma parroquia
 De parroquias aledañas ¿Cuáles? _____
 De otro cantón ¿Cuáles? _____
 De otra provincia ¿Cuáles? _____
7. ¿En qué estado usted acopia el café?
 Cereza Tostado
 Despulpado Molido
 Seco Otros
8. ¿Usted procesa o transforma el producto antes de comercializarlo? Si No
10. ¿Cuál es su forma de trabajo?
- | | |
|--------------|--|
| Solo | |
| En familia | |
| Asociado | |
| Como empresa | |
11. ¿Cuántas personas trabajan para usted?
 _____ personas

12. ¿A qué 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

 Cheque

 Crédito

 Letra de cambio

18. ¿Recibe apoyo de alguna organización?

 Sí

 No

¿De qué organización? _____

19. ¿Cómo lo apoyan las instituciones públicas?

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

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Modelo de encuesta para transformadores



unl

Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA Encuesta general para los Transformadores

El presente cuestionario 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 Nro. _____

Nombre: _____

Nombre de la empresa: _____

Teléfono: _____

Dirección: _____

Parroquia/Ciudad/Cantón: _____

e-mail: _____

2. ¿A qué empresas compra la materia prima?

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

Empresas (Productor independiente/Acopiadores independientes/Acopiadores asociados/Otros)	Relación contractual establecida formalmente	Relación esporádica no formal	Relación exclusiva

4. ¿La transacción de compra de materia prima la efectúa con facturas?

Sí No

5. ¿A qué precio compra el café (por quintal)?

Precio de compra/quintal _____

6. ¿Lleva un registro de la compra del café?

Sí No

7. ¿Qué documento respalda la compra de la materia prima?

Facturas Letra de cambio Nota de venta Otro _____

8. ¿Qué exigencias de calidad tiene con sus proveedores?

Aroma del café Tamaño del grano Certificación de calidad

Peso del café Color del tostado Otro _____

9. ¿Lleva un registro de la compra de insumos para el procesamiento del café?

Sí No

10. ¿Cuenta con una marca propia para el mercado?

Sí No

¿Cuál?

1
 1 ¿Cuántas personas trabajan _____ persona
 . para usted? _____ s

1
 2 ¿Qué tipo de equipo utiliza para el procesamiento
 . del café?

<input type="checkbox"/> Piladoras de grano seco	<input type="checkbox"/> Molino industrial
<input type="checkbox"/> Despulpadora (desmucilagador)	<input type="checkbox"/> Balanza electrónica
<input type="checkbox"/> Otros _____	

1
 3 ¿Qué líneas de producto basado en café tiene? (uno o más productos o
 . subproductos)

<input type="checkbox"/> Café tostado	<input type="checkbox"/> Tintura de café	<input type="checkbox"/> Otros _____
<input type="checkbox"/> Café tostado y molido	<input type="checkbox"/> Lico r	

1
 4 ¿Cuál es la capacidad de su empresa de transformación diaria de café en
 . quintales?

_____ quintales

1
 5 ¿A qué precio vende el café (por quintal)? _____ 1
 . Precio de venta/quintal _____ 6. En promedio, ¿qué cantidad de café compra al año?

_____ quintales

1
 7 ¿Cómo financia su actividad
 . productiva?

<input type="checkbox"/> Capital propio	<input type="checkbox"/> Crédito con instituciones financieras	<input type="checkbox"/> Ambos
---	--	--------------------------------

Institución	Tasa de Interés	Plazo

1
 8 ¿De qué manera lleva su
 . contabilidad?

<input type="checkbox"/> Tiene una Contadora encargada de llevar la Contabilidad
<input type="checkbox"/> Usted lleva las cuentas de la empresa de manera empírica
<input type="checkbox"/> No lleva ningún registro contable

1
 9 ¿Con qué tipo de documentación escrita cuenta para el proceso de
 . producción?

<input type="checkbox"/> Planes de producción
<input type="checkbox"/> Planes de venta
<input type="checkbox"/> No lleva ningún tipo de documentación para el proceso de producción
<input type="checkbox"/> Otros _____

2

0 ¿Qué exigencias de calidad establecen

• sus clientes?

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

2

1 ¿Qué problemas de calidad tiene con mayor

• frecuencia?

Aroma del café Peso del café
 Color del tostado Otro _____

2

2 ¿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.....

2

¿Recibe asesoramiento técnico por parte de alguna de estas organizaciones

6. públicas?

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

2

¿Cómo maneja los desechos de la

7. planta?

Abono orgánico Subproducto Desecho

2

¿Cuántos años tiene la

8. empresa?

_____ años

2

¿Cuál es su

9. proyección?

Vender a la provincia, etc..
 Vender a nivel nacional

Vender a nivel internacional
(exportación).

Otros _____

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

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Anexo 6

Modelo de encuesta para comercializadores



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta general para Comerciantes

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

1 Datos del

· Contacto

Nro. _____

Nom

bre: _____

Cédula de Ciudadanía: _____

Ed

ad: _____

Teléfono: _____

Nombre de

la entidad: _____

Fecha de nacimiento: _____

Direcci

ón: _____

Nivel de educación: _____

Ciudad/Pro

vincia: _____

Estado civil _____

e-

mail: _____

	RUC		RISE		Ninguno
--	-----	--	------	--	---------

2 ¿A qué empresas

· compra el café?

Nombre Empresas (Productor independiente/Aco piadores independientes/Ac opiadores 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/Aco piadores independientes/Ac opiadores 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

9. sus compradores?

Aroma del café

Tamaño del grano

Certificación de calidad

Peso del café

Color del tostado

Otro _____

¿Qué dificultades encuentra ud. como comercializador

10. miembro de esta cadena?

¿Qué sugiere usted como comerciante para el desarrollo comercial

11. del sector cafetalero

Anexo 7

Modelo de entrevistas

Entrevista para presidentes de asociaciones de caficultores

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

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

Entrevista para presidentes de municipios – juntas parroquiales

Nombre.....

Teléfono.....

Correo electrónico.....

Ubicación.....

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

Entrevista para técnicos del MAG.

Nombre.....

Teléfono.....

Correo electrónico.....

Ubicación.....

1. ¿Qué opinión tiene sobre la producción cafetalera en su área de influencia?
2. ¿Conoce cuántas familias viven de esa actividad?
3. ¿Se ha realizado algún censo para conocer la realidad de esta actividad económica? Si.....No.....
4. ¿Conoce los problemas que tiene este sector? Si..... Enliste.....No....
5. ¿Qué apoyo brinda a ese sector?
6. ¿Conoce si existen organizaciones que apoyan a este sector? Si..... ¿Cuáles?
7. ¿Tienen algún objetivo en este campo para el 2020?
8. ¿A quién reporta sus actividades?
9. ¿Mantiene reuniones con los involucrados (productores, compradores, otros)?
10. ¿Cada qué tiempo se reúne con ellos?

Entrevista para instituciones de apoyo

Nombre de la institución.....

Dirección.....

Representante.....Cargo.....Teléfono:.....

1. ¿Cuáles son los objetivos institucionales?

2. ¿Tienen en ejecución un proyecto de apoyo a la cadena de valor del café?

Nombre del proyecto

3. ¿Cuáles son los objetivos del proyecto?

4. ¿Desde cuándo se encuentra en ejecución? ¿Cuándo se tiene previsto finalizarlo?

5. ¿Qué tipo de apoyo o servicios se ofrece al sector cafetalero?

6. ¿Con qué actores de la cadena se relaciona más?

Proveedores

Productores

Intermediarios/ Comerciantes

Transformadores

Consumidor final

7. ¿Cómo financian los servicios ofrecidos?

Del estado

Empresas particulares

8. ¿Cobran por los servicios prestados?

Si

No

9. ¿Cuánto personal dedica al apoyo del proyecto?

10. ¿Qué perfil/especialidad tiene este personal?

11. ¿Qué presupuesto anual tienen asignado para el proyecto?

\$1-\$300.000

\$300.001-\$600.000

\$600.001-\$900.000

\$900.001-1'000.000

\$1'000.001 – a más

12. ¿Qué tiempo tiene apoyando el proyecto?

1-5 años

6-10 años

11-15 años

16- 20 años

13. ¿Qué logros considera que han alcanzado en el sector cafetalero, hasta el momento?

Productividad

Calidad

Reconocimiento

Tecnificación y capacitación

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

Falta de recursos

Resistencia al cambio

Dificultad para llegar a los diferentes lugares

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

16. ¿Qué potencialidades identifica en el sector cafetalero?

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

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

Anexos de productores de los cantones Pindal y Celica.

Tabulación de productores del cantón Pindal

Anexo 8

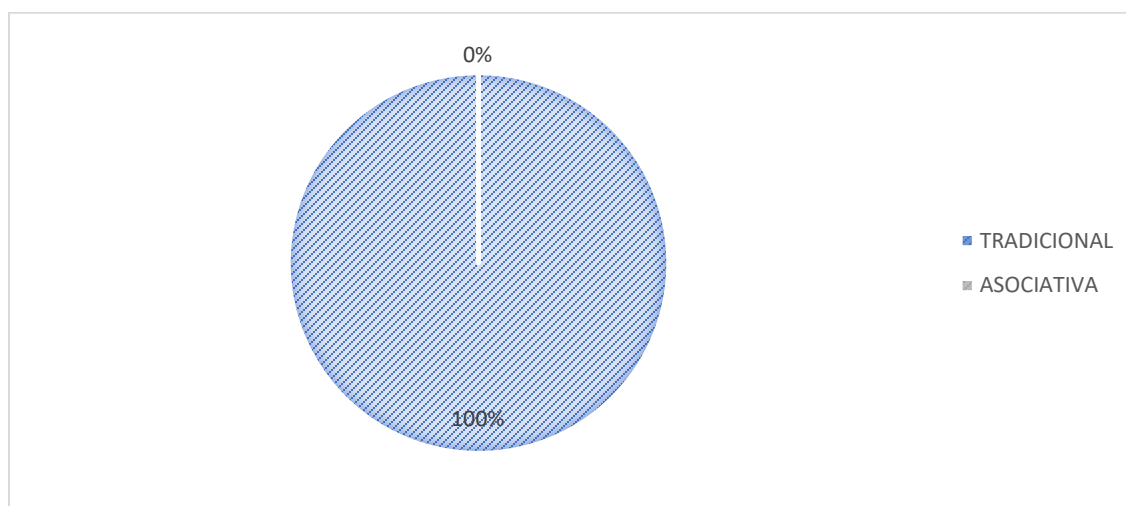
Tabla 29 *Modalidad de trabajo en general*

MODALIDAD DE TRABAJO	FRECUENCIA	%
TRADICIONAL	18	100%
ASOCIATIVA	0	0%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 1 *Modalidad de trabajo en general*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 9

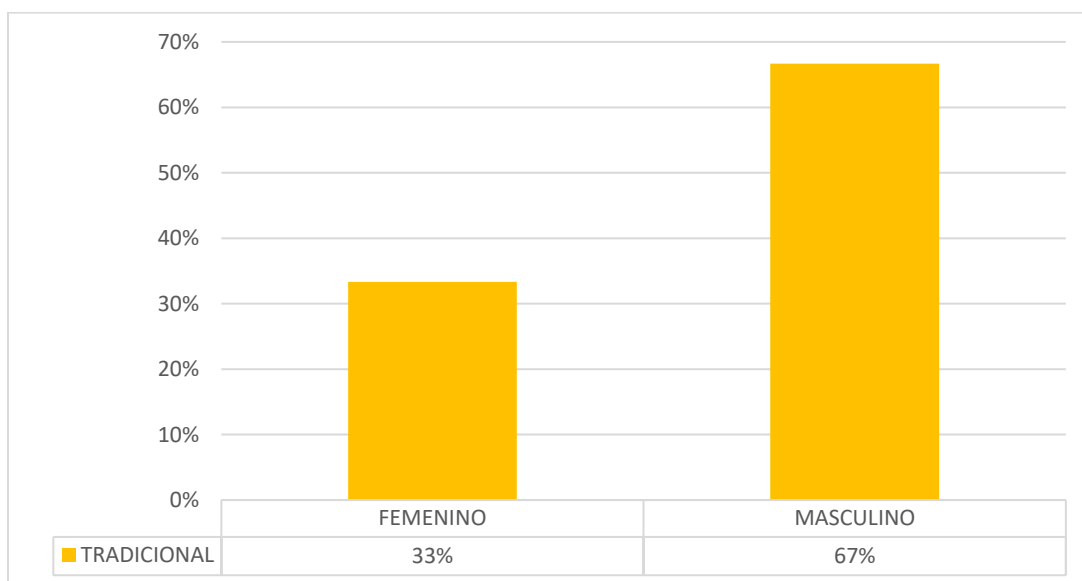
Tabla 30 Género de los productores tradicionales

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
FEMENINO	6	33%
MASCULINO	12	67%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 2 Género



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 10

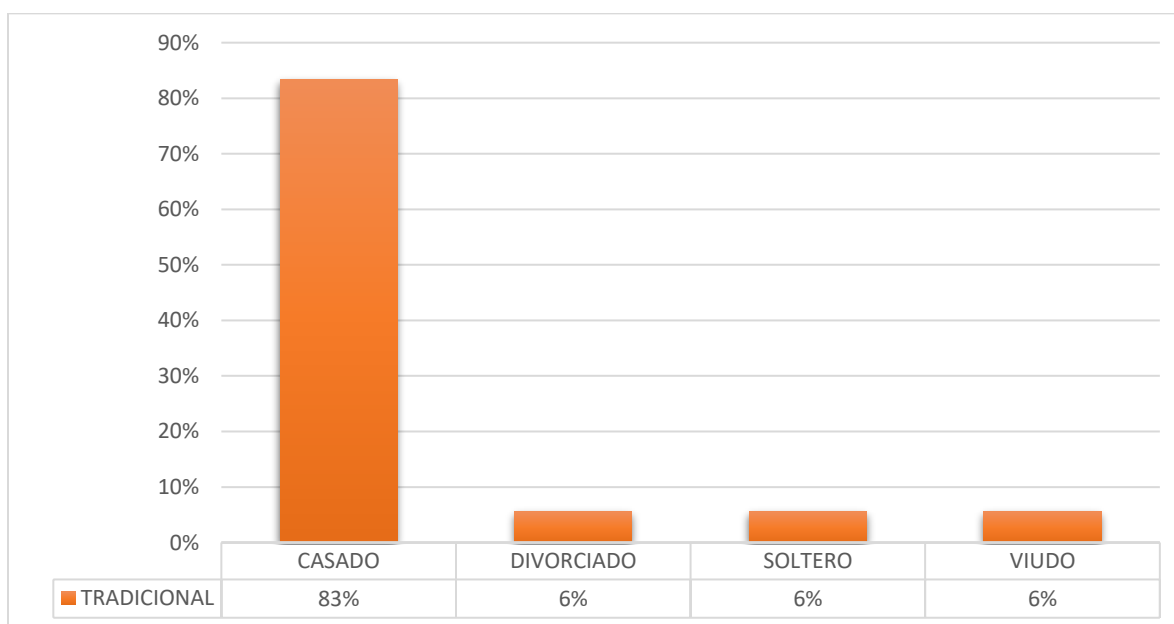
Tabla 31 Estado civil de los productores tradicionales

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
CASADO	15	83%
DIVORCIADO	1	6%
SOLTERO	1	6%
VIUDO	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 3 Estado civil de los productores tradicionales.



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 11

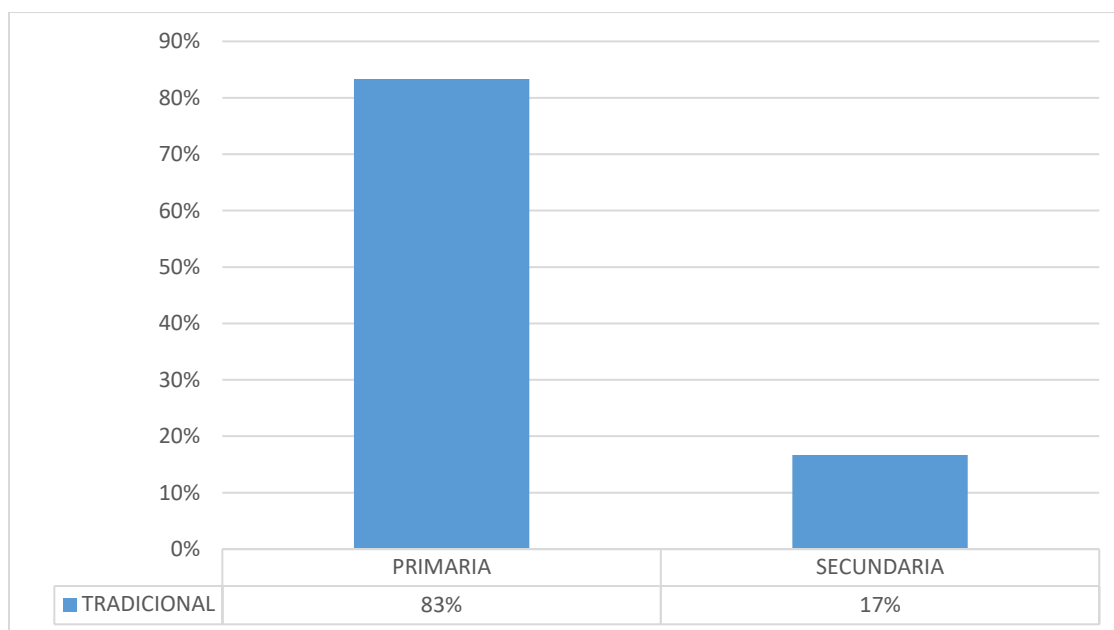
Tabla 32 Nivel de educación de los productores tradicionales

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
PRIMARIA	15	83%
SECUNDARIA	3	17%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 4 Nivel de educación de los productores tradicionales.



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 12

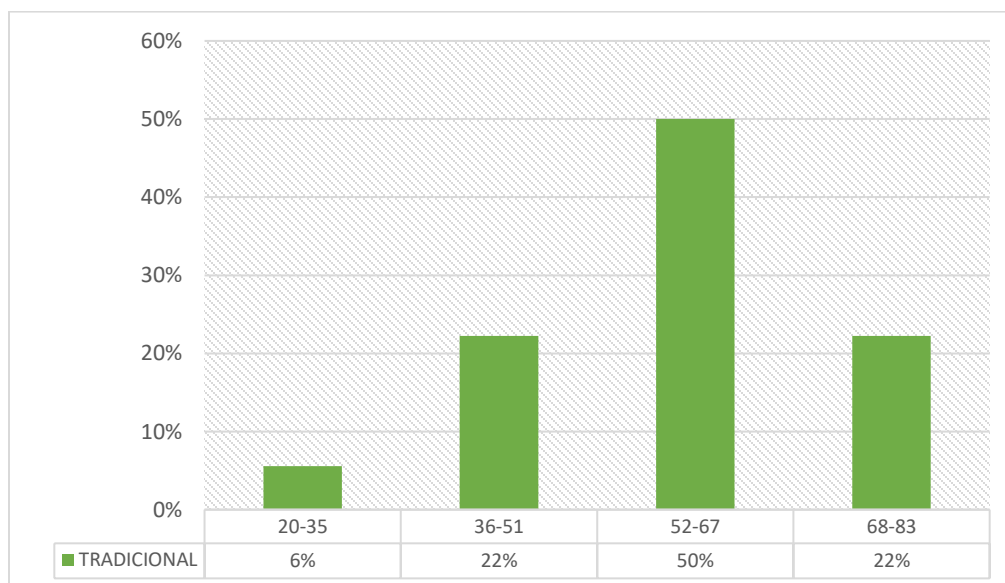
Tabla 33 Edad de los productores tradicionales.

MODALIDAD	TRADICIONAL	
VARIABLE	F	%
20-35	1	6%
36-51	4	22%
52-67	9	50%
68-83	4	22%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 5 Edad de los productores tradicionales.



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 13

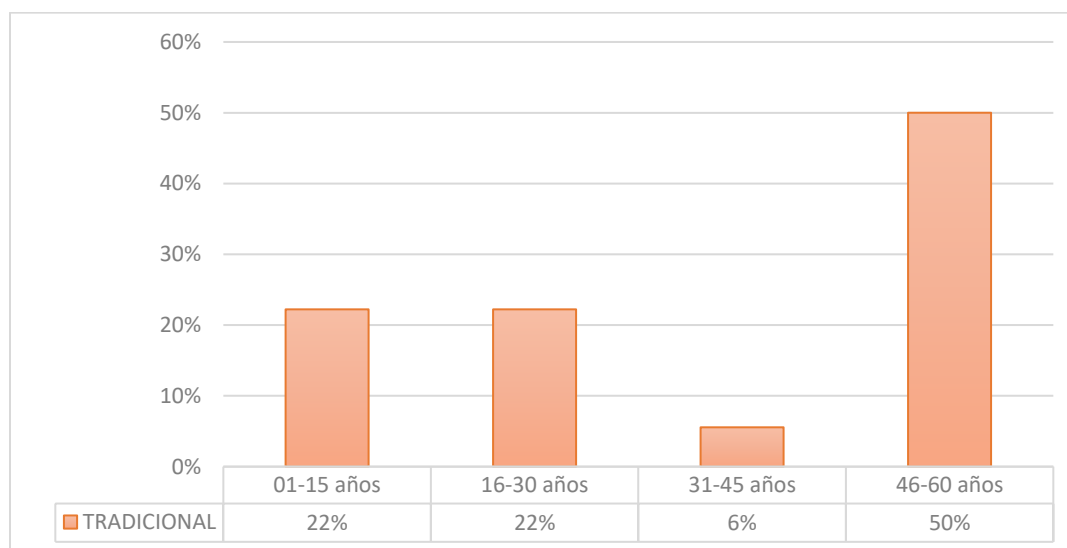
Tabla 34 *Años como caficultor*

MODALIDAD	TRADICIONAL	
VARIABLE	F	%
01-15 años	4	22%
16-30 años	4	22%
31-45 años	1	6%
46-60 años	9	50%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 6 *Años como caficultor*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 14

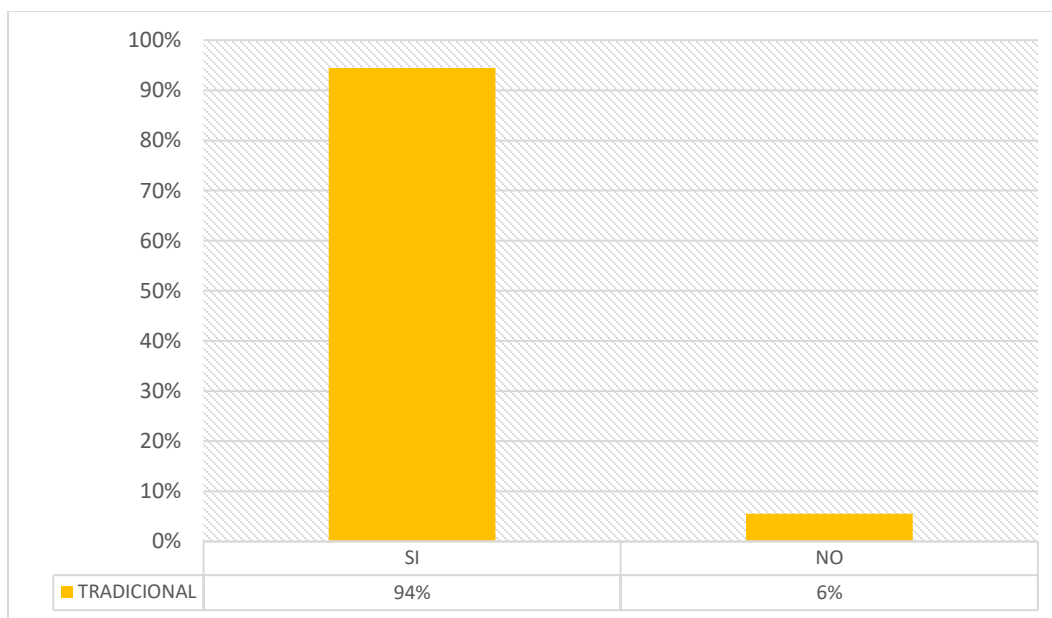
Tabla 35 Disponibilidad de seguro

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
SI	17	94%
NO	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 7 Disponibilidad de seguro



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 15

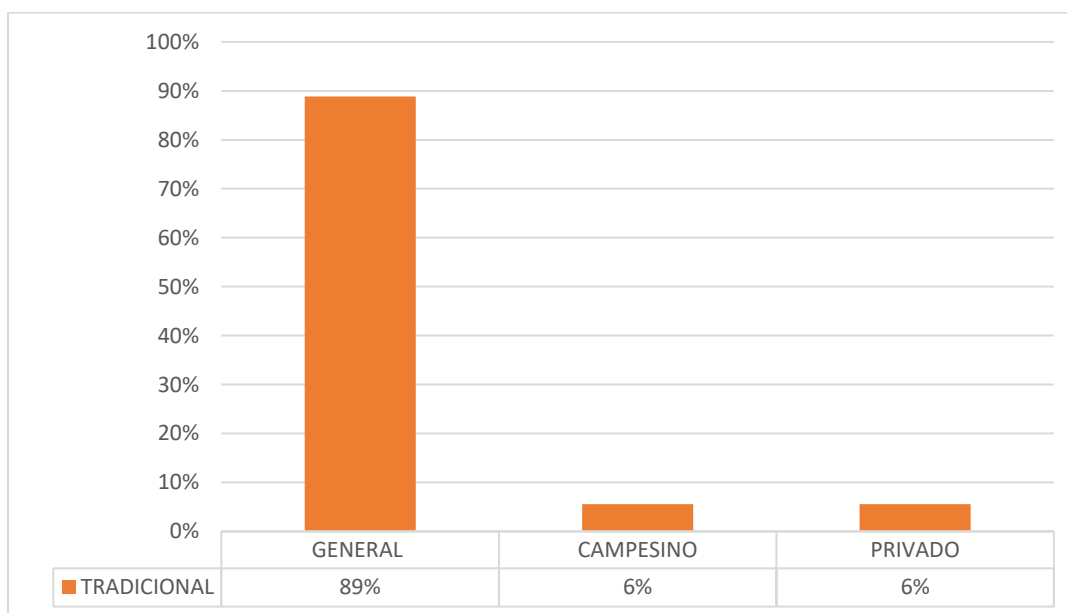
Tabla 36 Tipo de seguro que posee.

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
GENERAL	16	89%
CAMPESINO	1	6%
ISFA	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 8 Tipo de seguro que posee.



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 16

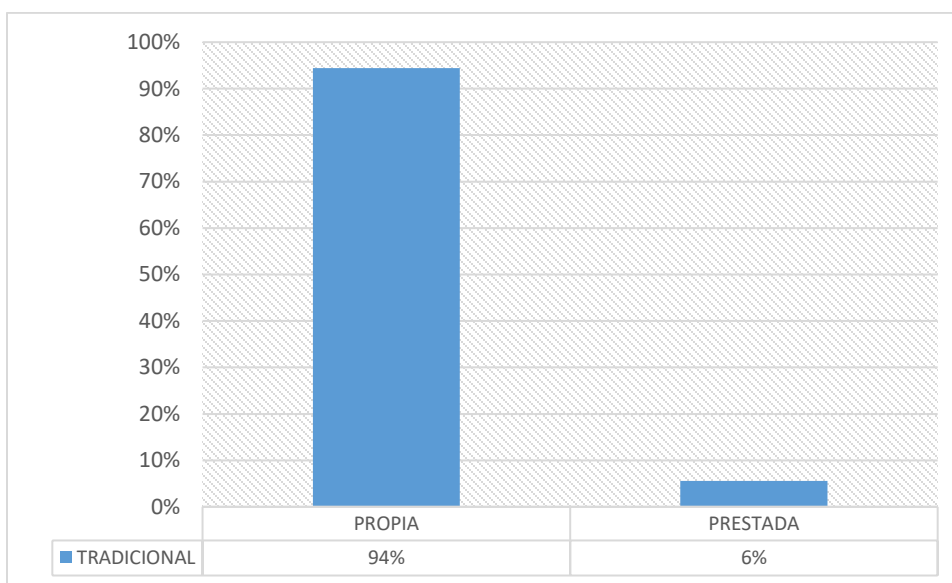
Tabla 37 Tipo de tenencia del terreno de cultivo.

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
PROPIA	17	94%
PRESTADA	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 9 Tipo de tenencia del terreno de cultivo.



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 17

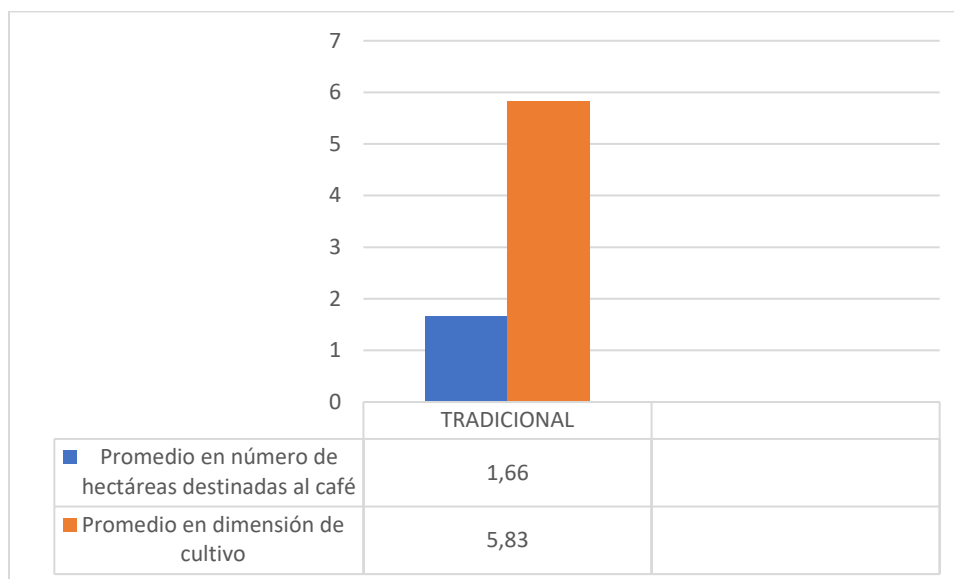
Tabla 38 Promedio en Ha. de cultivo de café y Ha. de terreno.

VARIABLE	MODALIDAD TRADICIONAL
Promedio en número de hectáreas destinadas al café	1,66
Promedio en dimensión de cultivo	5,83

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 10 Promedio en Ha. de cultivo de café y Ha. de terreno.



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 18

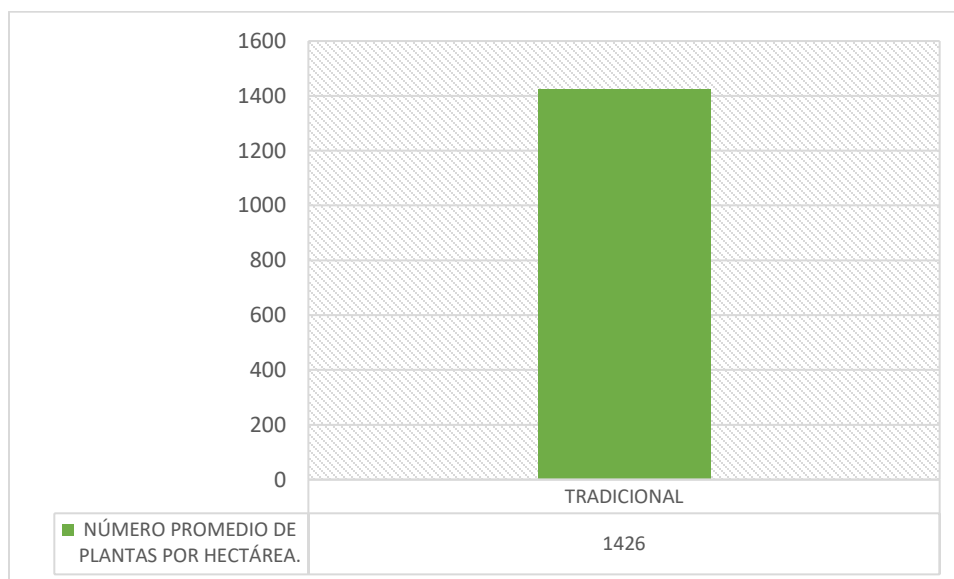
Tabla 39 *Número de plántulas sembradas por hectárea*

VARIABLE	MODALIDAD TRADICIONAL
NÚMERO PROMEDIO DE PLANTAS POR HECTÁREA.	1426

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 11 *Número de plántulas sembradas por hectárea*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 19

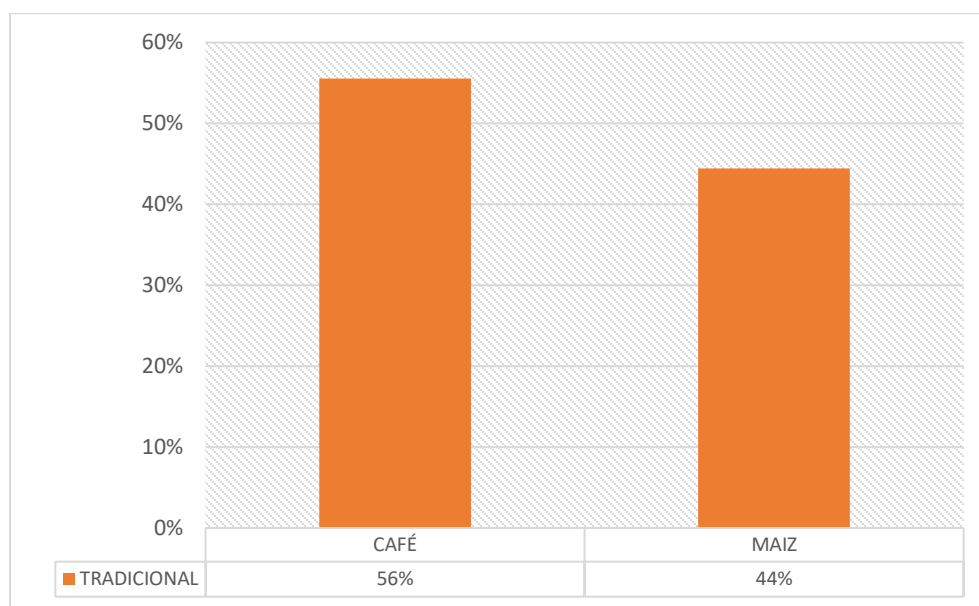
Tabla 40 *Cultivo que se produce en mayor porcentaje*

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
CAFÉ	10	56%
MAÍZ	8	44%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 12 *Cultivo que se produce en mayor porcentaje*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 20

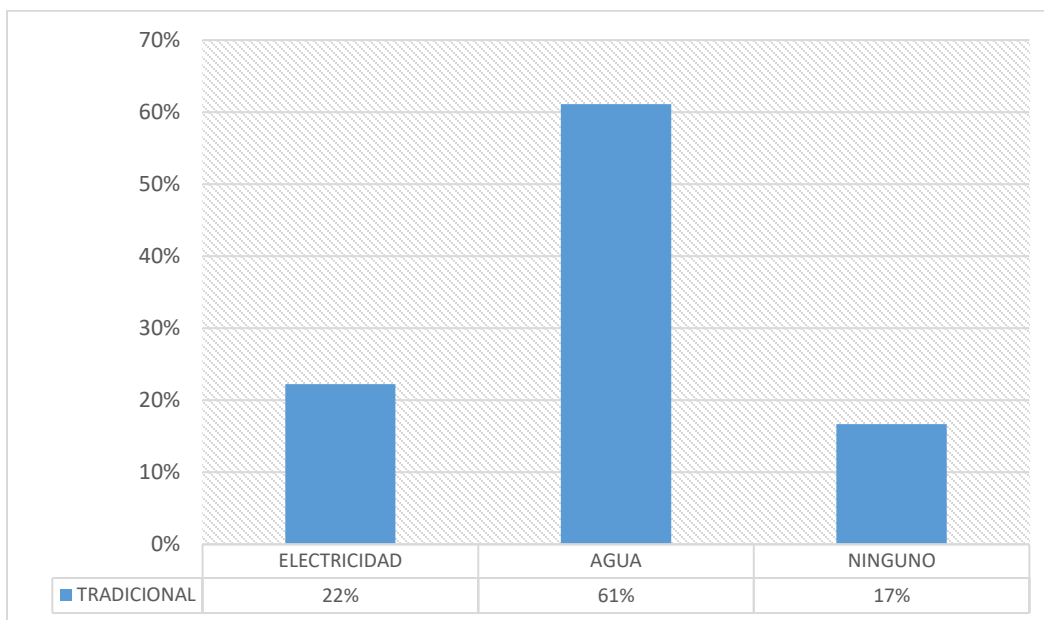
Tabla 41 *Servicio básicos*

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
ELECTRICIDAD	4	22%
AGUA	11	61%
NINGUNO	3	17%
TOTAL	18	83%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 13 *Servicio básicos*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 21

Tabla 42 Monto promedio de inversión

VARIABLE	MODALIDAD TRADICIONAL
MONTO PROMEDIO DE INVERSIÓN	1243,33

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 22

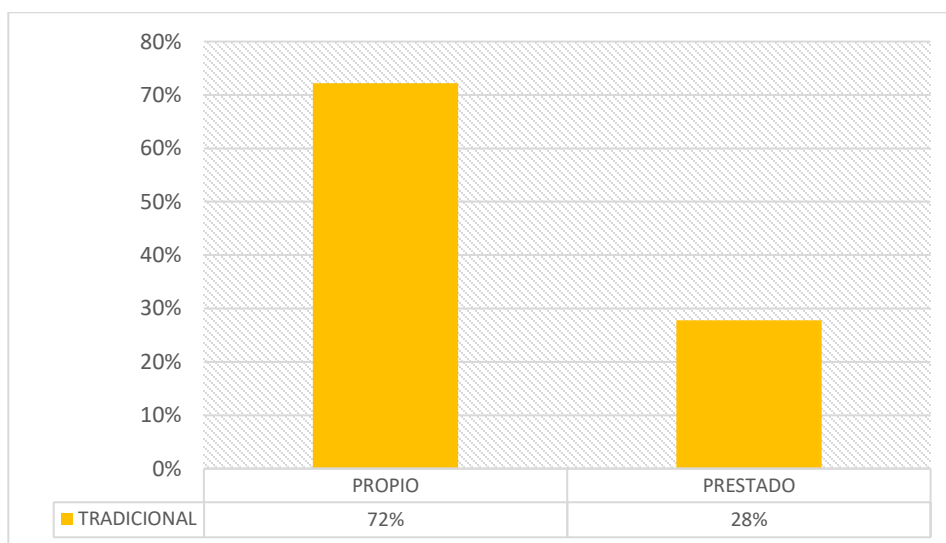
Tabla 43 Tipo de financiamiento.

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
PROPIO	13	72%
PRESTADO	5	28%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 14 Tipo de financiamiento.



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 23

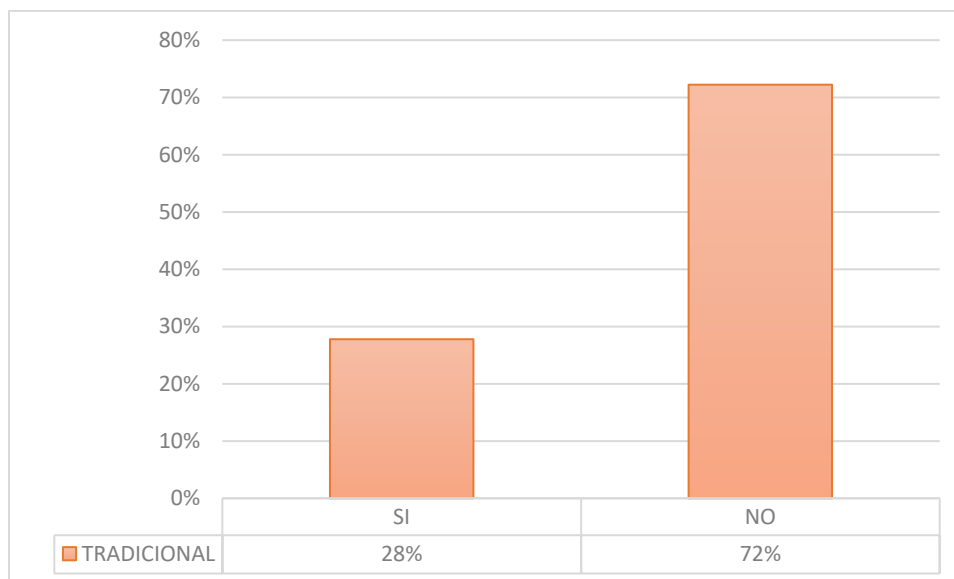
Tabla 44 *Capacitaciones recibidas*

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
SI	5	28%
NO	13	72%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 15 *Capacitaciones recibidas*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 24

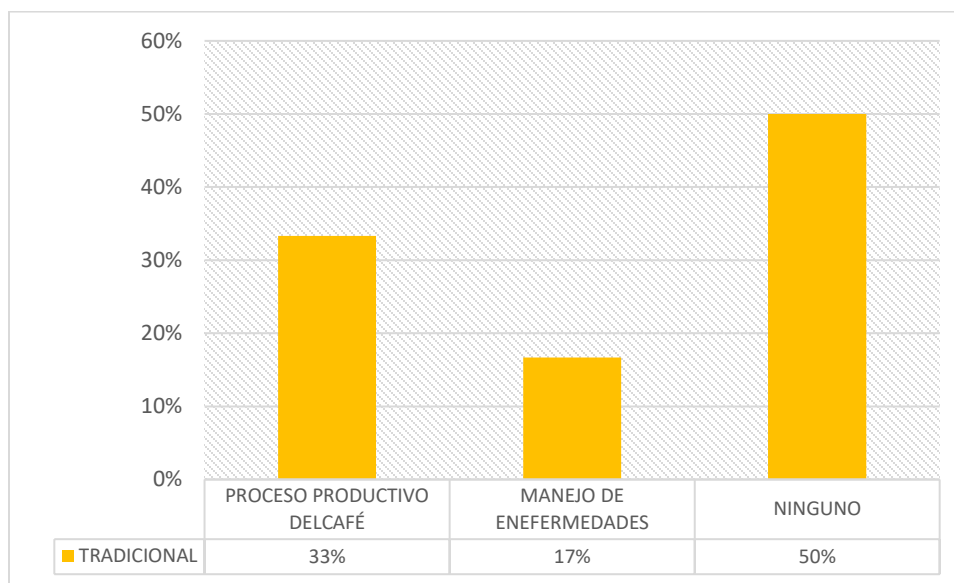
Tabla 45 Tema de capacitaciones.

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
PROCESO PRODUCTIVO DEL CAFÉ	6	33%
MANEJO DE ENFERMEDADES	3	17%
NINGUNO	9	50%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 16 Tema de capacitaciones.



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 25

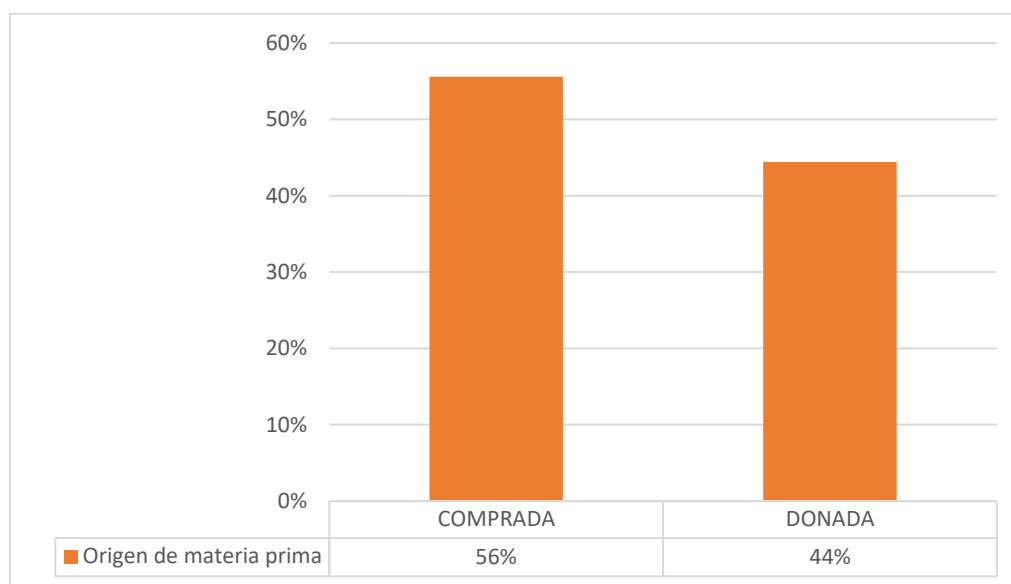
Tabla 46 Origen de materia prima

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
COMPRADA	10	56%
DONADA	8	44%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 17 Origen de materia prima



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 26

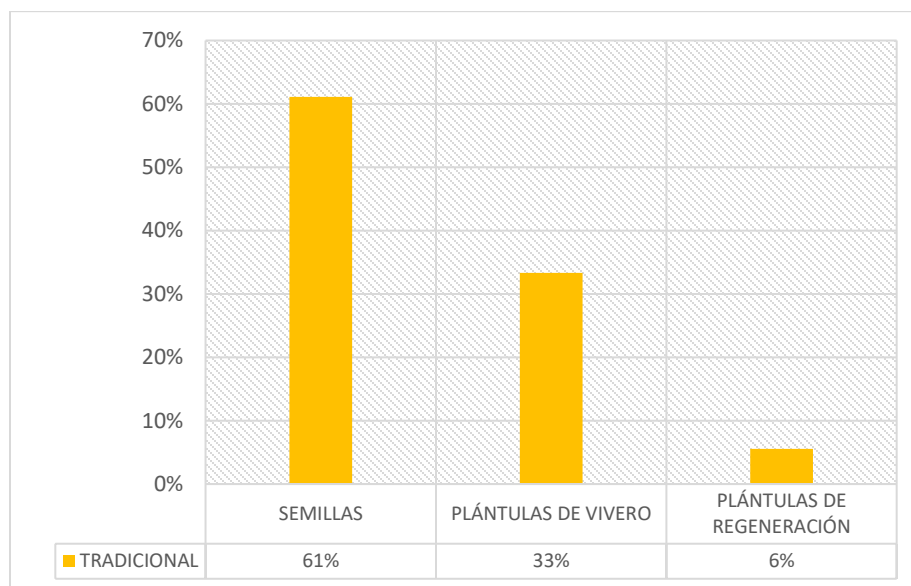
Tabla 47 Tipo de materia prima

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
SEMILLAS	11	61%
PLÁNTULAS DE VIVERO	6	33%
PLÁNTULAS DE REGENERACIÓN	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 18 Tipo de materia prima



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 27

Tabla 48 Subvariedad arábica

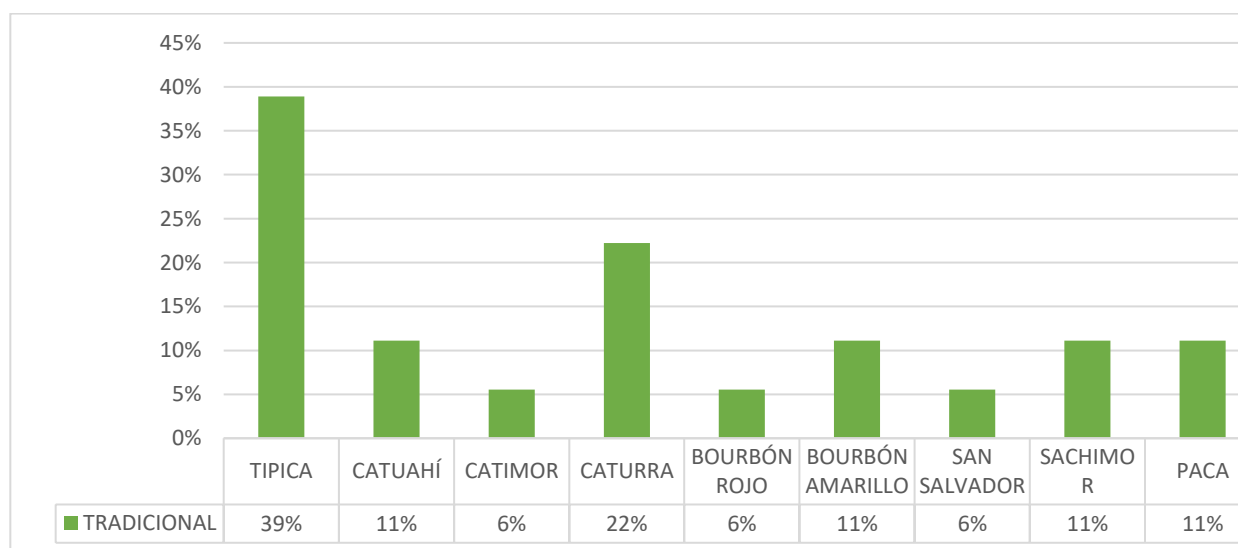
MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
TIPICA	7	39%
CATUAHÍ	2	11%
CATIMOR	1	6%
CATURRA	4	22%
BOURBÓN ROJO	1	6%
BOURBÓN AMARILLO	2	11%
SAN SALVADOR	1	6%
SACHIMOR	2	11%
PACA	2	11%
TOTAL DE ENCUESTADOS	18	

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Al ser una pregunta de opción múltiple el número de respuestas no es igual al número de encuestados, por lo que los porcentajes no van a sumar 100%

Gráfico 19 Subvariedad arábica



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 28

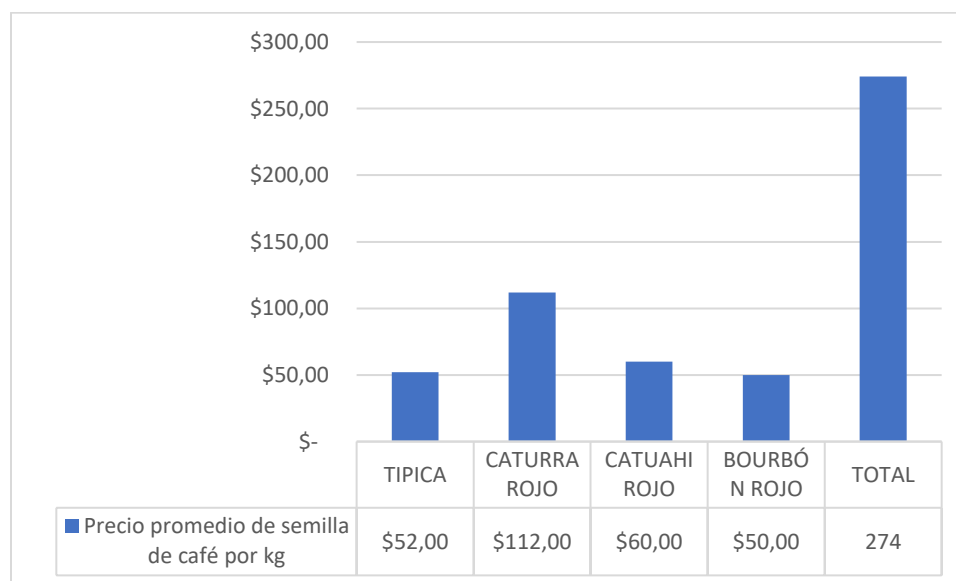
Tabla 49 Precio promedio de semilla de café por kg.

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
TIPICA	\$ 52,00	19%
CATURRA ROJO	\$ 112,00	41%
CATUAHI ROJO	\$ 60,00	22%
BOURBÓN ROJO	\$ 50,00	18%
TOTAL DE ENCUESTADOS	18	

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 20 Precio promedio de semilla de café por kg



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 29

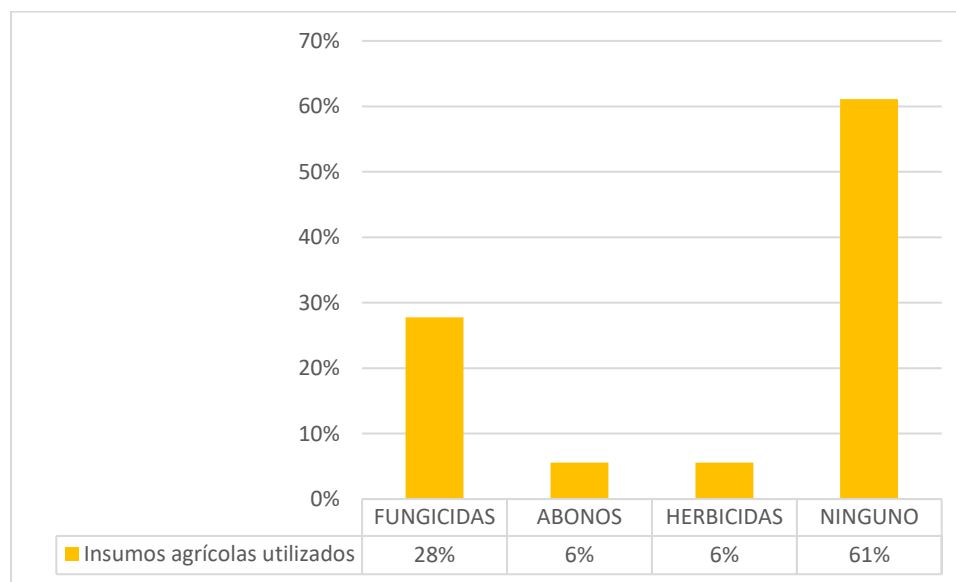
Tabla 50 *Insumos agrícolas utilizados.*

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
FUNGICIDAS	5	28%
ABONOS	1	6%
HERBICIDAS	1	6%
NINGUNO	11	61%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 21 *Insumos agrícolas utilizados.*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 30

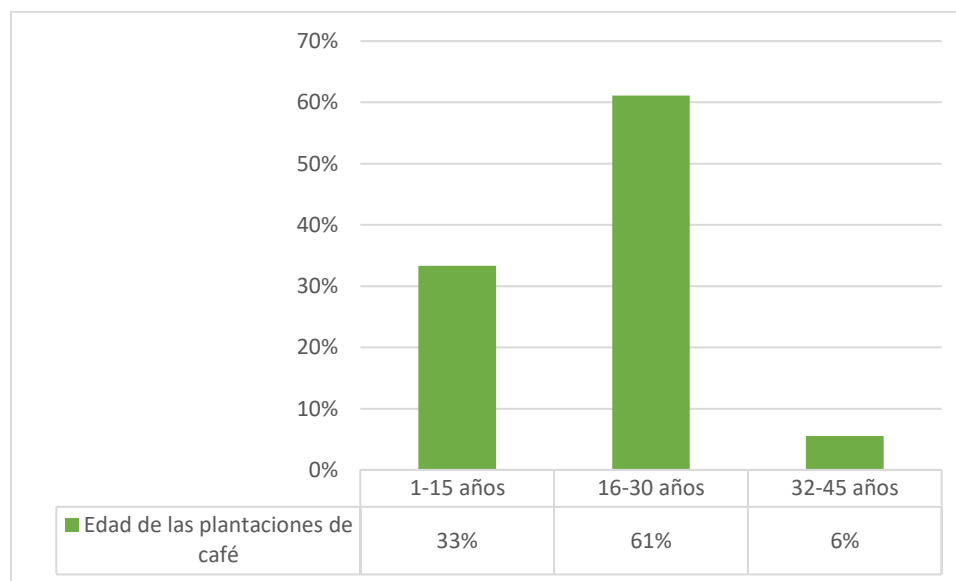
Tabla 51 *Edad de las plantaciones de café.*

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
1-15 años	6	33%
16-30 años	11	61%
32-45 años	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 22 *Edad de las plantaciones de café.*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 31

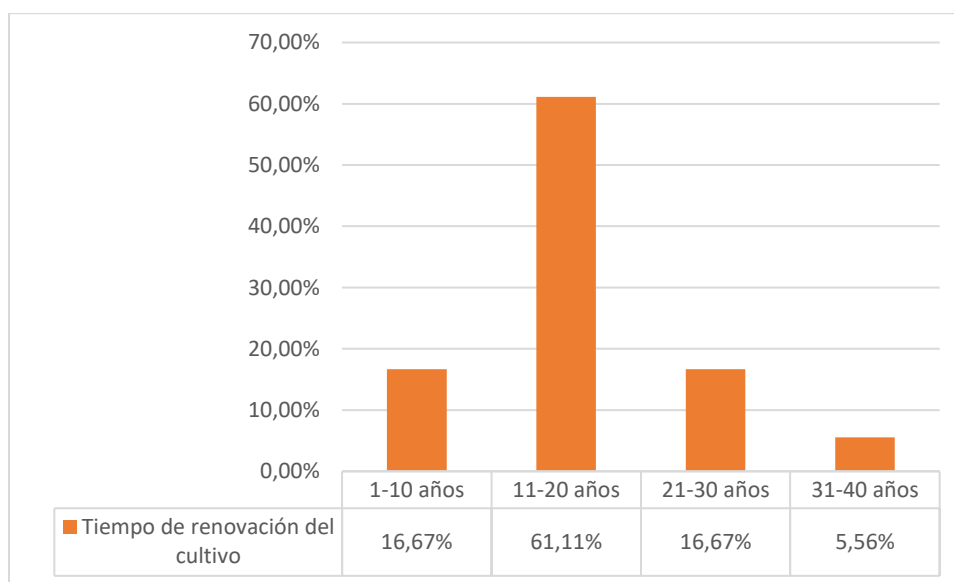
Tabla 52 *Renovación de los cafetales*

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
1-10 años	3	17%
11-20 años	11	61%
21-30 años	3	17%
31-40 años	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 23 *Renovación de los cafetales*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 32

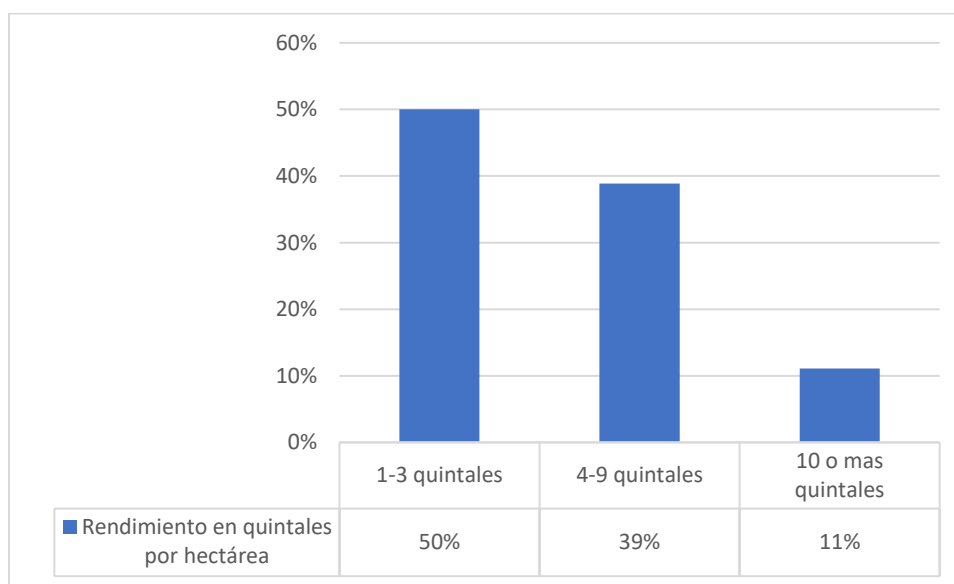
Tabla 53 Rendimiento en quintales por hectárea.

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
1-3 quintales	9	50%
4-9 quintales	7	39%
10 o más quintales	2	11%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 24 Rendimiento en quintales por hectárea.



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 33

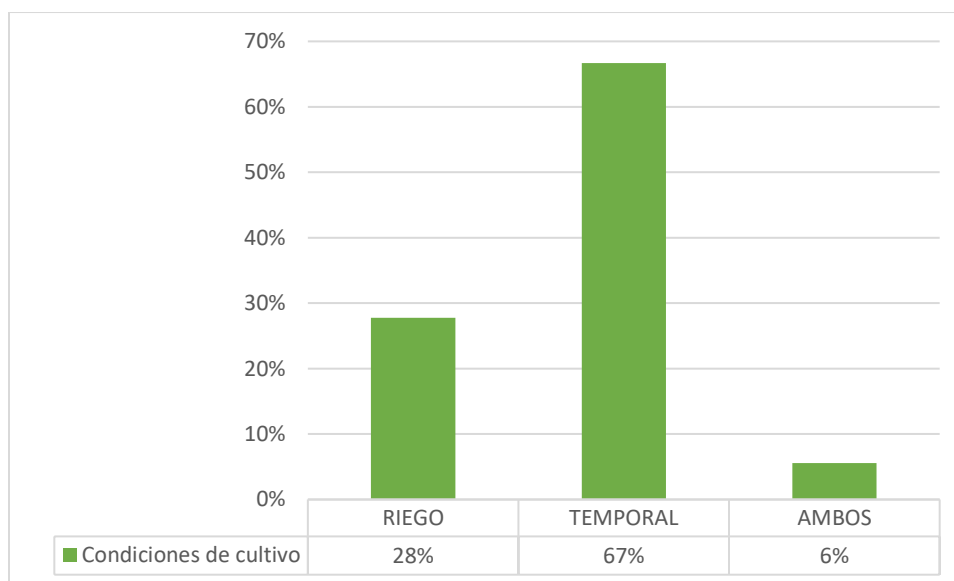
Tabla 54 *Condiciones del cultivo.*

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
RIEGO	5	28%
TEMPORAL	12	67%
AMBOS	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 25 *Condiciones del cultivo.*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 34

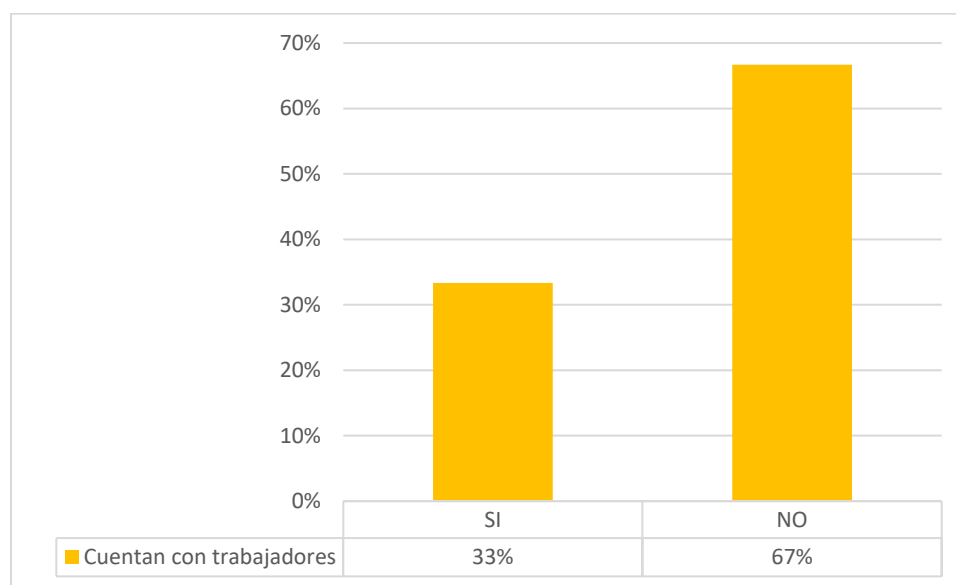
Tabla 55 *Cuentan con trabajadores*

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
SI	6	33%
NO	12	67%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 26 *Cuentan con trabajadores*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 35

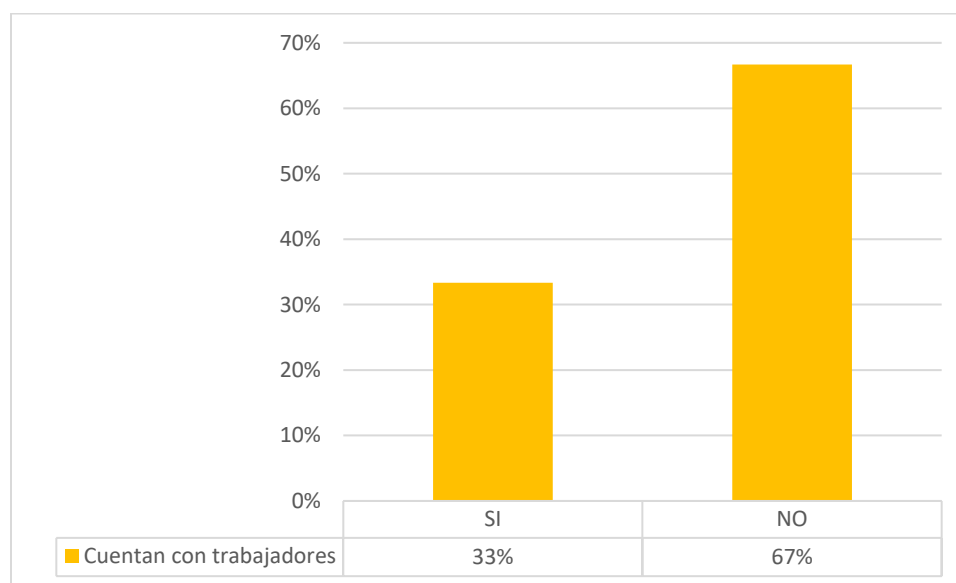
Tabla 56 Cuentan con trabajadores

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
SI	6	33%
NO	12	67%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 27 Cuentan con trabajadores



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 36

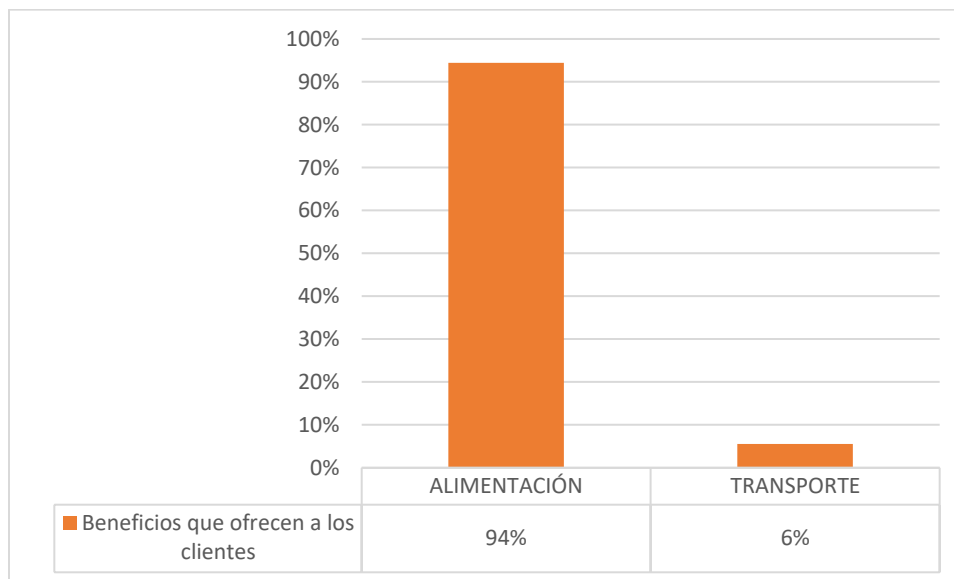
Tabla 57 Beneficios que ofrecen a los trabajadores

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
ALIMENTACIÓN	17	94%
TRANSPORTE	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 28 Beneficios que ofrecen a los trabajadores.



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 37

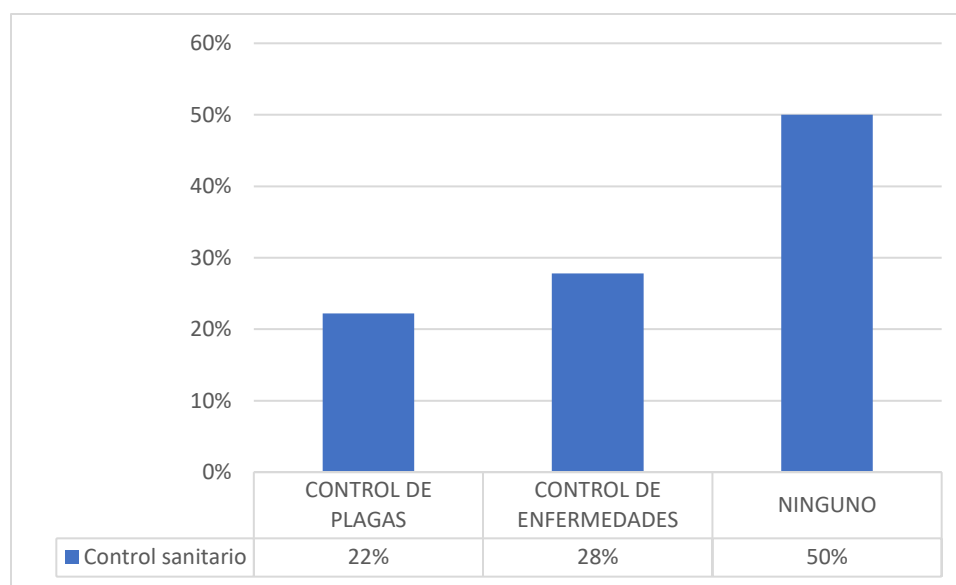
Tabla 58 Control sanitario

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
CONTROL DE PLAGAS	4	22%
CONTROL DE ENFERMEDADES	5	28%
NINGUNO	9	50%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 29 Control sanitario



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 38

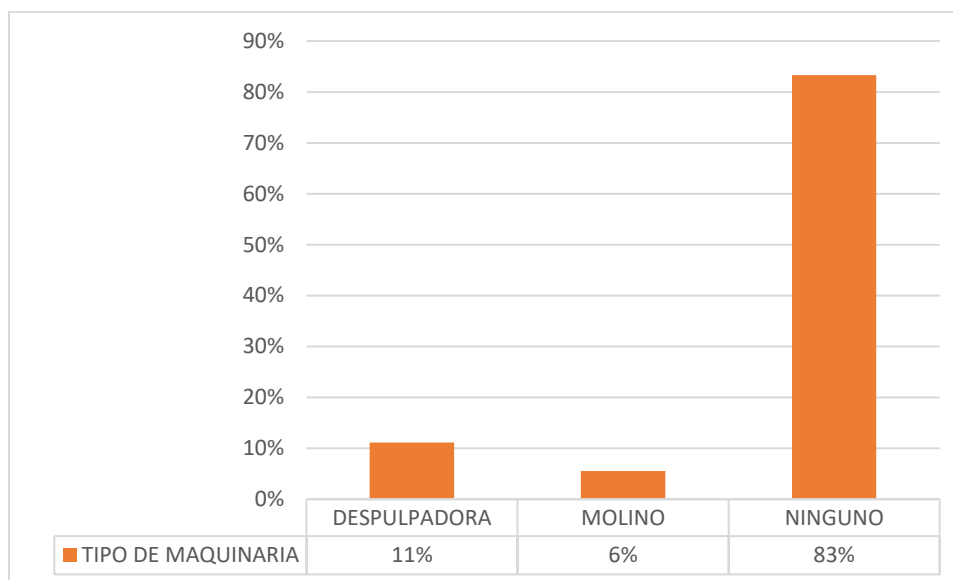
Tabla 59 *Maquinaria utilizada por los productores*

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
DESPULPADORA	2	11%
MOLINO	1	6%
NINGUNO	15	83%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 30 *Maquinaria utilizada por los productores*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 39

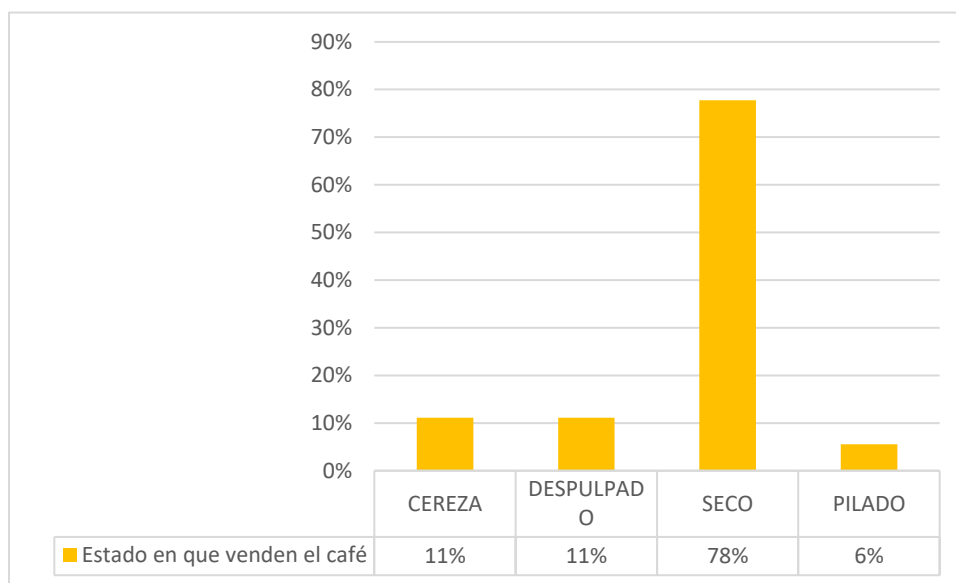
Tabla 60 Estado en que venden el café

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
CEREZA	2	11%
DESPULPADO	2	11%
SECO	14	78%
PILADO	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 31 Estado en que venden el café



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 40

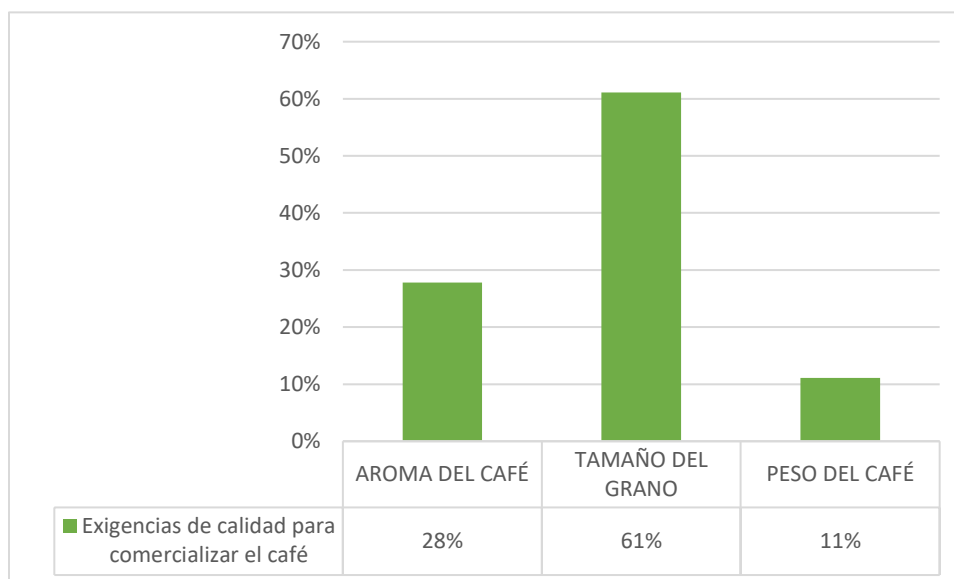
Tabla 61 Exigencias de calidad para comercializar el café

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
AROMA DEL CAFÉ	5	28%
TAMAÑO DEL GRANO	11	61%
PESO DEL CAFÉ	2	11%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 32 Exigencias de calidad para comercializar el café



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 41

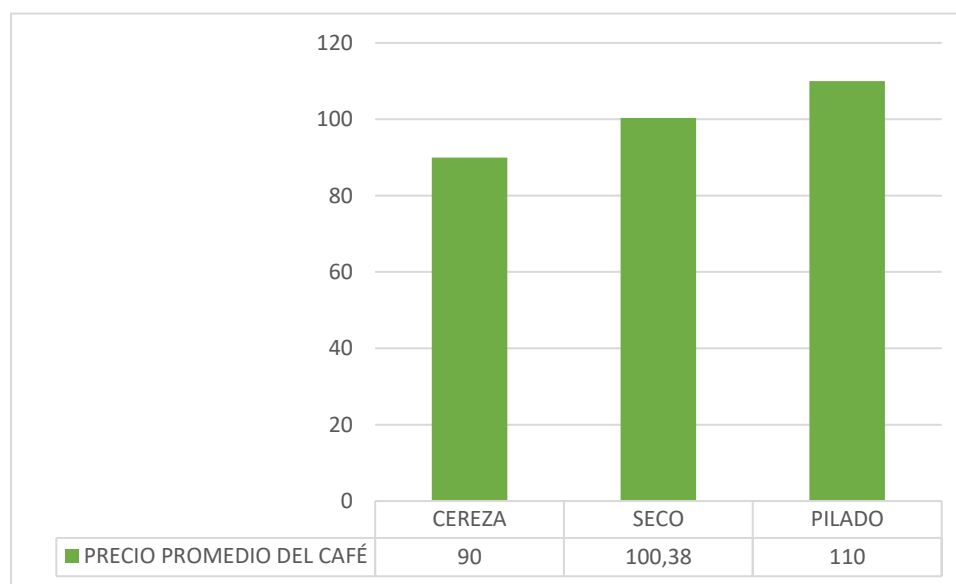
Tabla 62 Precio promedio del quintal de café

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL
	F
CEREZA	\$ 90,00
SECO	\$ 100,38
PILADO	\$ 110,00

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 33 Precio promedio del quintal de café



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 42

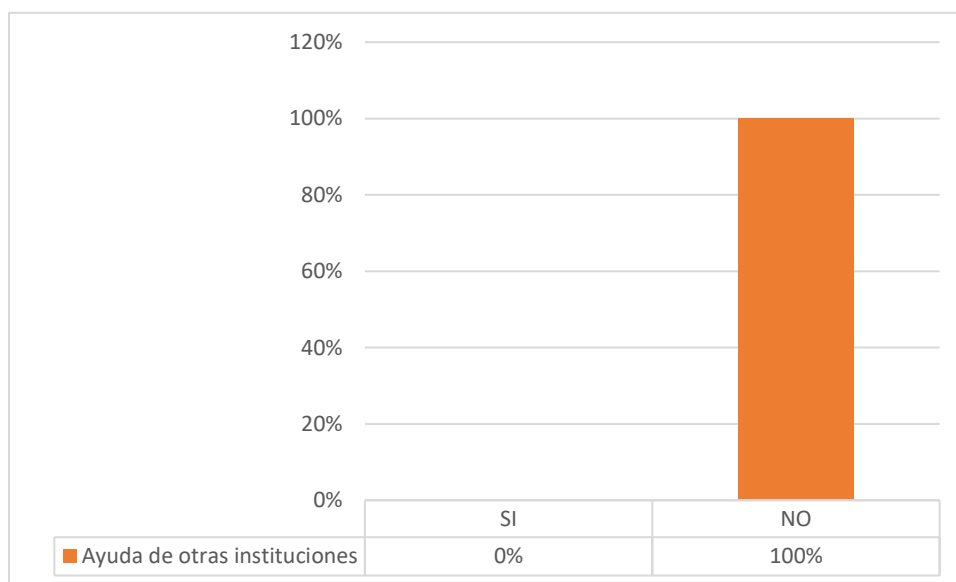
Tabla 63 Recibe ayuda de otras instituciones

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
SI	0	0%
NO	18	100%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 34 Recibe ayuda de otras instituciones



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 43

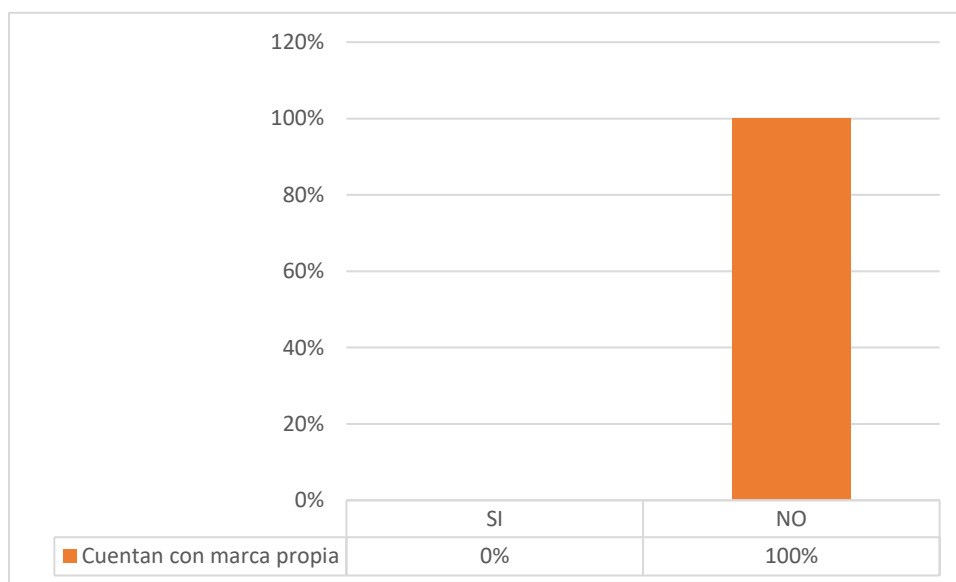
Tabla 64 *Cuentan con marca propia*

MODALIDAD VARIABLE	TRADICIONAL	
	F	%
SI	0	0%
NO	18	100%
TOTAL	18	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Gráfico 35 *Cuentan con marca propia*



Fuente: encuestas y entrevistas a productores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

*Anexo 44***Tabla 65** Listado de productores del cantón Pindal

NOMBRE DEL PRODUCTOR	PARROQUIA/SECTOR
María Gilma Rivera Jumbo	Roblones
Luis Remigio Jumbo Díaz	Misama
Milton Joel Jumbo Calderón	Misama
Según Aneceto Chuquimarca	Misama
Nixon Elí Cardenas	Naranjito
Luz Americac Vaca Enrique	Misama
Eduardo Asterio Ovaco	Roblones
Miriam Mercedes Ovaco	Roblones
Santos Toribio Lapo Lanche	Roblones
Manuel Gonzalo Jumbo Gonzales	Misama
Marcelino Camacho Betancourt	Misama
Victor Hugo Camacho	Misama
Dominga Carmelina Satama Satama	Pindal
Rosa Germania Camacho Betancourt	Misama
Marco Belizario Rivero Ovaco	Roblones
Miguel Angel Ovaco Ovaco	Roblones
Victor Electo Ovaco Ovaco	Roblones
Norma Alexandra Díaz Díaz	Roblones

Fuente: Encuesta aplicada a los productores.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo de proveedores del cantón Pindal*Anexo 45***Tabla 66** Tipo de proveedor.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRODUCTOS		
AGRÍCOLAS	2	100%
SEMILLAS	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los proveedores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 46**Tabla 67** *Origen del producto.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NACIONAL	1	50%
INTERNACIONAL	1	50%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los proveedores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 47**Tabla 68** *Necesita permiso para funcionar*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	100%
NO	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los proveedores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 48**Tabla 69** *Local*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROPIO	1	50%
ARRENDADO	1	50%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los proveedores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 49**Tabla 70** *Garantía que ofrece*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEVOLUCIÓN POR DEFECTO	1	50%
ASISTENCIA TÉCNICA	1	50%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los proveedores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo de acopiadores del cantón Pindal

Anexo 50

Tabla 71 Estado que acopia el café

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SECO	2	100%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los acopiadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 51

Tabla 72 Procesa el café

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	100%
NO	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los acopiadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 52

Tabla 73 Precio de compra quintal

SECO
100

Fuente: Encuesta aplicada a los acopiadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 53

Tabla 74 Tipo de acuerdo.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RELACIÓN ESPORÁDICA NO FORMAL	2	100%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los acopiadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo de transformadores del cantón Pindal.

Anexo 54

Tabla 75 Información de los transformadores en Alamor.

NOMBRE DE LA EMPRESA	PROPIETARIOS	DIRECCIÓN
PILADORA EL TRIUNFO CAFÉ EL ARTESANO	VICTOR HUGO JARAMILLO	VÍA A LA COSTA Y AV. EL ORO
CAFÉ DON MATIAS	JAIRO JAVIER GARCÍA ASTUDILLO	ELOY ALFARO Y RÍO AMAZONAS

Fuente: Encuesta aplicada a los transformadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 55

Tabla 76 Compra materia prima.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRODUCTORES TRADICIONALES	2	100%
PRODUCCIÓN PROPIA	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los transformadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 56

Tabla 77 Registro de contabilidad

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	100%
NO	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los transformadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

*Anexo 57***Tabla 78** *Maquinaria*

VARIABLE	FRECUENCIA
PILADORA	2
MOLINO INDUSTRIAL	2
BALANZA	2
SELLADORA	2
TOSTADORA	1
TOTAL	2

Fuente: Encuesta aplicada a los transformadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo de comercializadores del cantón Pindal.*Anexo 58***Tabla 79** *Tipo de venta.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AL POR MAYOR	1	50%
AL POR MENOR	1	50%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

*Anexo 59***Tabla 80** *Precio promedio*

CAFÉ ARÁBICA EL ARTESANO		CAFÉ DON MATÍAS	
CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
Café especial El artesano 400 g.	\$6,00	Café especial 400 g.	\$5,00
Café comercial 400 g.	\$3,00	Café comercial 400 g.	\$3,00
		Café comercial 200 g.	\$1,50

Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

*Anexo 60***Tabla 81** *Exigencias del comprador.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AROMA	1	50%
PESO	1	50%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

*Anexo 61***Tabla 82** *Para facilitar sus actividades cuentan con:*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RUC	1	50%
RISE	1	50%
TOTAL	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores del cantón Pindal

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Tabulación de productores del cantón Celica.

Anexo 62

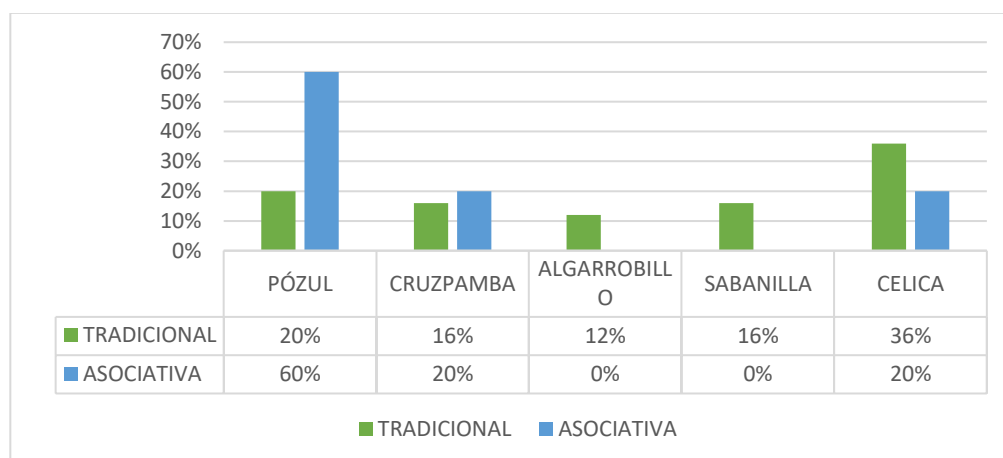
Tabla 83 Modalidad de trabajo según la Parroquia

VARIABLE MODALIDAD	PÓZUL		CRUZPAMBA		ALGARROBILLO		SABANILLA		CELICA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	5	20%	4	16%	3	12%	4	16%	9	36%	25	71%
ASOCIATIVA	6	60%	2	20%	0	0%	0	0%	2	20%	10	29%
TOTAL	11	31%	6	17%	3	9%	4	11%	11	31%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 36 Modalidad de trabajo según la Parroquia



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 63

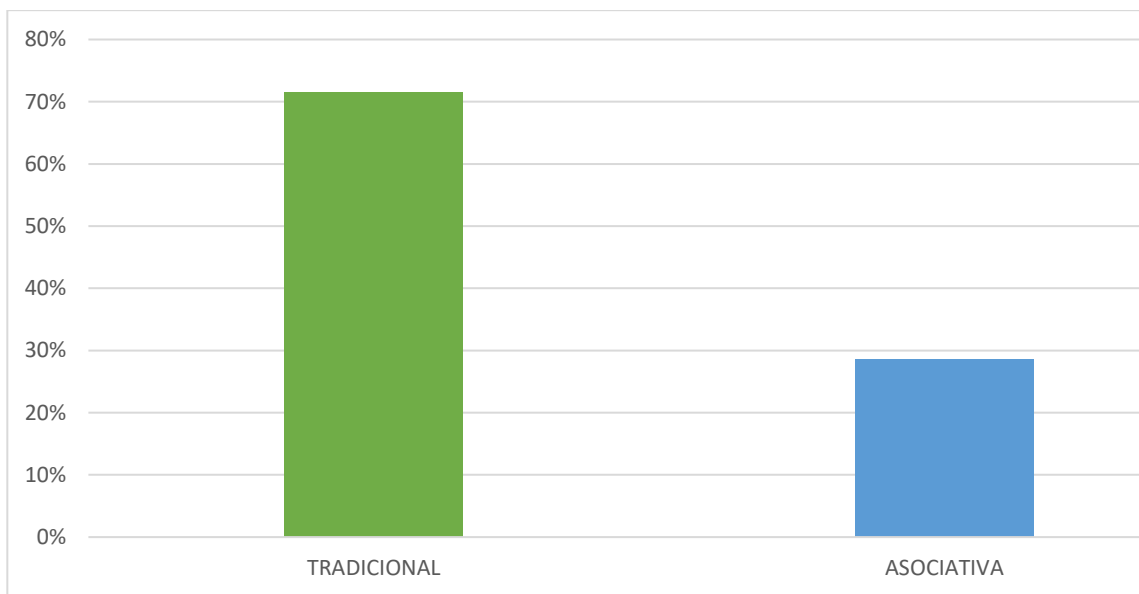
Tabla 84 *Modalidad de trabajo en general*

MODALIDAD DE TRABAJO	FRECUENCIA	%
TRADICIONAL	25	71%
ASOCIATIVA	10	29%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 37 *Modalidad de trabajo en general*



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 64

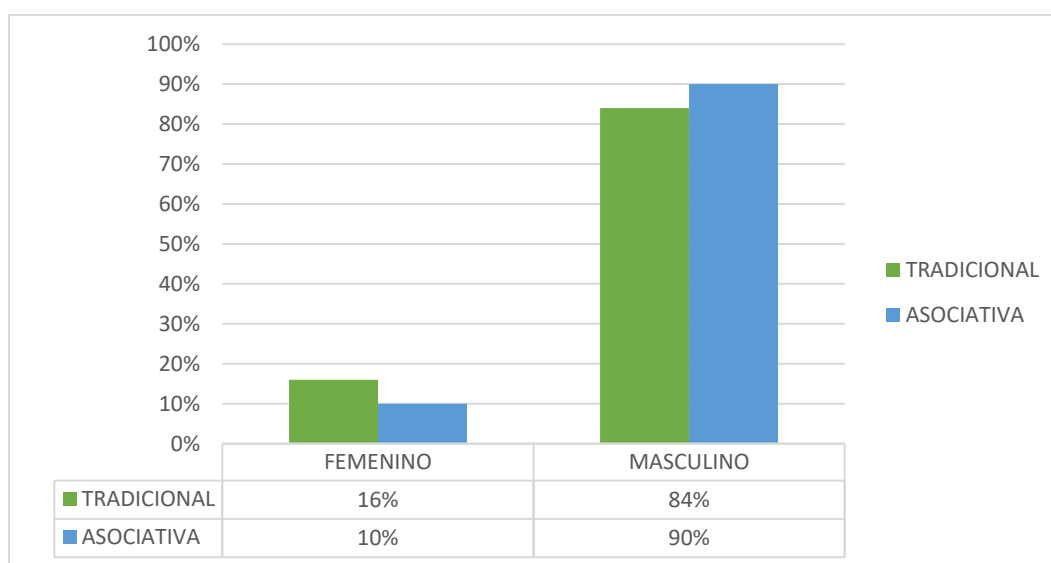
Tabla 85 Género del caficultor

VARIABLE MODALIDAD	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	4	16%	21	84%	25	71%
ASOCIATIVA	1	10%	9	90%	10	29%
TOTAL	5	14%	30	86%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 38 Género del caficultor



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 65

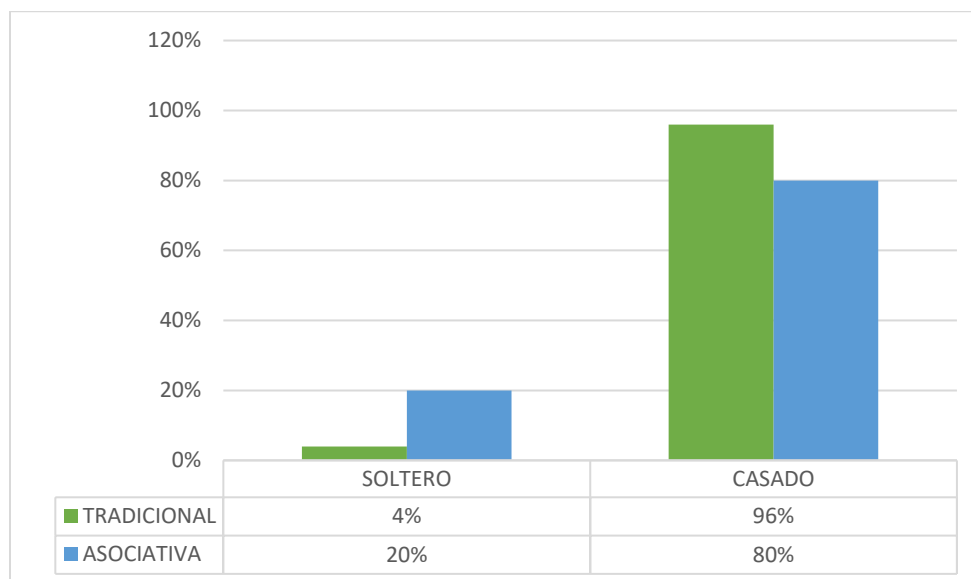
Tabla 86 Estado civil

VARIABLE MODALIDAD	SOLTERO		CASADO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	1	4%	24	96%	25	71%
ASOCIATIVA	2	20%	8	80%	10	29%
TOTAL	3	9%	32	91%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 39 Estado civil



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 66

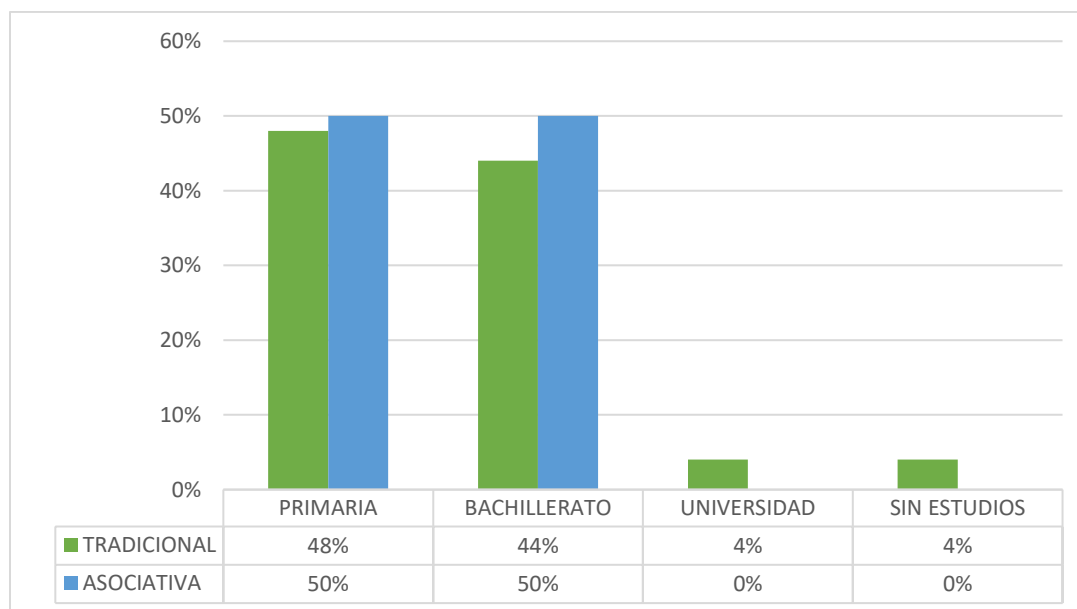
Tabla 87 Nivel de educación

VARIABLE MODALIDAD	PRIMARIA		BACHILLERATO		UNIVERSIDAD		SIN ESTUDIOS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	12	48%	11	44%	1	4%	1	4%	25	71%
ASOCIATIVA	5	50%	5	50%	0	0%	0	0%	10	29%
TOTAL	17	49%	16	46%	1	3%	1	3%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 40 Nivel de educación



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 67

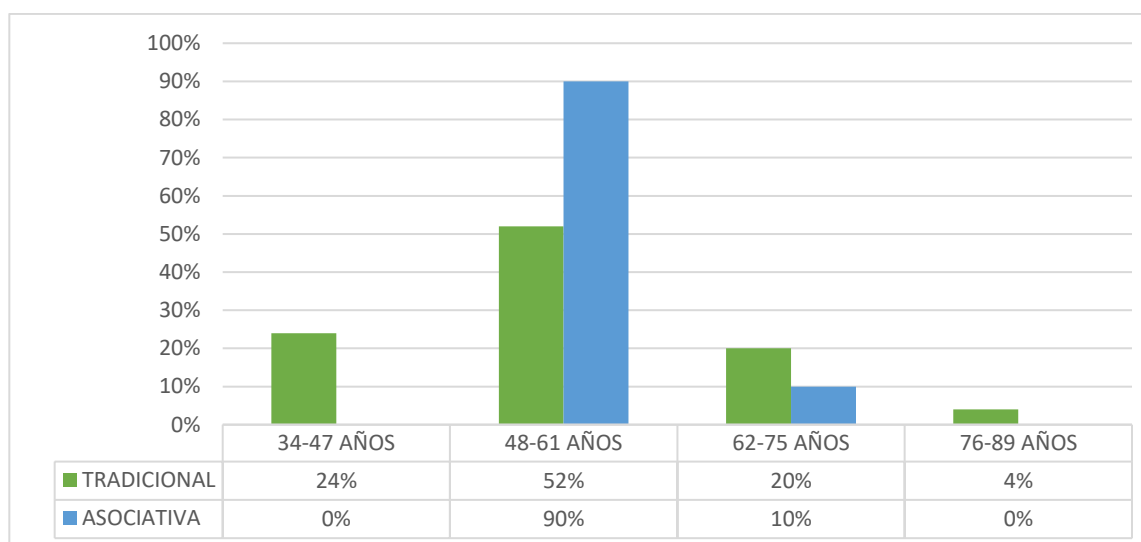
Tabla 88 Edad

VARIABLE	34-47 AÑOS		48-61 AÑOS		62-75 AÑOS		76-89 AÑOS		TOTAL		PROMEDIO
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
TRADICIONAL	6	24%	13	52%	5	20%	1	4%	25	71%	55
ASOCIATIVA	0	0%	9	90%	1	10%	0	0%	10	29%	54
TOTAL	6	17%	22	63%	6	17%	1	3%	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 41 Edad



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 68

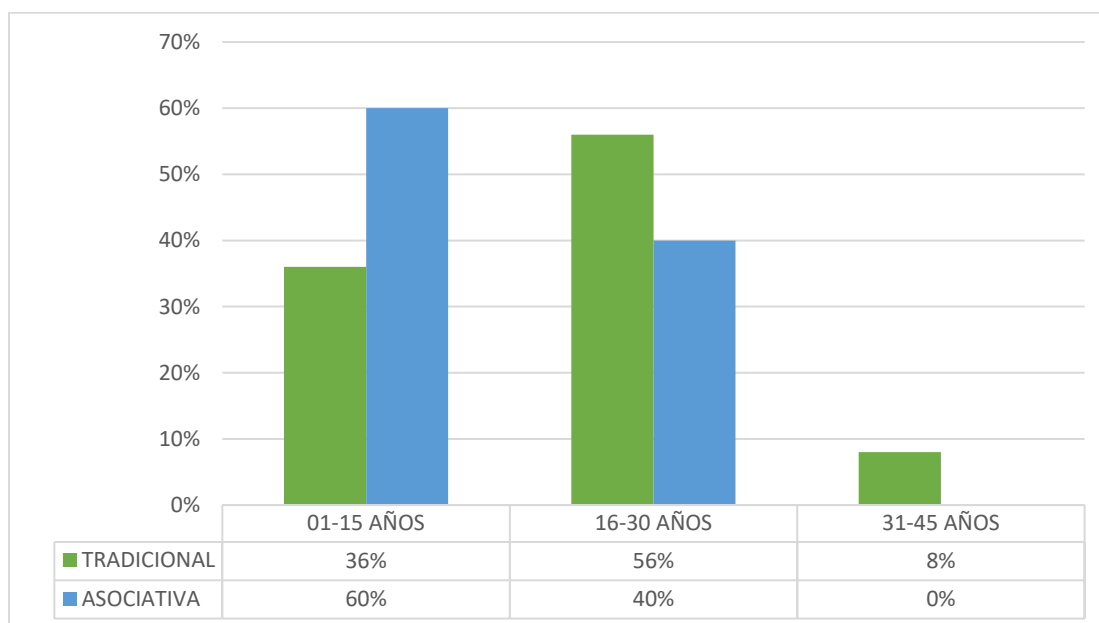
Tabla 89 Años como caficultor

VARIABLE	01-15 AÑOS		16-30 AÑOS		31-45 AÑOS		TOTAL		PROMEDIO
	F	%	F	%	F	%	F	%	
TRADICIONAL	9	36%	14	56%	2	8%	25	71%	19
ASOCIATIVA	6	60%	4	40%	0	0%	10	29%	16
TOTAL	15	43%	18	51%	2	6%	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 42 Años como caficultor



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 69

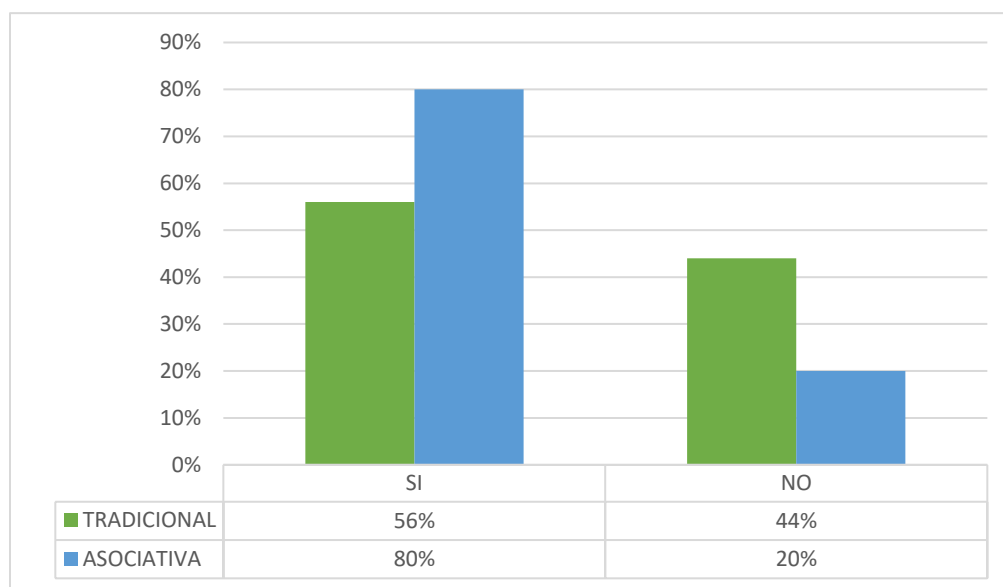
Tabla 90 Seguro

VARIABLE MODALIDAD	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	14	56%	11	44%	25	71%
ASOCIATIVA	8	80%	2	20%	10	29%
TOTAL	22	63%	13	37%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 43 Seguro



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 70

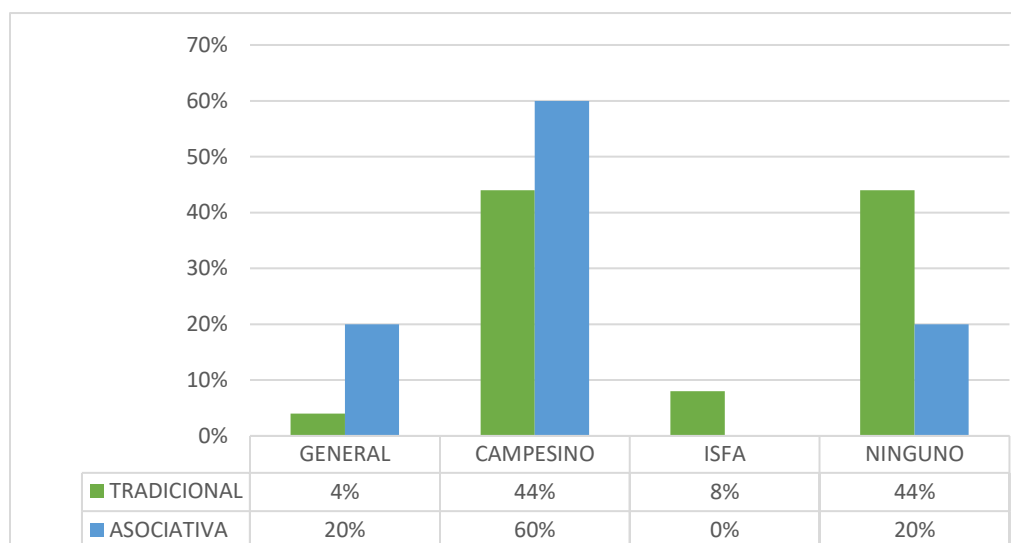
Tabla 91 Tipo de seguro

VARIABLE MODALIDAD	GENERAL		CAMPESINO		ISFA		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	1	4%	11	44%	2	8%	11	44%	25	71%
ASOCIATIVA	2	20%	6	60%	0	0%	2	20%	10	29%
TOTAL	3	9%	17	49%	2	6%	13	37%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 44 Tipo de seguro



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 71

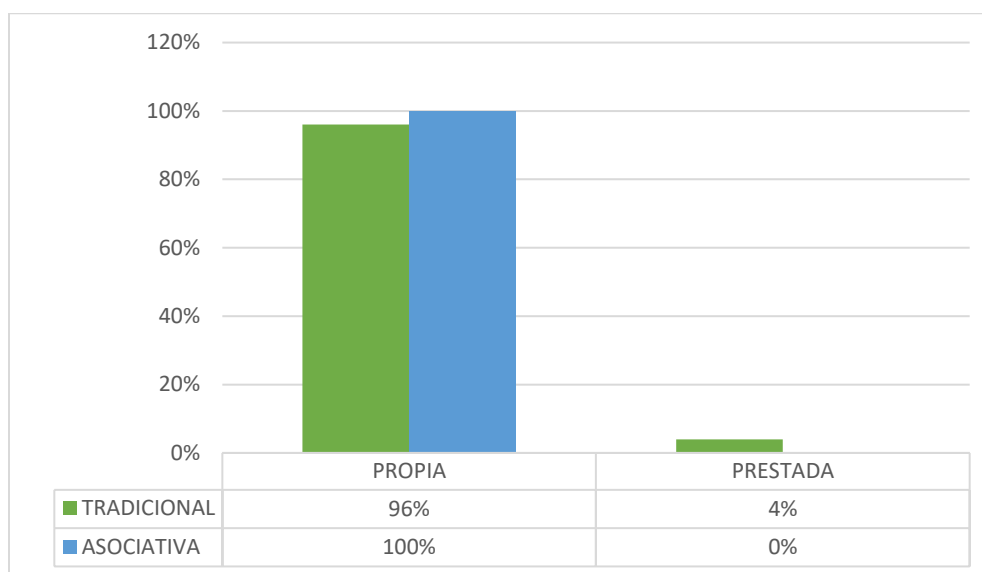
Tabla 92 *Tipo de propiedad*

VARIABLE MODALIDAD	PROPIA		PRESTADA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	24	96%	1	4%	25	71%
ASOCIATIVA	10	100%	0	0%	10	29%
TOTAL	34	97%	1	3%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 45 *Tipo de propiedad*



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 72

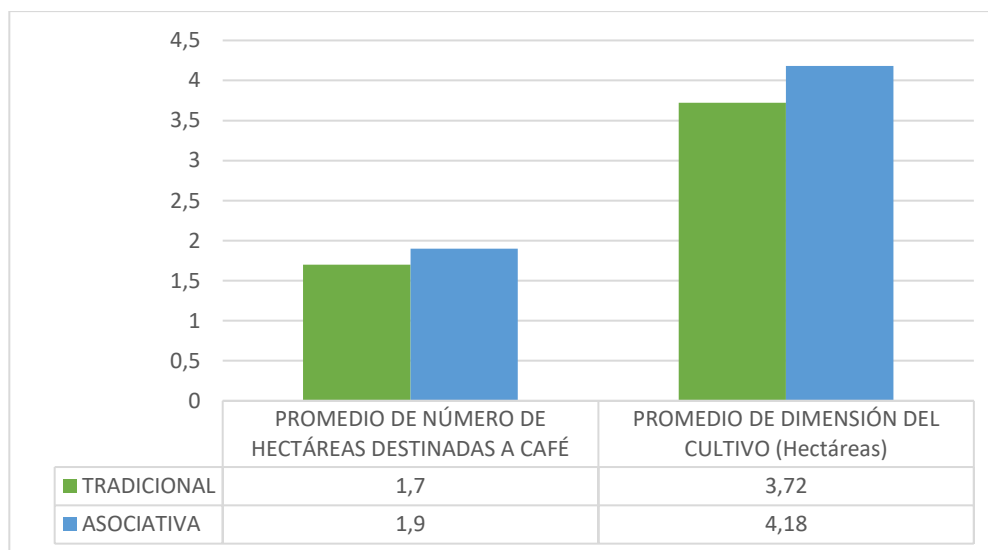
Tabla 93 Promedio en Ha. de cultivo de café y Ha. de terreno.

MODALIDAD	PROMEDIO DE NÚMERO DE HECTÁREAS DESTINADAS A CAFÉ	PROMEDIO DE DIMENSIÓN DEL CULTIVO (Hectáreas)
TRADICIONAL	1,7	3,72
ASOCIATIVA	1,9	4,18
TOTAL	1,8	3,95

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 46 Promedio en Ha. de cultivo de café y Ha. de terreno.



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 73

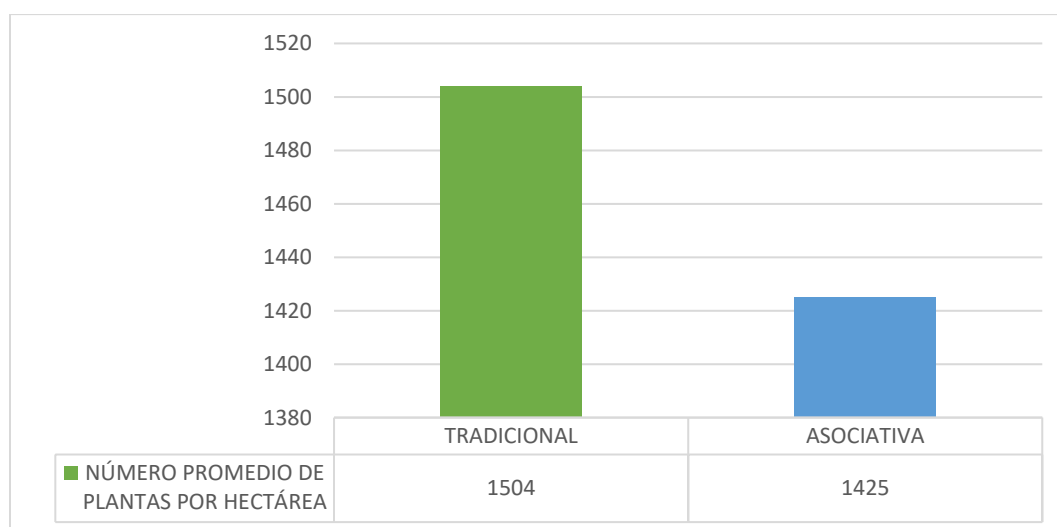
Tabla 94 *Número de plantas por hectáreas*

MODALIDAD	NÚMERO PROMEDIO DE PLANTAS POR HECTÁREA
TRADICIONAL	1504
ASOCIATIVA	1425
TOTAL	1464,5

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 47 *Número de plantas por hectáreas*



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 74

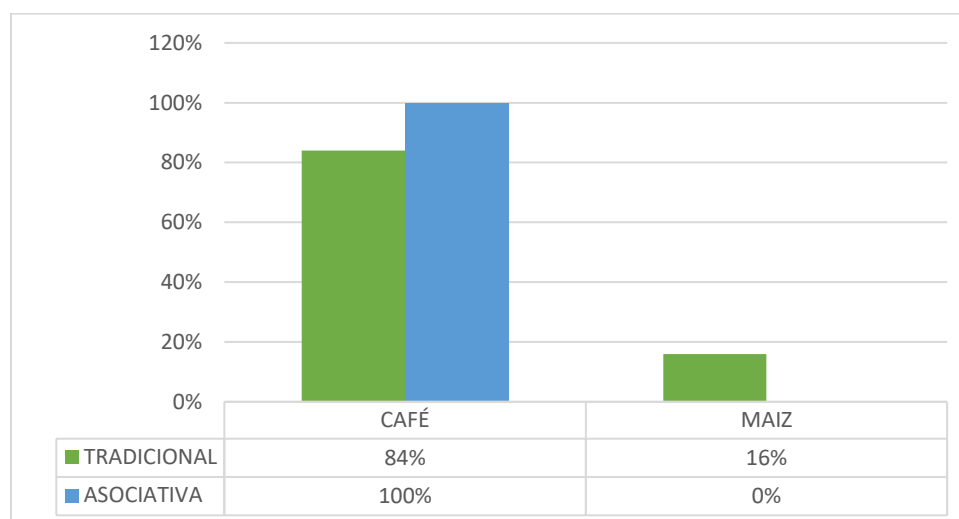
Tabla 95 *Cultivo que produce en mayor porcentaje*

VARIABLE MODALIDAD	CAFÉ		MAÍZ		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	21	84%	4	16%	25	71%
ASOCIATIVA	10	100%	0	0%	10	29%
TOTAL	31	89%	4	11%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 48 *Cultivo que produce en mayor porcentaje*



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 75

Tabla 96 Servicios básicos de la finca

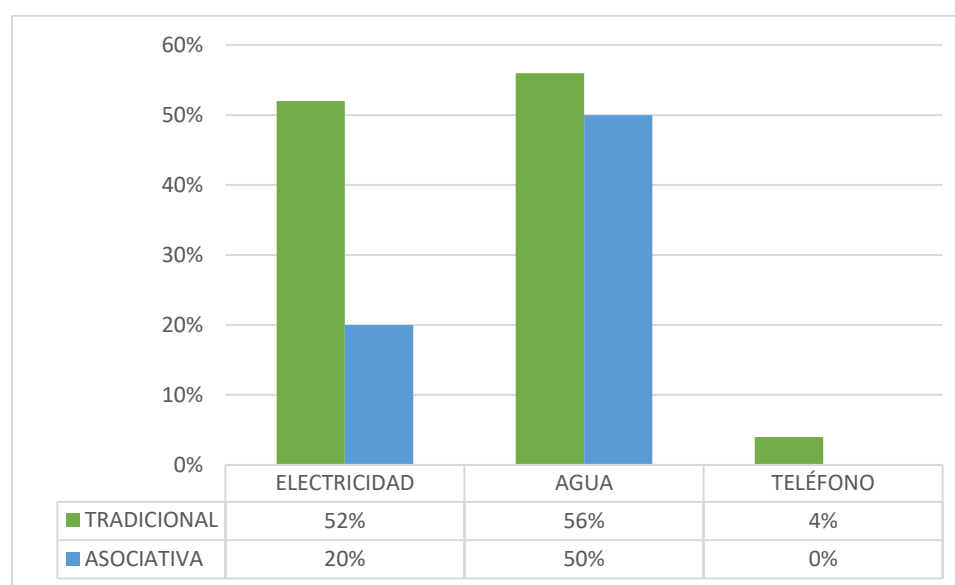
VARIABLE MODALIDAD	ELECTRICIDAD		AGUA		TELÉFONO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	RESPUESTAS	PERSONAS ENCUESTADAS
TRADICIONAL	13	52%	14	56%	1	4%	28	25,00
ASOCIATIVA	2	20%	5	50%	0	0%	7	10,00
TOTAL	15	43%	19	54%	1	3%	35	35,00

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Al ser una pregunta de opción múltiple el número de respuestas no es igual al número de encuestados, por lo que los porcentajes no van a sumar 100%

Gráfico 49 Servicios básicos de la finca



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 76

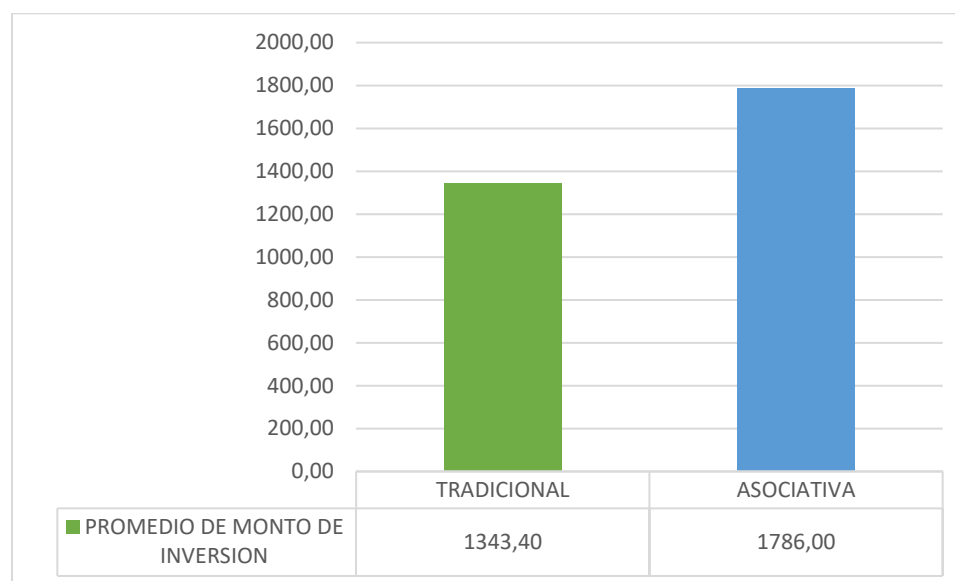
Tabla 97 Monto promedio de inversión anual

MODALIDAD	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PROMEDIO DE MONTO DE INVERSIÓN
TRADICIONAL	25	1343,40
ASOCIATIVA	10	1786,00
TOTAL	35	1564,7

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 50 Monto promedio de inversión anual



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

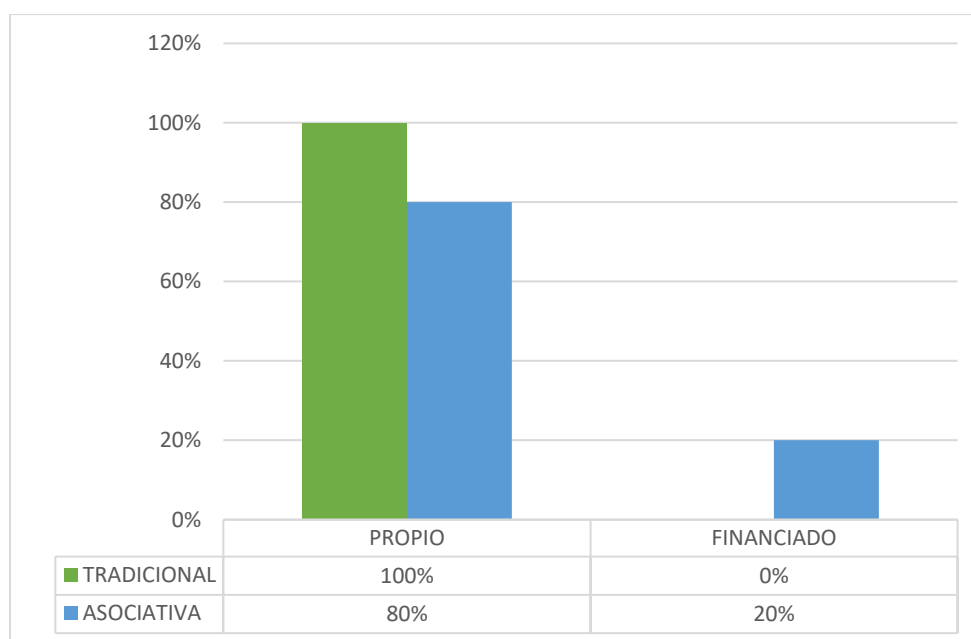
Anexo 77

Tabla 98 *Financiamiento de la inversión*

VARIABLE MODALIDAD	PROPIO		FINANCIADO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	25	100%	0	0%	25	71%
ASOCIATIVA	8	80%	2	20%	10	29%
TOTAL	33	94%	2	6%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 51 *Financiamiento de la inversión*

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 78

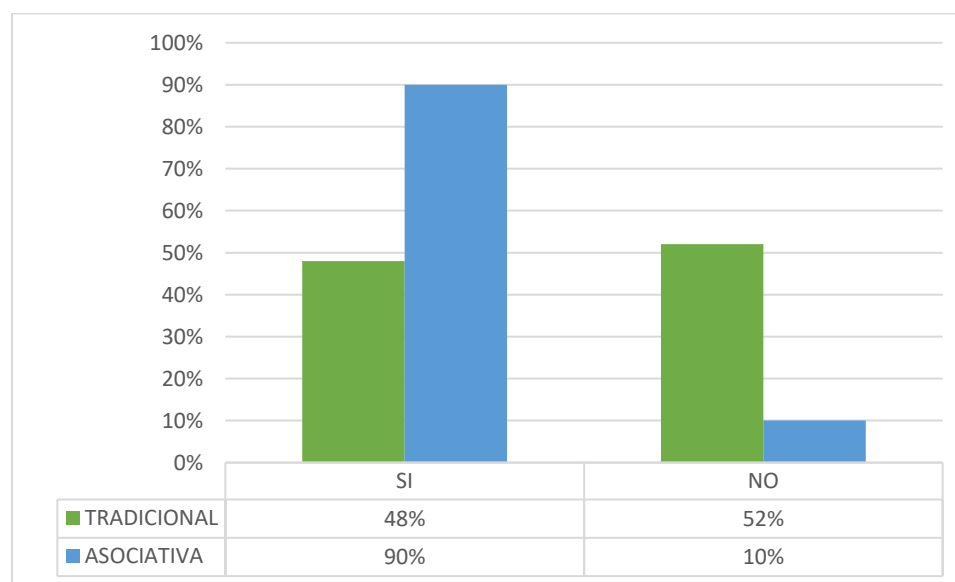
Tabla 99 Capacitación recibida por alguna institución

VARIABLE MODALIDAD	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	12	48%	13	52%	25	71%
ASOCIATIVA	9	90%	1	10%	10	29%
TOTAL	21	60%	14	40%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 52 Capacitación recibida por alguna institución



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 79

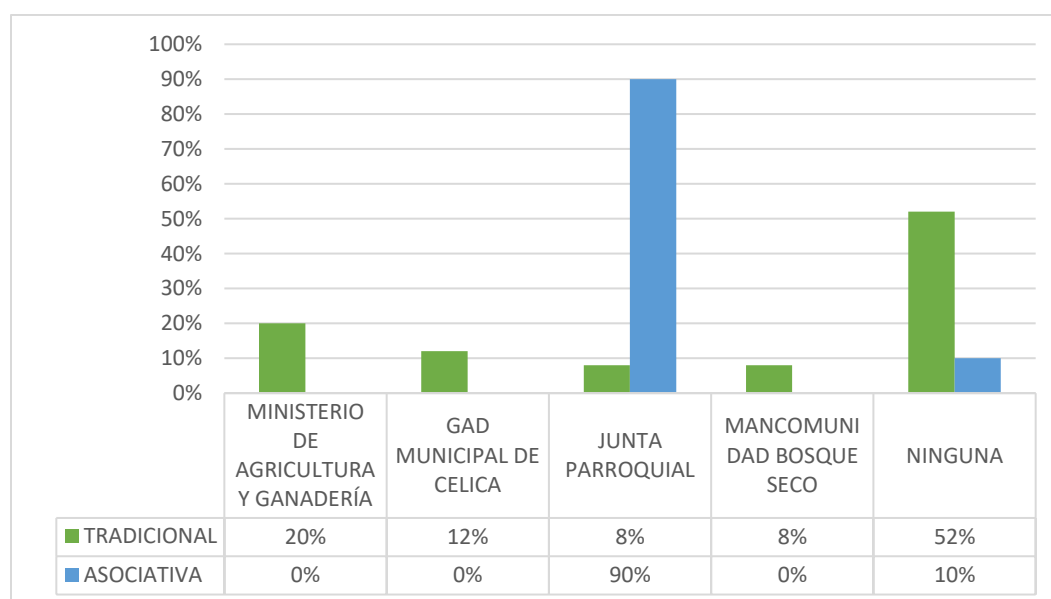
Tabla 100 Organización capacitadora

VARIABLE MODALIDAD	MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA		GAD MUNICIPAL DE CELICA		JUNTA PARROQUIAL		MANCOMUNIDAD BOSQUE SECO		NINGUNA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	5	20%	3	12%	2	8%	2	8%	13	52%	25	71%
ASOCIATIVA	0	0%	0	0%	9	90%	0	0%	1	10%	10	29%
TOTAL	5	14%	3	9%	11	31%	2	6%	14	40%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 53 Organización capacitadora



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 80

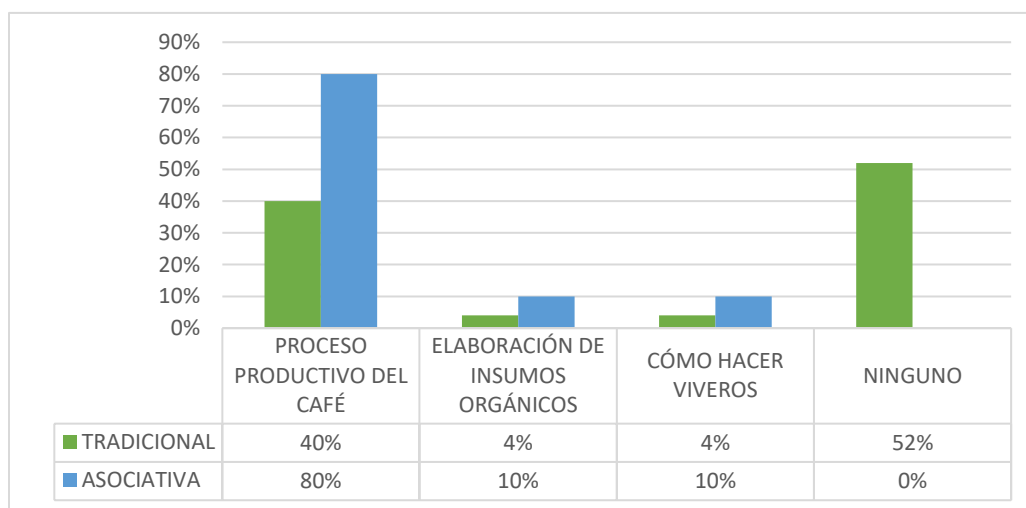
Tabla 101 Tema de capacitación

VARIABLE MODALIDAD	PROCESO PRODUCTIVO DEL CAFÉ		ELABORACIÓN DE INSUMOS ORGÁNICOS		CÓMO HACER VIVEROS		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	10	40%	1	4%	1	4%	13	52%	25	71%
ASOCIATIVA	8	80%	1	10%	1	10%		0%	10	29%
TOTAL	18	51%	2	6%	2	6%	13	37%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 54 Tema de capacitación



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 81

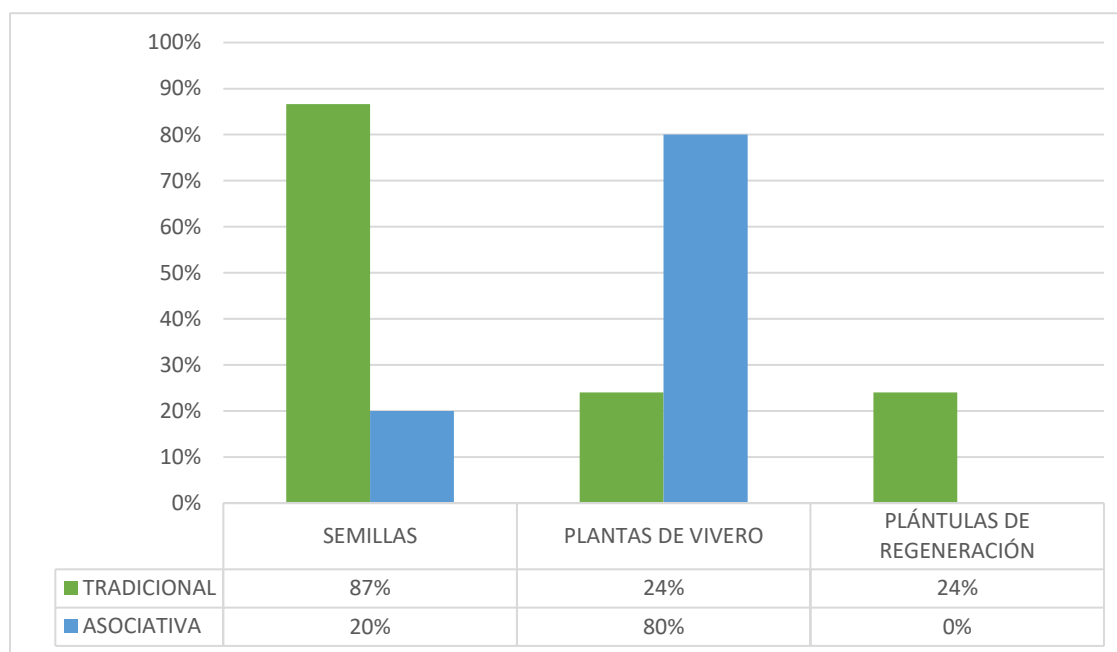
Tabla 102 Tipo de materia prima

VARIABLE MODALIDAD	SEMILLAS		PLANTAS DE VIVERO		PLÁNTULAS DE REGENERACIÓN		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	13	87%	6	24%	6	24%	25	71%
ASOCIATIVA	2	20%	8	80%	0	0%	10	29%
TOTAL	15	43%	14	40%	6	17%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 55 Tipo de materia prima



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 82

Tabla 103 Subvariedad arábica

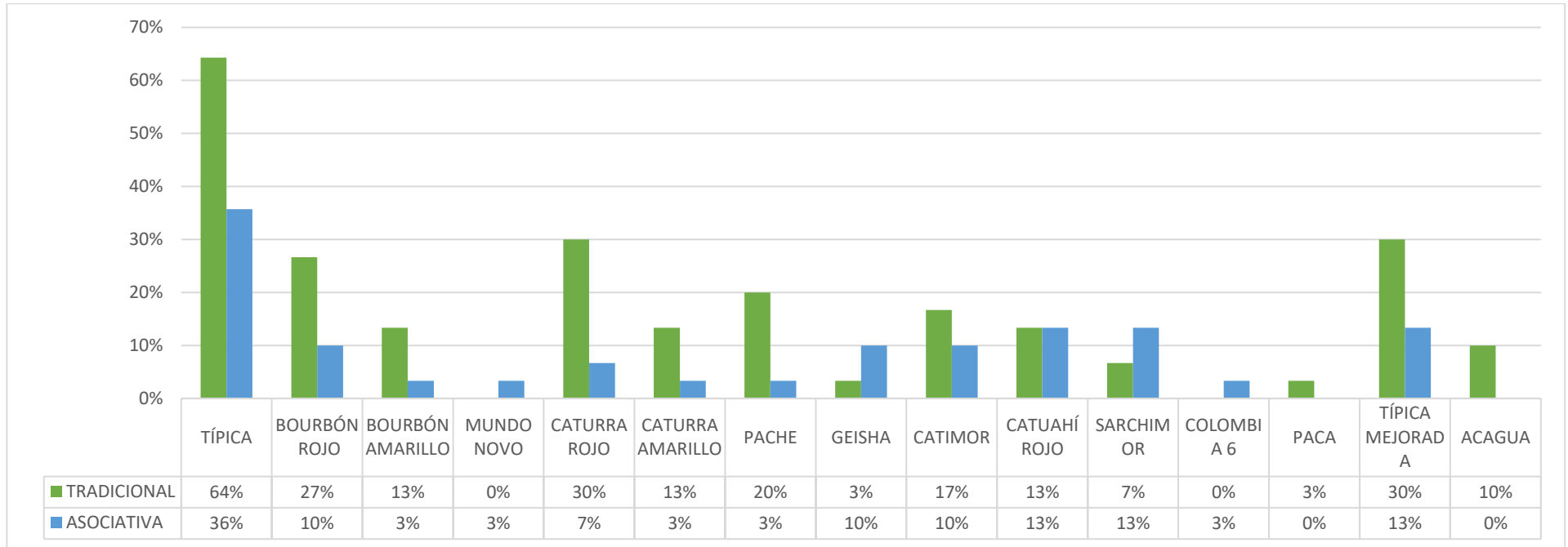
VARIABLE MODALIDAD	TÍPICA		BOURBÓN ROJO		BOURBÓN AMARILLO		MUNDO NOVO		CATURRA ROJO		CATURRA AMARILLO		PACHE		GEISHA		CATIMOR		CATUAHÍ ROJO		SARCHIMOR		COLOMBIA 6		PACA		TÍPICA MEJORADA		ACAGUA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
TRADICIONAL	9	64%	8	27%	4	13%	0	0%	9	30%	4	13%	6	20%	1	3%	5	17%	4	13%	2	7%	0	0%	1	3%	9	30%	3	10%	20	57%
ASOCIATIVA	5	36%	3	10%	1	3%	1	3%	2	7%	1	3%	1	3%	3	10%	3	10%	4	13%	4	13%	1	3%	0	0%	4	13%	0	0%	8	23%
TOTAL	14	100%	11	37%	5	17%	1	3%	11	37%	5	17%	7	23%	4	13%	8	27%	8	27%	6	20%	1	3%	1	3%	13	43%	3	10%	28	80%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Al ser una pregunta de opción múltiple el número de respuestas no es igual al número de encuestados, por lo que los porcentajes no van a sumar 100%

Gráfico 56 *Subvariedad arábica*



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 83

Tabla 104 Precio promedio de semilla por Kg

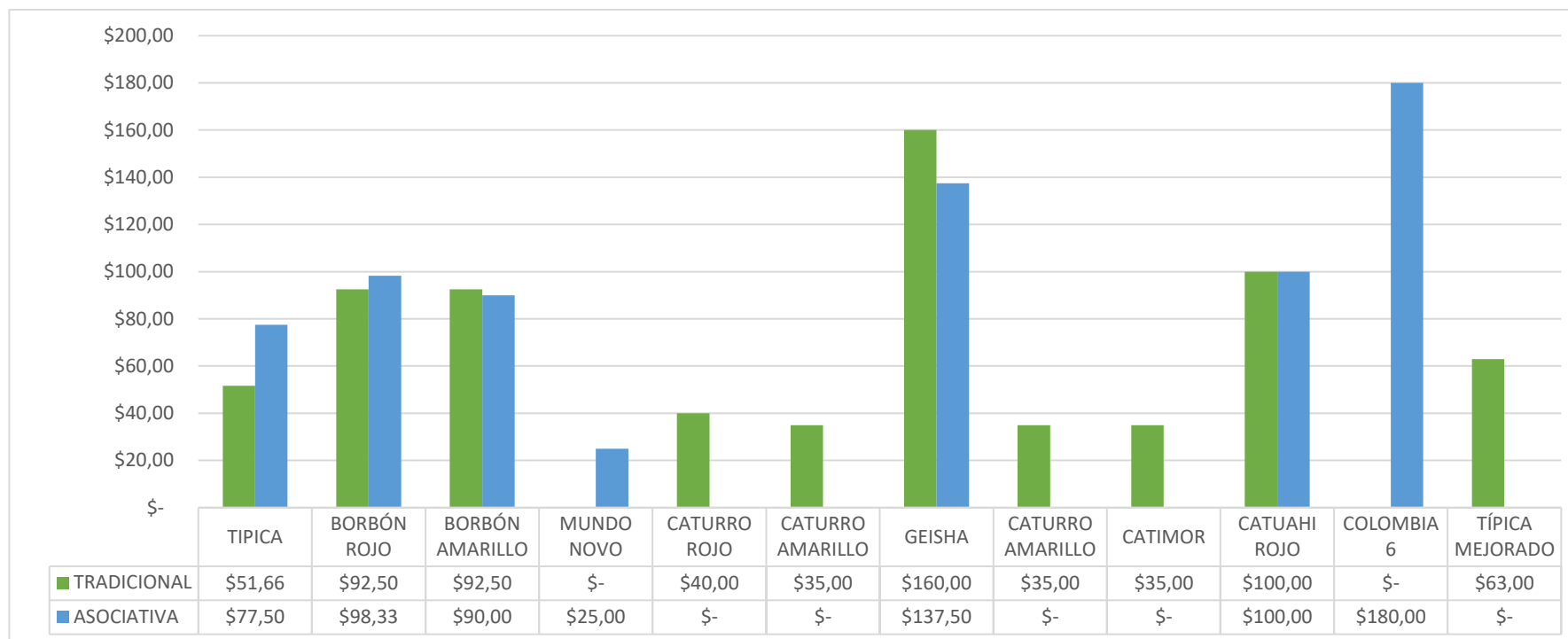
VARIABLE MODALIDAD	TÍPICA		BOURBÓN ROJO		BOURBÓN AMARILLO		MUNDO NOVO		CATURRA ROJO		CATURRA AMARILLO		PACHE		GEISHA		CATIMOR		CATUAHÍ ROJO		SARCHIMOR		COLOMBIA 6		PACA		TÍPICA MEJORADA		ACAGUA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
TRADICIONAL	9	64%	8	27%	4	13%	0	0%	9	30%	4	13%	6	20%	1	3%	5	17%	4	13%	2	7%	0	0%	1	3%	9	30%	3	10%	20	57%
ASOCIATIVA	5	36%	3	10%	1	3%	1	3%	2	7%	1	3%	1	3%	3	10%	3	10%	4	13%	4	13%	1	3%	0	0%	4	13%	0	0%	8	23%
TOTAL	14	100%	11	37%	5	17%	1	3%	11	37%	5	17%	7	23%	4	13%	8	27%	8	27%	6	20%	1	3%	1	3%	13	43%	3	10%	28	80%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Al ser una pregunta de opción múltiple el número de respuestas no es igual al número de encuestados, por lo que los porcentajes no van a sumar 100%

Gráfico 57 Precio promedio de semilla por Kg



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 84

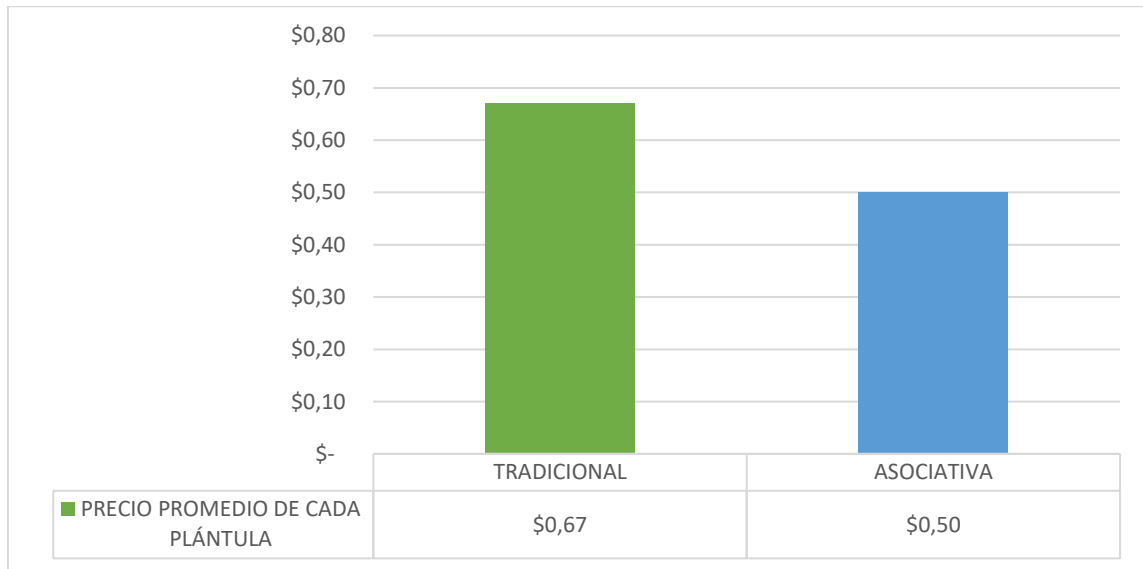
Tabla 105 Precio promedio de cada plántula

MODALIDAD	PRECIO PROMEDIO DE CADA PLÁNTULA	
TRADICIONAL	\$	0,67
ASOCIATIVA	\$	0,50
TOTAL	\$	0,59

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 58 Precio promedio de cada plántula



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 85

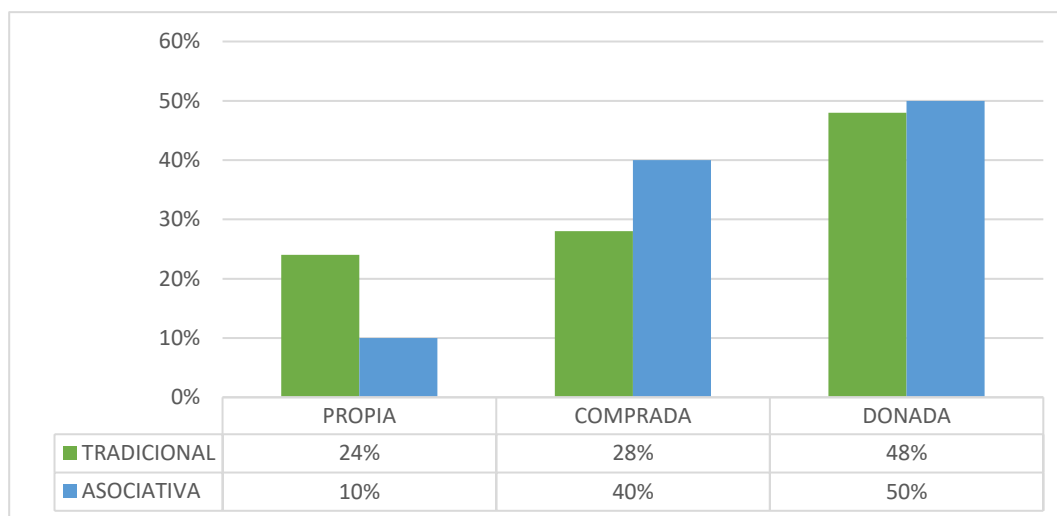
Tabla 106 Origen de materia prima

VARIABLE MODALIDAD	PROPIA		COMPRADA		DONADA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	6	24%	7	28%	12	48%	25	71%
ASOCIATIVA	1	10%	4	40%	5	50%	10	29%
TOTAL	7	20%	11	31%	17	49%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 59 Origen de materia prima



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 86

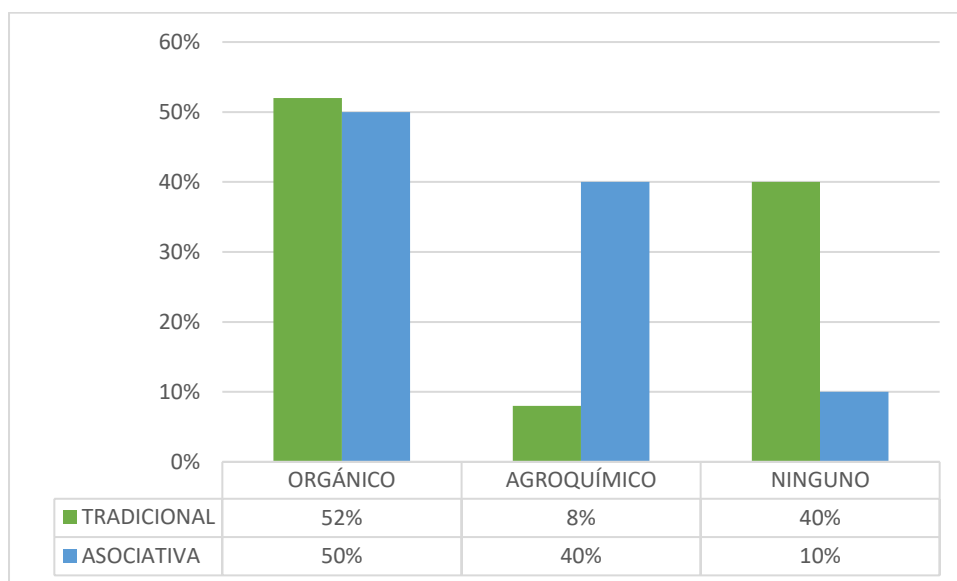
Tabla 107 Tipo de insumos utilizados en el cultivo

VARIABLE MODALIDAD	ORGÁNICO		AGROQUÍMICO		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	13	52%	2	8%	10	40%	25	71%
ASOCIATIVA	5	50%	4	40%	1	10%	10	29%
TOTAL	18	51%	6	17%	11	31%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 60 Tipo de insumos utilizados en el cultivo



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

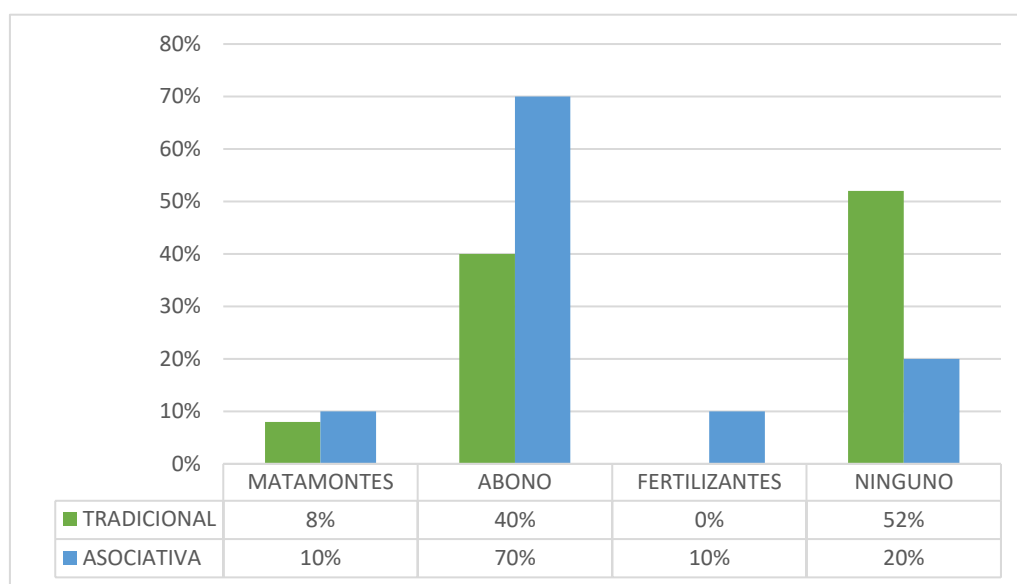
Anexo 87

Tabla 108 *Insumos utilizados*

VARIABLE MODALIDAD	MATAMONTES		ABONO		FERTILIZANTES		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	2	8%	10	40%	0	0%	13	52%	25	71%
ASOCIATIVA	1	10%	7	70%	1	10%	2	20%	10	29%
TOTAL	3	9%	17	49%	1	3%	15	43%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 61 *Insumos utilizados*

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 88

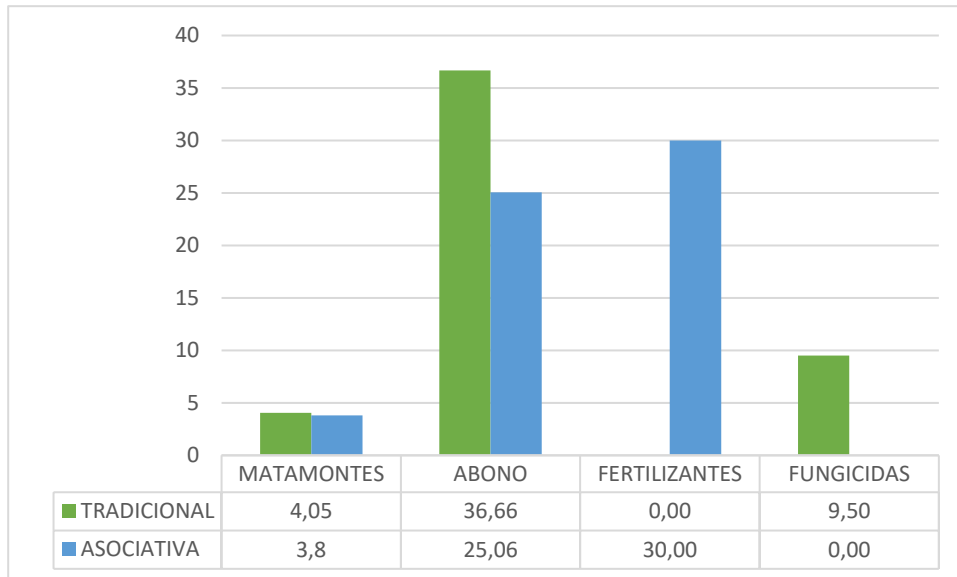
Tabla 109 Precio de insumos

MODALIDAD	MATAMONTES	ABONO	FERTILIZANTES	FUNGICIDAS
TRADICIONAL	4,05	36,66	0,00	9,50
ASOCIATIVA	3,8	25,06	30,00	0,00
TOTAL	7,85	61,72	30	9,5

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 62 Precio de insumos



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 89

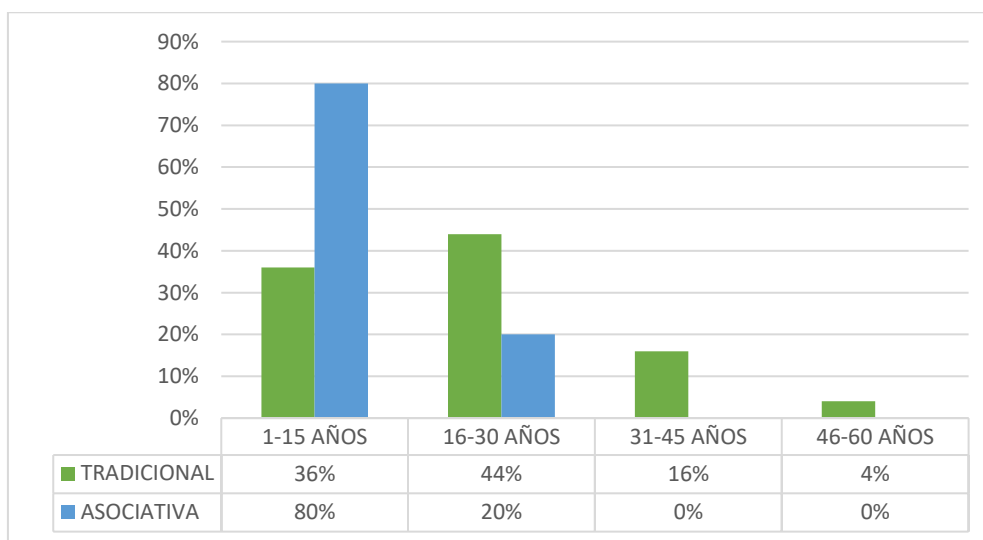
Tabla 110 Edad de plantación

VARIABLE	1-15 AÑOS		16-30 AÑOS		31-45 AÑOS		46-60 AÑOS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	9	36%	11	44%	4	16%	1	4%	25	71%
ASOCIATIVA	8	80%	2	20%	0	0%	0	0%	10	29%
TOTAL	17	49%	13	37%	4	11%	1	3%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 63 Edad de plantación



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 90

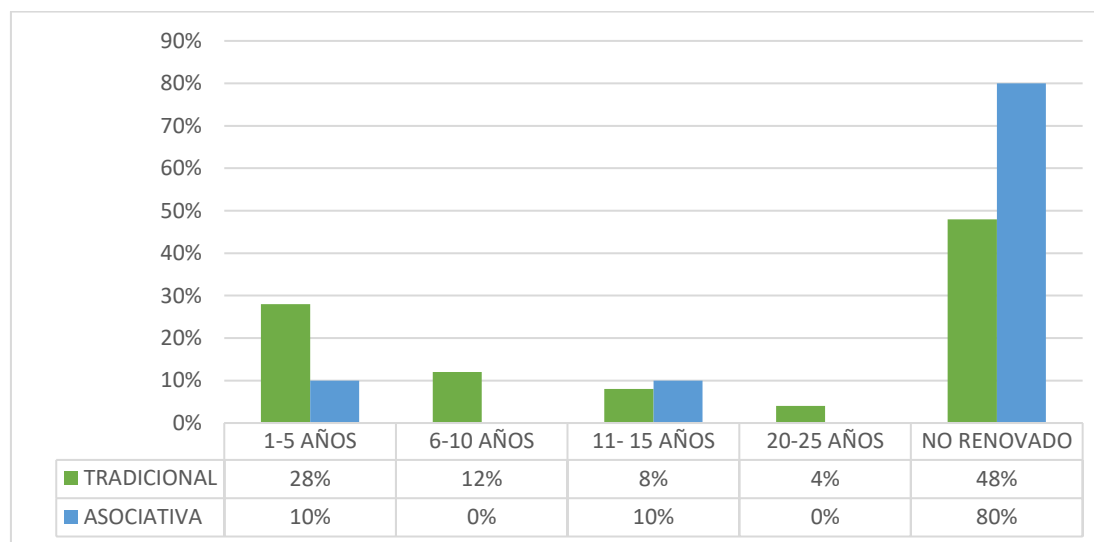
Tabla 111 Renovación de cultivo

VARIABLE	1-5 AÑOS		6-10 AÑOS		11- 15 AÑOS		20-25 AÑOS		NO RENOVARADO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	7	28%	3	12%	2	8%	1	4%	12	48%	25	71%
ASOCIATIVA	1	10%	0	0%	1	10%	0	0%	8	80%	10	29%
TOTAL	8	23%	3	9%	3	9%	1	3%	20	57%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 64 Renovación de cultivo



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 91

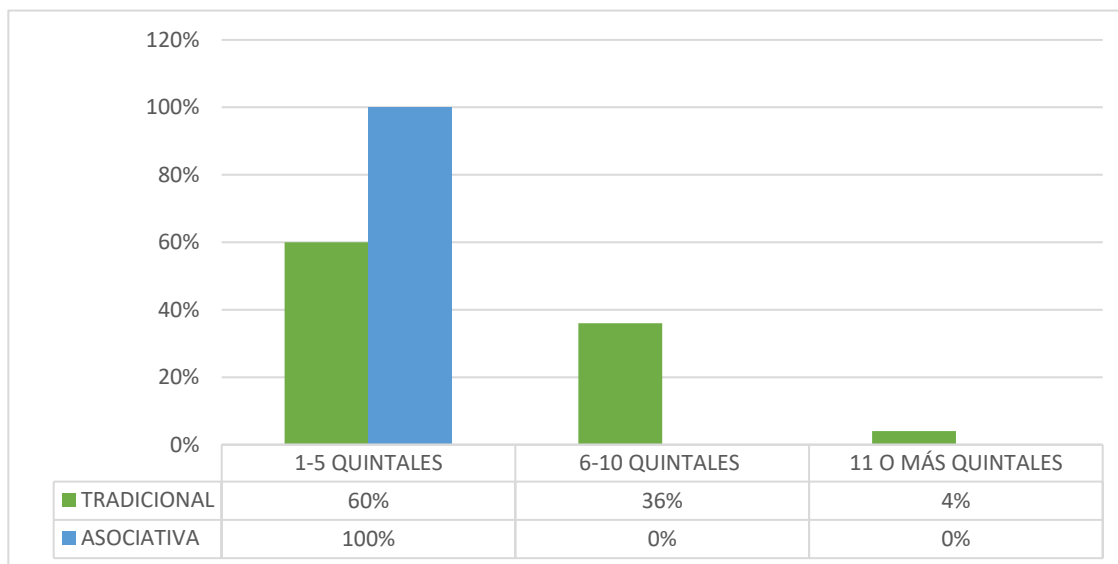
Tabla 112 Rendimiento quintales por hectárea

VARIABLE	1-5		6-10		11 o MÁS		TOTAL		PROMEDIO
	QUINTALES	QUINTALES	QUINTALES	QUINTALES	QUINTALES	QUINTALES	F	%	
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%	
TRADICIONAL	15	60%	9	36%	1	4%	25	71%	5,32
ASOCIATIVA	10	100%	0	0%	0	0%	10	29%	2,8
TOTAL	25	71%	9	26%	1	3%	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 65 Rendimiento quintales por hectárea



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 92

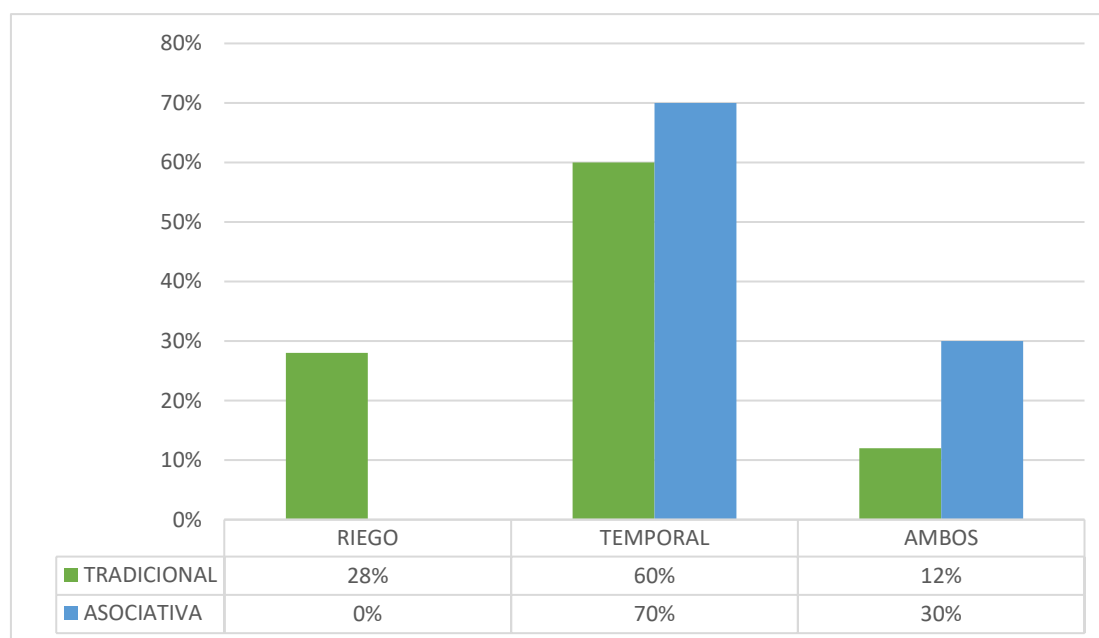
Tabla 113 Condiciones de cultivo

VARIABLE MODALIDAD	RIEGO		TEMPORAL		AMBOS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	7	28%	15	60%	3	12%	25	71%
ASOCIATIVA	0	0%	7	70%	3	30%	10	29%
TOTAL	7	20%	22	63%	6	17%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 66 Condiciones de cultivo



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 93

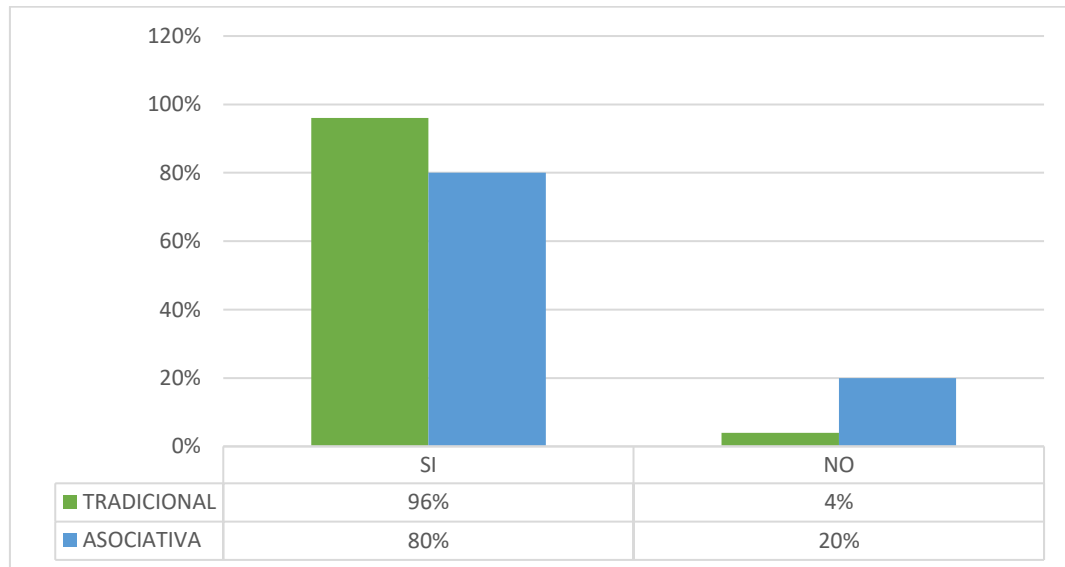
Tabla 114 Trabajadores

VARIABLE MODALIDAD	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	24	96%	1	4%	25	71%
ASOCIATIVA	8	80%	2	20%	10	29%
TOTAL	32	91%	3	9%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 67 Trabajadores



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 94

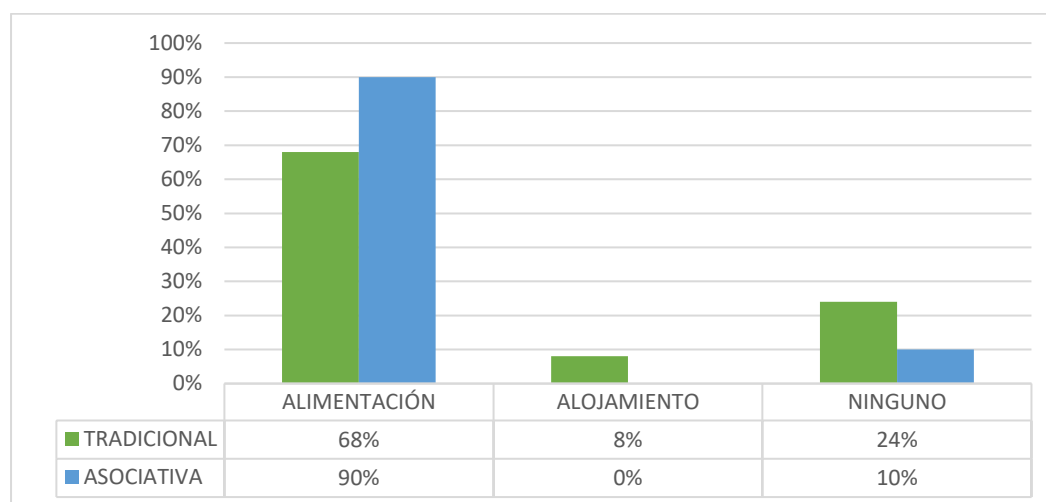
Tabla 115 Beneficios de los trabajadores

VARIABLE MODALIDAD	ALIMENTACIÓN		ALOJAMIENTO		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	17	68%	2	8%	6	24%	25	71%
ASOCIATIVA	9	90%	0	0%	1	10%	10	29%
TOTAL	26	74%	2	6%	7	20%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 68 Beneficios de los trabajadores



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

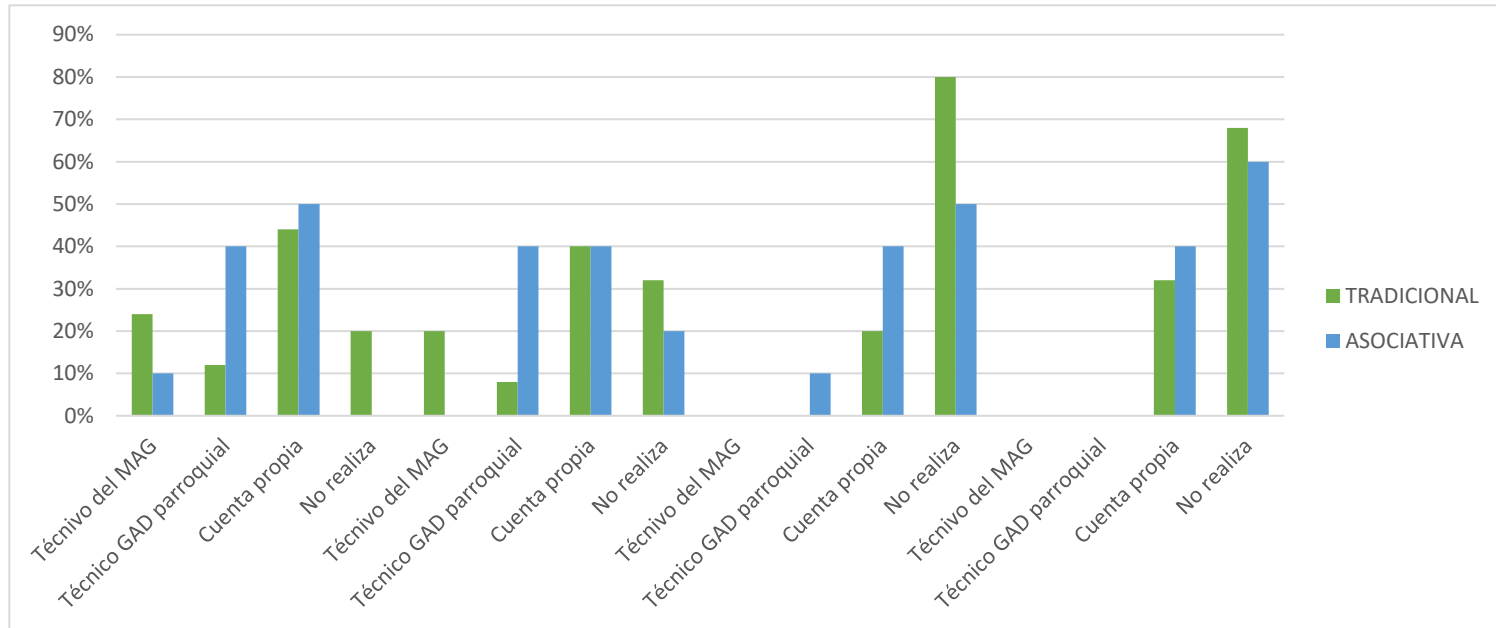
Anexo 95

Tabla 116 Tipo de control sanitario

VARIABLE	CONTROL DE PLAGAS					CONTROL DE ENFERMEDADES					CONTROL DE SOMBRAS					DESINFECCIÓN DEL SUELO				
	Técnico del MAG	Técnico GAD parroquial	Cuenta propia	No realiza	TOTAL	Técnico del MAG	Técnico GAD parroquial	Cuenta propia	No realiza	TOTAL	Técnico del MAG	Técnico GAD parroquial	Cuenta propia	No realiza	TOTAL	Técnico del MAG	Técnico GAD parroquial	Cuenta propia	No realiza	TOTAL
MODALIDAD																				
TRADICIONAL	24%	12%	44%	20%	100%	20%	8%	40%	32%	100%	0%	0%	20%	80%	100%	0%	0%	32%	68%	100%
ASOCIATIVA	10%	40%	50%	0%	100%	0%	40%	40%	20%	100%	0%	10%	40%	50%	100%	0%	0%	40%	60%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 69 Tipo de control sanitario

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 96

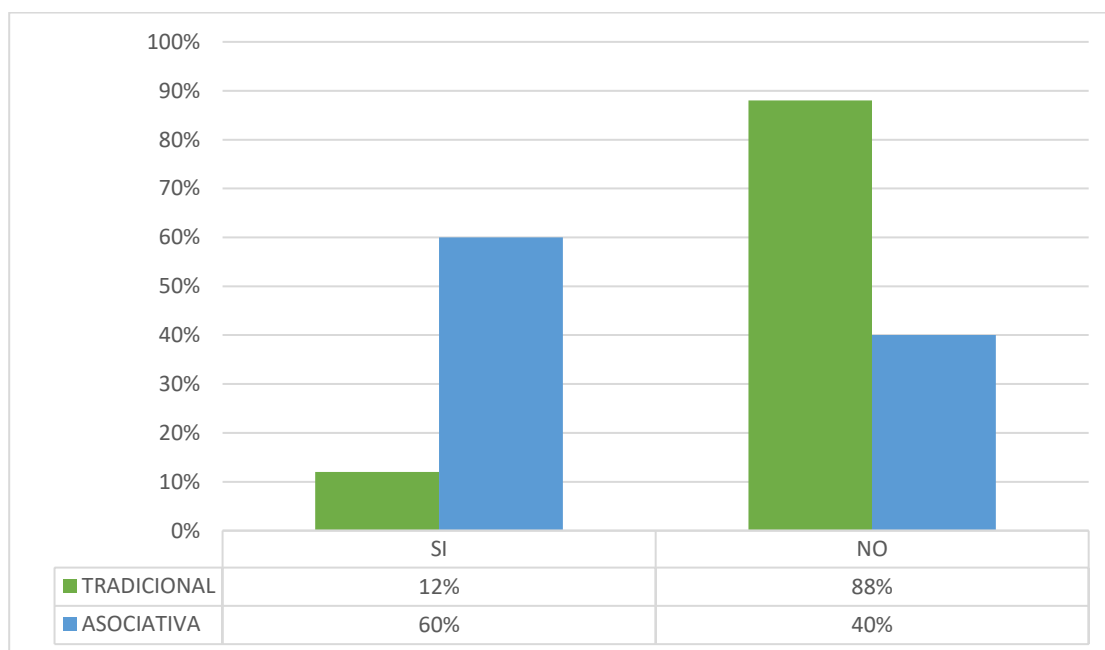
Tabla 117 Lleva un registro del control de la plantación

VARIABLE MODALIDAD	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	3	12%	22	88%	25	71%
ASOCIATIVA	6	60%	4	40%	10	29%
TOTAL	9	26%	26	74%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 70 Lleva un registro del control de la plantación



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 97

Tabla 118 Maquinaria que posee

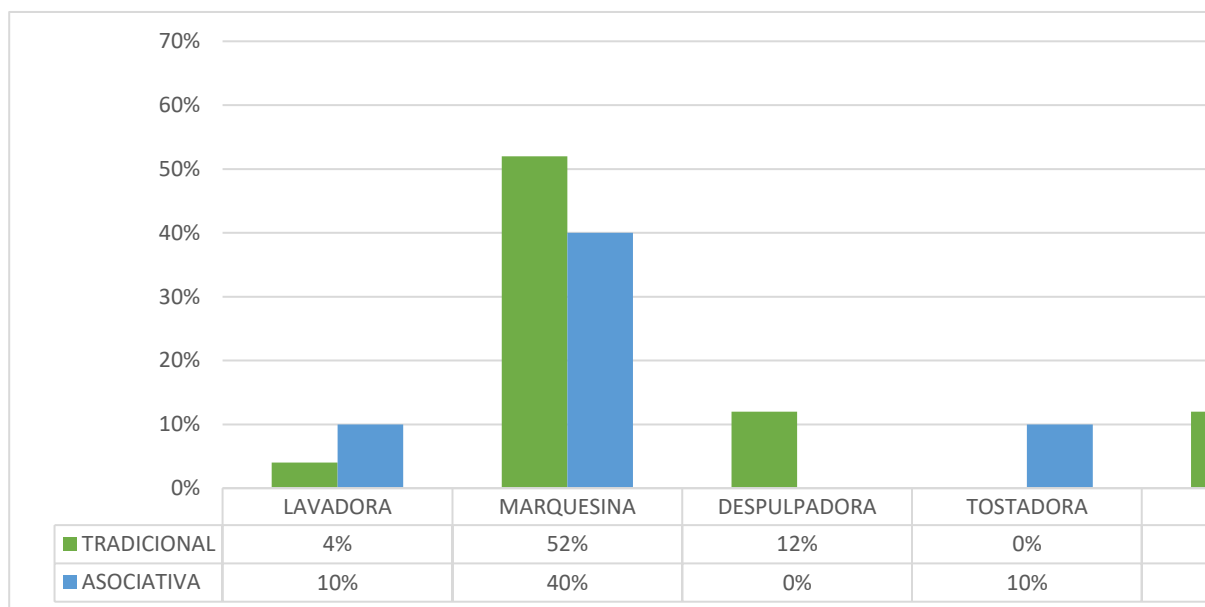
VARIABLE MODALIDA D	LAVADOR A		MARQUESI NA		DESPULPADO RA		TOSTADOR A		MOLINO		NINGUNO		NÚMERO DE ENCUESTAD OS
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
	TRADICION AL	1	4%	13	52%	3	12%	0	0%	3	12%	11	
ASOCIATIV A	1	10%	4	40%	0	0%	1	10%	2	20%	6	60%	10
TOTAL	2	6%	17	49%	3	9%	1	3%	5	14%	17	49%	35

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Al ser una pregunta de opción múltiple el número de respuestas no es igual al número de encuestados, por lo que los porcentajes no van a sumar 100%

Gráfico 71 Maquinaria que posee



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 98

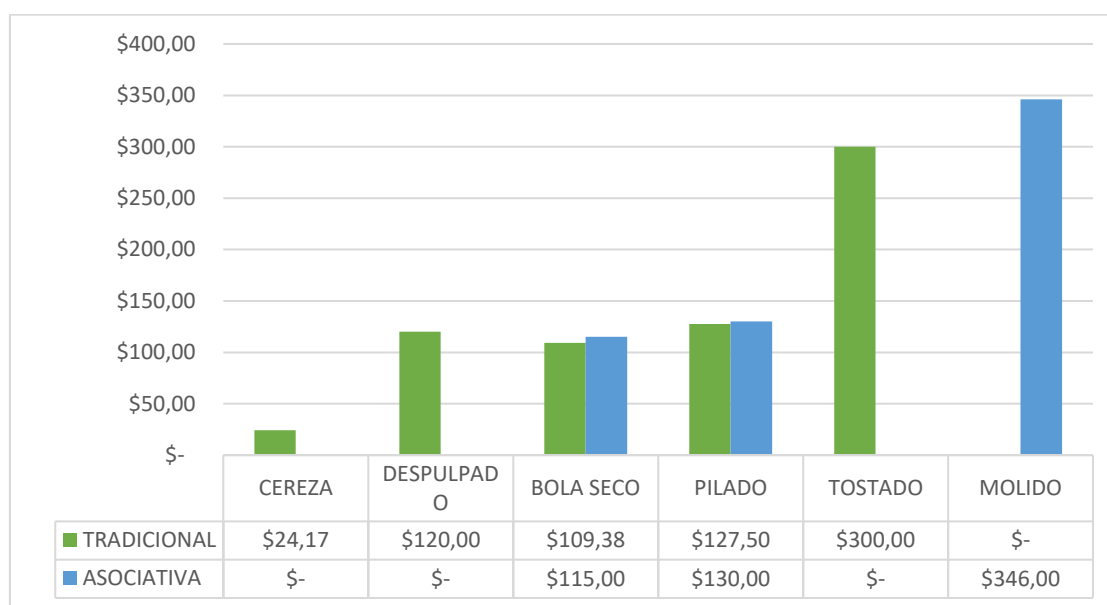
Tabla 119 Precio promedio del quintal de café

VARIABLE MODALIDAD	CEREZA	DESPULPADO	BOLA SECO	PILADO	TOSTADO	MOLIDO
TRADICIONAL	\$ 24,17	\$ 120,00	\$ 109,38	\$ 127,50	\$ 300,00	\$ -
ASOCIATIVA	\$ -	\$ -	\$ 115,00	\$ 130,00	\$ -	\$ 346,00
TOTAL	\$ 24,17	\$ 120,00	\$ 224,38	\$ 257,50	\$ 300,00	\$ 346,00

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 72 Precio promedio del quintal de café



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 99

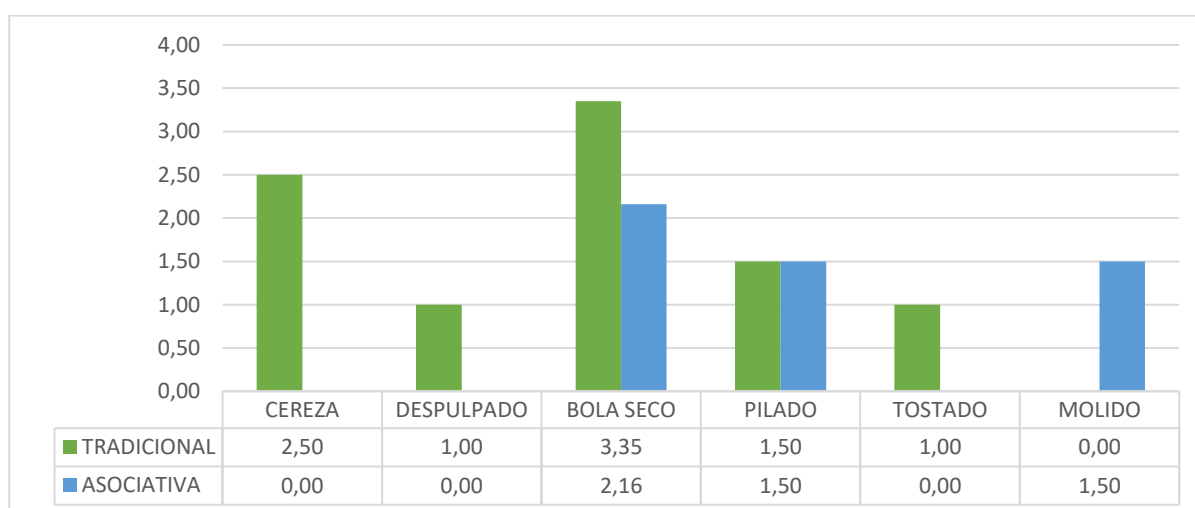
Tabla 120 Producción promedio en quintales de café

VARIABLE	BOLA					
MODALIDAD	CEREZA	DESPULPADO	SECO	PILADO	TOSTADO	MOLIDO
TRADICIONAL	2,50	1,00	3,35	1,50	1,00	0,00
ASOCIATIVA	0,00	0,00	2,16	1,50	0,00	1,50
TOTAL	\$ 2,50	\$ 1,00	\$ 5,51	\$ 3,00	\$ 1,00	\$ 1,50

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 73 Producción promedio en quintales de café



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 100

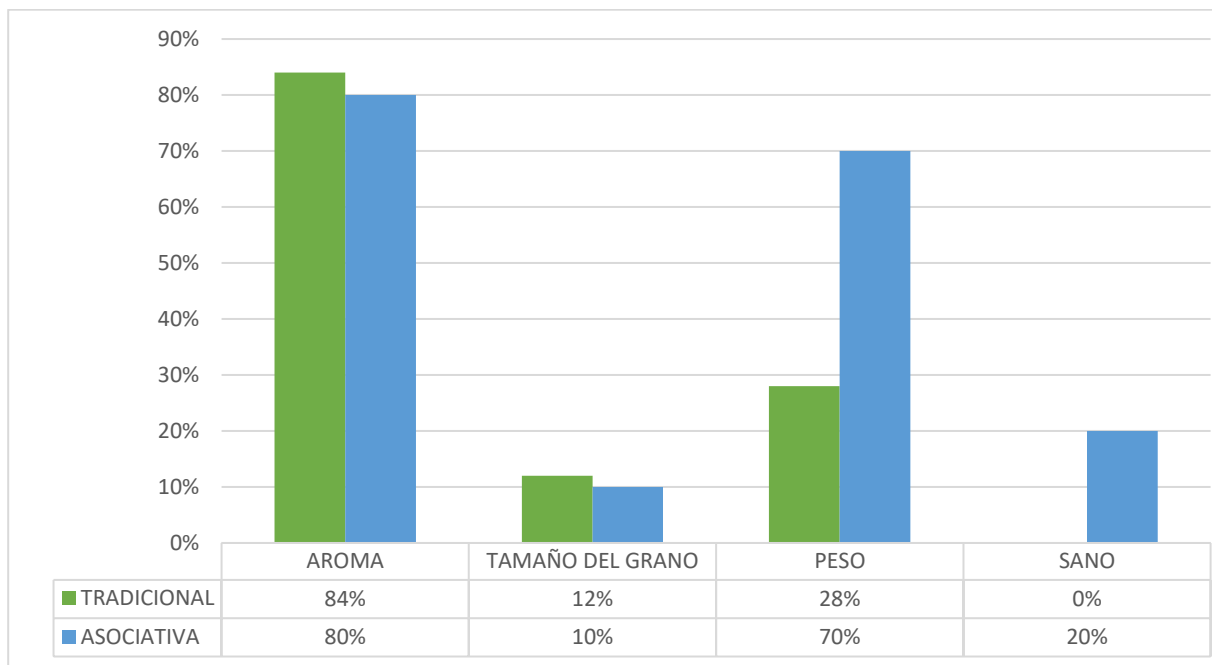
Tabla 121 *Bajo que exigencias vende su producto*

VARIABLE MODALIDAD	AROMA	TAMAÑO DEL GRANO	PESO	SANO
TRADICIONAL	84%	12%	28%	0%
ASOCIATIVA	80%	10%	70%	20%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 74 *Bajo que exigencias vende su producto*



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 101

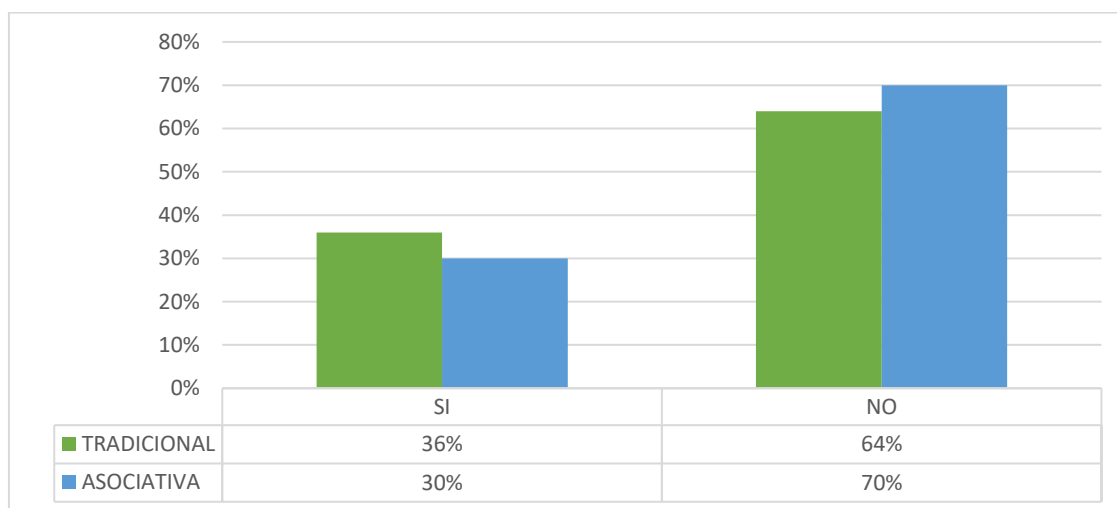
Tabla 122 Recibe ayuda de otras instituciones

VARIABLE MODALIDAD	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
TRADICIONAL	9	36%	16	64%	25	71%
ASOCIATIVA	3	30%	7	70%	10	29%
TOTAL	12	34%	23	66%	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 75 Recibe ayuda de otras instituciones



Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

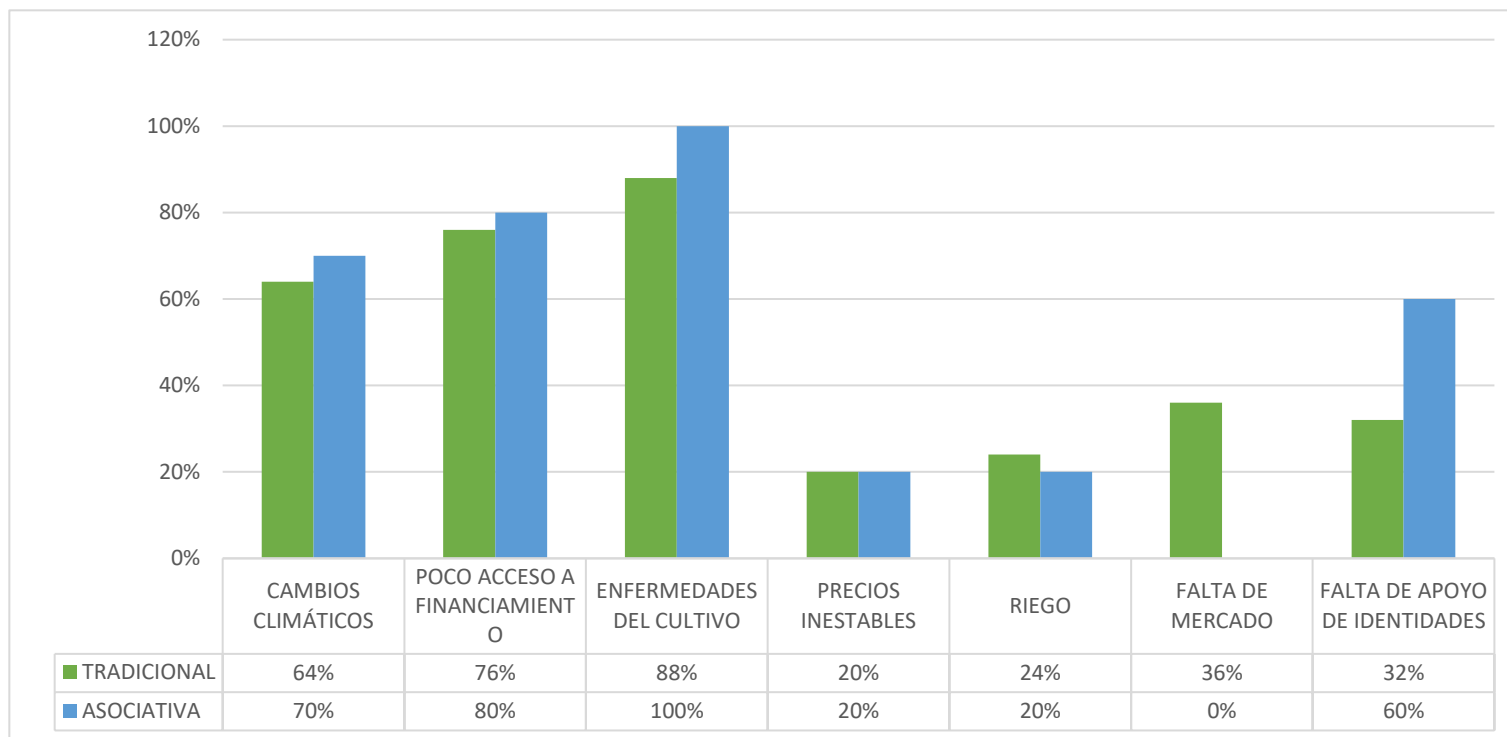
Anexo 102

Tabla 123 Problemas como caficultor

VARIABLE MODALIDAD	CAMBIOS CLIMÁTICOS		POCO ACCESO A FINANCIAMIENTO		ENFERMEDADES DEL CULTIVO		PRECIOS INESTABLES		RIEGO		FALTA DE MERCADO		FALTA DE APOYO DE IDENTIDADES		NÚMERO DE ENCUESTADOS
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
TRADICIONAL	16	64%	19	76%	22	88%	5	20%	6	24%	9	36%	8	32%	25
ASOCIATIVA	7	70%	8	80%	10	100%	2	20%	2	20%	0	0%	6	60%	10
TOTAL	23	66%	27	77%	32	91%	7	20%	8	23%	9	26%	14	40%	35

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Gráfico 76 *Problemas como caficultor*

Fuente: Encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo de proveedores del cantón Celica.

Anexo 103

Tabla 124 *Tipo de proveedor.*

SEMILLAS		PRODUCTOS AGROPECUARIOS		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	33%	2	67%	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los proveedores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 104

Tabla 125 *Origen del producto.*

NACIONAL		INTERNACIONAL		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
3	100%	0	0%	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los proveedores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 105

Tabla 126 *Necesita permisos para funcionar.*

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	67%	1	33%	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los proveedores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Anexo 106

Tabla 127 *Local*

PROPIO		ARRENDADO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
3	100%	0	0%	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los proveedores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

*Anexo 107***Tabla 128** *Garantía*

ASISTENCIA TÉCNICA		CAPACITACIONES		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	67%	1	33%	3	67%

Fuente: Encuesta aplicada a los proveedores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

*Anexos de acopiadores del cantón Celica.**Anexo 108***Tabla 129** *Estado del café*

CEREZA		BOLA SECA		PILADO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los acopiadores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

*Anexo 109***Tabla 130** *Forma de trabajo*

INDEPENDIENTE		FAMILIAR		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a acopiadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Al ser una pregunta de opción múltiple el número de respuestas no es igual al número de encuestados por lo que los porcentajes no van a sumar 100%

*Anexo 110***Tabla 131** *Estado del café*

MERCADO NACIONAL		MERCADO INTERNACIONAL		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los acopiadores del cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

*Anexo 111***Tabla 132** *Principales dificultades como acopiador*

PRECIOS INESTABLES		COMPETENCIA		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: encuesta aplicada a los acopiadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

*Anexo 112***Tabla 133** *Tipo de acuerdo.*

FORMAL		ESPORÁDICO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: encuesta aplicada a los acopiadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

*Anexo 113***Tabla 134** *Listado de acopiadores*

NOMBRE DEL ACOPIADOR	LUGAR DE ACOPIO
CARLOS HONORATO BUSTAMANTE RAMÓN	Celica (Calle 10 de agosto y Loja)
VICTOR HUGO JARAMILLO	Alamor (Vía a la costa y Av el Oro)

Fuente: encuestas y entrevistas a los acopiadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexos de transformadores del cantón Celica.

Anexo 114

Tabla 135 *Compra de materia prima*

PRODUCTORES INDEPENDIENTES		ACOPIADORES ASOCIADOS		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a los transformadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 115

Tabla 136 *Maquinaria que disponen.*

LAVADOR		MARQUESI		DESPULPADO		TOSTADO		MOLINO INDUSTRIAL		BALANZ		PILADOR		TOTAL	
A	NA	RA	R	AL	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %	F %
2	100%	1	50%	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a los transformadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 116

Tabla 137 *Forma de contabilidad.*

CONTADOR		EMPÍRICA		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a los transformadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

*Anexo 117***Tabla 138** Exigencias de calidad con los proveedores

AROMA DEL CAFÉ		COLOR DEL TOSTADO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a los transformadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

*Anexo 118***Tabla 139** Dificultades que presenta

BAJA CALIDAD DEL GRANO		IMPUESTOS		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a los transformadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

*Anexo 119***Tabla 140** Listado de transformadores en Celica

NOMBRE DEL TRANSFORMADOR	LUGAR DE ACOPIO	NOMBRE DE LA MARCA
CARLOS HONORATO BUSTAMANTE RAMÓN	Celica (Calle 10 de agosto y Loja)	CAFÉ CELICA
VICTOR HUGO JARAMILLO	Alamor (Vía a la costa y Av el Oro)	CAFÉ DE ALTURA ARÁBICA “EL ARTESANO”

Fuente: encuestas y entrevistas a acopiadores

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexos de comercializadores del cantón Celica.

Anexo 120

Tabla 141 *Tipo de venta*

AL POR MAYOR		AL POR MENOR		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a los comercializadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 121

Tabla 142 *Precio promedio*

CAFÉ CELICA			CAFÉ PÓZUL	
	TIPO DE CAFÉ	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
Café especial "Café Celica"	Café tueste claro	\$7,00	CAFÉ	\$2,50
	Café tueste oscuro	\$7,00	PÓZUL	\$3,00
	Café tueste medio	\$7,00	1lb	

Fuente: encuestas y entrevistas a los comercializadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 122

Tabla 143 *Exigencias de calidad.*

AROMA		COLOR DEL TOSTADO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a los comercializadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

*Anexo 123***Tabla 144** *Para facilitar sus actividades cuentan con.*

RUC		RISE		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: encuestas y entrevistas a los comercializadores del cantón Celica.

Elaboración: Luz Mireya Jiménez.

Anexo 125

Entrevista Presidente de Asociación Comuna Unión Núcleo Cafetalero de Pózul.

Presidente de la asociación: Nestor Rosalino Maza Chamba-Juana Maza.

Nombre de la asociación: Comuna Unión Núcleo Cafetalero de la Parroquia de Pózul.

Teléfono: 0981720756

Ubicación: Pózul.

Fecha de creación: 2015

¿Con cuántos socios iniciaron? Se inició con 30 socios.

¿Cuántos socios tiene ahora? 10 socios actualmente

¿Por cuánto está en la presidencia? 2 años en la presidencia

¿Tiene estatutos? Si, los mismos que son acatados por todos los miembros de la asociación.

¿Cuánto tiempo dura la presidencia? Dependiendo, por lo general dura 2 años.

¿Objetivos que tiene la asociación? Producir café y distribuirlo a toda la provincia de Loja.

¿Se han cumplido? No se han cumplido por falta de recursos económicos, las instituciones financieras ponen muchas trabas para otorgar créditos.

¿Qué objetivos han sido difíciles de lograr? Sacar fuentes de trabajo para los habitantes de la parroquia.

¿Quiénes conforman la junta directiva? Presidente, vicepresidente, tesorero.

¿Cada cuánto se reúnen? Nos reuníamos cada mes o 3 meses, en la actualidad no se han reunido por la pandemia.

¿Cómo se toman las decisiones? Todos tomamos una decisión en beneficio de la asociación, lo hacemos por medio de votación, en cuanto a cambiar la etiqueta todos damos puntos de vista diferente y elegimos la que mayor voto tenga.

¿Qué tipo de asesores le orientan? Tuvimos una contadora, pero tuvimos desconfianza en vista de que no nos daba buenos resultados, también tuvimos una administradora, pero hizo dañar el café.

¿Cada que tiempo realizan las asambleas? Cada mes

¿Qué beneficios han obtenido? Actualmente las ventas han bajado, nos falta expandirnos más.

¿Cuáles son los requisitos para formar parte de la organización? Para empezar, abonar 300 dólares y 2 quintales de café.

¿Cuáles son las causas por las que se retiran los socios de la asociación?

Presentan la renuncia en vista de que no quieren aportar con dinero.

¿Qué problemas tienen los caficultores? Existe un desconocimiento en cuanto a enfrentar las plagas y enfermedades, en algunos sectores tenemos problemas de riego.

¿Qué tipo de actores tienen sus manos la solución de problemas? Todos colaboran.

¿Qué tipo de financiamiento tienen para sus actividades? Todos los socios aportan una cierta cantidad de dinero para producir.

¿De qué organizaciones recibe apoyo? Anteriormente una empresa española hizo la planta de café. Aportó con 100.000 dólares junto con el municipio, hace 6 años, ellos se retiraron en el periodo de Rafael Correa. Actualmente hemos tenido el apoyo del MAG

¿Tienen una marca? Si, se llama café Pozul.

¿La marca está registrada? Si está registrada

¿La marca está patentada? Si está patentada

¿Tiene registro sanitario? Si tenemos registro sanitario

¿Se organizan ferias- exposiciones? Si, cada vez que hay fiestas o los invitan a otras ciudades.

¿Capacitan a sus asociados? Si en temas de siembra, como tostar, como prender las máquinas.

¿Cada que tiempo? Cada semana

¿Las ventas son regulares? De vez en cuando

¿Cuentan con algún tipo de certificación? Por el momento no tenemos, esperamos en un futuro lograr mejores cosas para la asociación.

¿Quiénes son sus principales compradores? Celica, planta de Pozul, cantón Loja.

¿Qué tipos de maquinaria utilizan? Contamos con despulpadora, tostadora y envasadora.

¿Han determinado los costos de Producción y Operación? Si, se determinan para poder obtener los costos de producción.

¿Llevan contabilidad? Si llevamos contabilidad, y también se hace el resumen anualmente.

¿Cómo establecen los precios? Los precios los establecemos de acuerdo a los costos de producción y operación, pero sobre todo en base a la competencia.

Anexos fotográficos

Fotografías de la recolección de información.

- **Fotografía con Carlos Honorato Bustamante, gerente de Café Celica.**

Ilustración 16 *Gerente de Café Celica.*



Fuente: encuesta y entrevista aplicada en el cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Ilustración 17 *Muestras de todas las variedades para llevarlas a laboratorio.*



Fuente: encuesta y entrevista aplicada en el cantón Celica.

Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

- **Fotografía con Javier Astudillo, gerente de Café Don Matías.**

Ilustración 18 Gerente de Café Don Matías.



Fuente: encuesta y entrevista aplicada en el cantón Alamor.
Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Ilustración 19 Área de almacenamiento de Café Don Matías.



Fuente: encuesta y entrevista aplicada en el cantón Alamor.
Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

- **Fotografía con Victor Hugo Jaramilo, gerente de Café “El Artesano”**

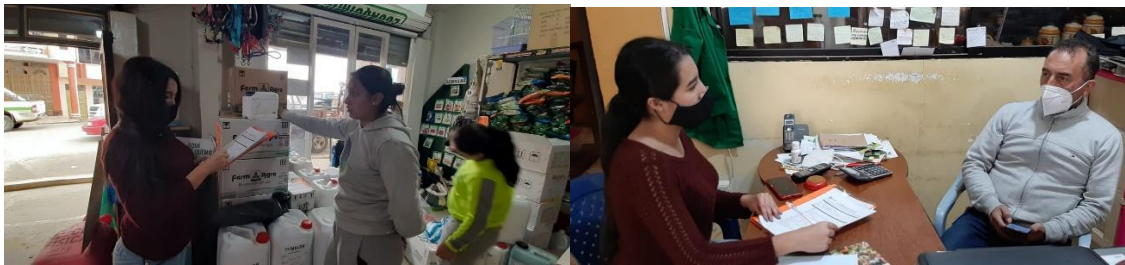
Ilustración 20 Gerente de Café “El Artesano”



Fuente: encuesta y entrevista aplicada en el cantón Alamor.
Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

- **Fotografía con los proveedores de insumos agrícolas.**

Ilustración 21 Proveedores de insumos agrícolas.



Fuente: encuesta y entrevista aplicada en los cantones Pindal y Celica.
Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

- **Fotografías con los productores de café en Pindal y Celica.**

Ilustración 22 Productores del cantón Pindal.



Fuente: encuesta aplicada a los productores del cantón Pindal.
Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Ilustración 23 Productores del cantón Celica



Fuente: encuesta aplicada a los productores del cantón Celica.
Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

Ilustración 24 Presentaciones para la venta del café.



Fuente: encuesta aplicada en los cantones Pindal y Celica
Elaborado por: Luz Mireya Jiménez Soto

ÍNDICE.

	1
1.	TÍTULO	7
2.	RESUMEN	8
3.	INTRODUCCIÓN	10
4.	MARCO TEÓRICO	12
4.1	Marco referencial	12
4.1.1	Aspectos generales del cantón Pindal y Celica	12
	<i>4.1.1.1 Datos del cantón Pindal.</i>	12
	<i>4.1.1.2 Datos del cantón Celica.</i>	15
4.1.2	Antecedentes nacionales e internacionales de la cadena de valor del café	16
	<i>4.1.2.1 Análisis de la cadena productiva del café (Coffea arábica) en el Distrito de Bambamarca, Perú.</i>	17
	<i>4.1.2.2 Cadena de valor de café de Guatemala</i>	20
	<i>4.1.2.3 Análisis de la cadena de valor de café en Honduras</i>	23
	<i>4.1.2.4 Análisis de la cadena de valor de café (coffea arábica) en el área de desarrollo territorial PUKARA, provincia del Azuay.</i>	26
	<i>4.1.2.5 Diagnóstico y análisis de la cadena de valor del café ecuatoriano durante el periodo:2010-2015.</i>	28
4.2	Marco teórico	30

4.2.1	El café	30
4.2.1.1	<i>Origen e Historia</i>	30
4.2.1.2	<i>El café en Ecuador</i>	31
4.2.1.3	<i>Especies y variedades del café.</i>	32
4.2.1.4	<i>Fases fenológicas del cultivo de café</i>	35
4.2.1.5	<i>Proceso productivo del café</i>	36
4.2.2	Cadena de valor	39
4.2.2.1	<i>Elementos de la cadena de valor</i>	40
4.2.2.2	<i>Marco de las cadenas de valor Alimentarios de la FAO</i>	43
4.2.2.3	<i>Ciclo de desarrollo de la cadena de Valor.</i>	45
4.2.2.4	<i>Mapeo de la cadena de Valor.</i>	46
4.2.2.5	<i>Actores involucrados en la cadena de valor.</i>	48
4.2.2.6	<i>Análisis de una cadena de valor</i>	49
4.2.3	Metodología ValueLinks.....	50
4.2.4	Modalidades de organización en los productores de café.....	51
4.2.4.1	<i>Modalidad tradicional</i>	51
4.2.4.2	<i>Modalidad asociativa</i>	52
4.3	Marco conceptual.....	56
5.	Metodología.....	59
6.	Resultados.....	64

7.	Discusión	114
8.	Conclusiones	119
9.	Recomendaciones	121
10.	Bibliografía	123
11.	Anexos	131

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1 <i>Pasos para construir un mapa de cadena de valor.</i> _____	47
Tabla 2 <i>Comparación entre relaciones del negocio y cadena de valor</i> _____	54
Tabla 3 <i>Actores encuestados de los cantones Pindal y Celica.</i> _____	61
Tabla 4 <i>Simbología del manual ValueLinks para mapeo de la Cadena de Valor.</i> _____	62
Tabla 5 <i>Actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Pindal.</i> _____	65
Tabla 6 <i>Actores directos e indirectos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Celica.</i> _____	67
Tabla 7 <i>Funciones de la cadena de valor bajo la modalidad tradicional del cantón Pindal y Celica.</i>	68
Tabla 8 <i>Actores de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa del cantón Celica</i> _____	69
Tabla 9 <i>Funciones de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa del cantón Celica</i> _____	70
Tabla 10 <i>Caracterización de los proveedores bajo la modalidad tradicional de los cantones Pindal y Celica.</i> _____	71
Tabla 11 <i>Caracterización de los productores bajo la modalidad tradicional del cantón Pindal.</i> ____	73
Tabla 12 <i>Caracterización de los productores bajo la modalidad tradicional del cantón Celica.</i> ____	75
Tabla 13 <i>Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad tradicional de los cantones Pindal y Celica.</i> _____	81
Tabla 14 <i>Caracterización de los transformadores bajo la modalidad tradicional de los cantones Pindal y Celica.</i> _____	83
Tabla 15 <i>Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad tradicional de los cantones Pindal y Celica.</i> _____	85
Tabla 16 <i>Datos generales de la asociación</i> _____	88

Tabla 17 Caracterización de los proveedores bajo la modalidad asociativa del cantón Celica. _____	89
Tabla 18 Caracterización de los productores bajo la modalidad asociativa. _____	90
Tabla 19 Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad asociativa. _____	92
Tabla 20 Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad asociativa. _____	93
Tabla 21 Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad asociativa. _____	94
Tabla 22 Mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional _____	100
Tabla 23 Mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa. _____	101
Tabla 24 Comparación de los proveedores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y modalidad asociativa en el cantón Celica. _____	102
Tabla 25 Comparación de los productores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y modalidad asociativa del cantón Celica. _____	104
Tabla 26 Comparación de los acopiadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y modalidad asociativa del cantón Celica. _____	108
Tabla 27 Comparación de los transformadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y modalidad asociativa del cantón Celica. _____	110
Tabla 28 Comparación de los comercializadores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y modalidad asociativa en el cantón Celica. _____	111
Tabla 29 Modalidad de trabajo en general _____	162
Tabla 30 Género de los productores tradicionales _____	163
Tabla 31 Estado civil de los productores tradicionales _____	164
Tabla 32 Nivel de educación de los productores tradicionales _____	165
Tabla 33 Edad de los productores tradicionales. _____	166
Tabla 34 Años como caficultor _____	167

<i>Tabla 35 Disponibilidad de seguro</i>	168
<i>Tabla 36 Tipo de seguro que posee.</i>	169
<i>Tabla 37 Tipo de tenencia del terreno de cultivo.</i>	170
<i>Tabla 38 Promedio en Ha. de cultivo de café y Ha. de terreno.</i>	171
<i>Tabla 39 Número de plántulas sembradas por hectárea</i>	172
<i>Tabla 40 Cultivo que se produce en mayor porcentaje</i>	173
<i>Tabla 41 Servicio básicos</i>	174
<i>Tabla 42 Monto promedio de inversión</i>	175
<i>Tabla 43 Tipo de financiamiento.</i>	175
<i>Tabla 44 Capacitaciones recibidas</i>	176
<i>Tabla 45 Tema de capacitaciones.</i>	177
<i>Tabla 46 Origen de materia prima</i>	178
<i>Tabla 47 Tipo de materia prima</i>	179
<i>Tabla 48 Subvariedad arábica</i>	180
<i>Tabla 49 Precio promedio de semilla de café por kg.</i>	181
<i>Tabla 50 Insumos agrícolas utilizados.</i>	182
<i>Tabla 51 Edad de las plantaciones de café.</i>	183
<i>Tabla 52 Renovación de los cafetales</i>	184
<i>Tabla 53 Rendimiento en quintales por hectárea.</i>	185
<i>Tabla 54 Condiciones del cultivo.</i>	186
<i>Tabla 55 Cuentan con trabajadores</i>	187
<i>Tabla 56 Cuentan con trabajadores</i>	188
<i>Tabla 57 Beneficios que ofrecen a los trabajadores</i>	189

Tabla 58 Control sanitario _____	190
Tabla 59 Maquinaria utilizada por los productores _____	191
Tabla 60 Estado en que venden el café _____	192
Tabla 61 Exigencias de calidad para comercializar el café _____	193
Tabla 62 Precio promedio del quintal de café _____	194
Tabla 63 Recibe ayuda de otras instituciones _____	195
Tabla 64 Cuentan con marca propia _____	196
Tabla 65 Listado de productores del cantón Pindal _____	197
Tabla 66 Tipo de proveedor. _____	197
Tabla 67 Origen del producto. _____	198
Tabla 68 Necesita permiso para funcionar _____	198
Tabla 69 Local _____	198
Tabla 70 Garantía que ofrece _____	198
Tabla 71 Estado que acopia el café _____	199
Tabla 72 Procesa el café _____	199
Tabla 73 Precio de compra quintal _____	199
Tabla 74 Tipo de acuerdo. _____	199
Tabla 75 Información de los transformadores en Alamor. _____	200
Tabla 76 Compra materia prima. _____	200
Tabla 77 Registro de contabilidad _____	200
Tabla 78 Maquinaria _____	201
Tabla 79 Tipo de venta. _____	201
Tabla 80 Precio promedio _____	201

<i>Tabla 81 Exigencias del comprador.</i>	202
<i>Tabla 82 Para facilitar sus actividades cuentan con:</i>	202
<i>Tabla 83 Modalidad de trabajo según la Parroquia</i>	203
<i>Tabla 84 Modalidad de trabajo en general</i>	204
<i>Tabla 85 Género del caficultor</i>	205
<i>Tabla 86 Estado civil</i>	206
<i>Tabla 87 Nivel de educación</i>	207
<i>Tabla 88 Edad</i>	208
<i>Tabla 89 Años como caficultor</i>	209
<i>Tabla 90 Seguro</i>	210
<i>Tabla 91 Tipo de seguro</i>	211
<i>Tabla 92 Tipo de propiedad</i>	212
<i>Tabla 93 Promedio en Ha. de cultivo de café y Ha. de terreno.</i>	213
<i>Tabla 94 Número de plantas por hectáreas</i>	214
<i>Tabla 95 Cultivo que produce en mayor porcentaje</i>	215
<i>Tabla 96 Servicios básicos de la finca</i>	216
<i>Tabla 97 Monto promedio de inversión anual</i>	217
<i>Tabla 98 Financiamiento de la inversión</i>	218
<i>Tabla 99 Capacitación recibida por alguna institución</i>	219
<i>Tabla 100 Organización capacitadora</i>	220
<i>Tabla 101 Tema de capacitación</i>	221
<i>Tabla 102 Tipo de materia prima</i>	222
<i>Tabla 103 Subvariedad arábica</i>	223

<i>Tabla 104 Precio promedio de semilla por Kg</i>	225
<i>Tabla 105 Precio promedio de cada plántula</i>	227
<i>Tabla 106 Origen de materia prima</i>	228
<i>Tabla 107 Tipo de insumos utilizados en el cultivo</i>	229
<i>Tabla 108 Insumos utilizados</i>	230
<i>Tabla 109 Precio de insumos</i>	231
<i>Tabla 110 Edad de plantación</i>	232
<i>Tabla 111 Renovación de cultivo</i>	233
<i>Tabla 112 Rendimiento quintales por hectárea</i>	234
<i>Tabla 113 Condiciones de cultivo</i>	235
<i>Tabla 114 Trabajadores</i>	236
<i>Tabla 115 Beneficios de los trabajadores</i>	237
<i>Tabla 116 Tipo de control sanitario</i>	238
<i>Tabla 117 Lleva un registro del control de la plantación</i>	240
<i>Tabla 118 Maquinaria que posee</i>	241
<i>Tabla 119 Precio promedio del quintal de café</i>	242
<i>Tabla 120 Producción promedio en quintales de café</i>	243
<i>Tabla 121 Bajo que exigencias vende su producto</i>	244
<i>Tabla 122 Recibe ayuda de otras instituciones</i>	245
<i>Tabla 123 Problemas como caficultor</i>	246
<i>Tabla 124 Tipo de proveedor.</i>	248
<i>Tabla 125 Origen del producto.</i>	248
<i>Tabla 126 Necesita permisos para funcionar.</i>	248

	270
Tabla 127 Local _____	248
Tabla 128 Garantía _____	249
Tabla 129 Estado del café _____	249
Tabla 130 Forma de trabajo _____	249
Tabla 131 Estado del café _____	250
Tabla 132 Principales dificultades como acopiador _____	250
Tabla 133 Tipo de acuerdo. _____	250
Tabla 134 Listado de acopiadores _____	250
Tabla 135 Compra de materia prima _____	251
Tabla 136 Maquinaria que disponen. _____	251
Tabla 137 Forma de contabilidad. _____	251
Tabla 138 Exigencias de calidad con los proveedores _____	252
Tabla 139 Dificultades que presenta _____	252
Tabla 140 Listado de transformadores en Celica _____	252
Tabla 141 Tipo de venta _____	253
Tabla 142 Precio promedio _____	253
Tabla 143 Exigencias de calidad. _____	253
Tabla 144 Para facilitar sus actividades cuentan con. _____	254

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Ubicación geográfica del cantón Pindal.....</i>	13
<i>Ilustración 2 Ubicación geográfica del cantón Celica.</i>	15
<i>Ilustración 3 La cadena productiva del café en el centro Poblado El Tuco, Bambamarca.</i>	18
<i>Ilustración 4 Diagrama de la cadena de valor del café de Guatemala.</i>	21
<i>Ilustración 5 Cadena de valor del café de Honduras.</i>	25
<i>Ilustración 6 Mapeo de la cadena de valor de Pukara, provincia del Azuay.</i>	27
<i>Ilustración 7 Cadena de valor del café ecuatoriano.....</i>	29
<i>Ilustración 8 Cadena de valor genérica.....</i>	40
<i>Ilustración 9 Cadena de valor de Porter</i>	42
<i>Ilustración 10 Marco de las cadenas de valor Alimentarios de la FAO</i>	44
<i>Ilustración 11 Actores directos e indirectos</i>	48
<i>Ilustración 12 Implementación de la metodología Value Links.....</i>	51
<i>Ilustración 13 Mapeo de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Pindal.....</i>	96
<i>Ilustración 14 Mapeo de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Celica.</i>	97
<i>Ilustración 15 Mapeo de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa del cantón Celica.</i>	98
<i>Ilustración 16 Gerente de Café Celica.....</i>	257
<i>Ilustración 17 Muestras de todas las variedades para llevarlas a laboratorio.....</i>	257
<i>Ilustración 18 Gerente de Café Don Matías.</i>	258
<i>Ilustración 19 Área de almacenamiento de Café Don Matias.</i>	258

<i>Ilustración 20</i> Gerente de Café “El Artesano”	259
<i>Ilustración 21</i> Proveedores de insumos agrícolas.	259
<i>Ilustración 22</i> Productores del cantón Pindal.	260
<i>Ilustración 23</i> Productores del cantón Celica	260
<i>Ilustración 24</i> Presentaciones para la venta del café.	260

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Modalidad de trabajo en general.....	162
Gráfico 2 Género.....	163
Gráfico 3 Estado civil de los productores tradicionales.....	164
Gráfico 4 Nivel de educación de los productores tradicionales.....	165
Gráfico 5 Edad de los productores tradicionales.....	166
Gráfico 6 Años como caficultor.....	167
Gráfico 7 Disponibilidad de seguro.....	168
Gráfico 8 Tipo de seguro que posee.....	169
Gráfico 9 Tipo de tenencia del terreno de cultivo.....	170
Gráfico 10 Promedio en Ha. de cultivo de café y Ha. de terreno.....	171
Gráfico 11 Número de plántulas sembradas por hectárea.....	172
Gráfico 12 Cultivo que se produce en mayor porcentaje.....	173
Gráfico 13 Servicio básicos.....	174
Gráfico 14 Tipo de financiamiento.....	175
Gráfico 15 Capacitaciones recibidas.....	176
Gráfico 16 Tema de capacitaciones.....	177
Gráfico 17 Origen de materia prima.....	178
Gráfico 18 Tipo de materia prima.....	179
Gráfico 19 Subvariedad arábica.....	180
Gráfico 20 Precio promedio de semilla de café por kg.....	181
Gráfico 21 Insumos agrícolas utilizados.....	182
Gráfico 22 Edad de las plantaciones de café.....	183

Gráfico 23 Renovación de los cafetales	184
Gráfico 24 Rendimiento en quintales por hectárea.....	185
Gráfico 25 Condiciones del cultivo.....	186
Gráfico 26 Cuentan con trabajadores.....	187
Gráfico 27 Cuentan con trabajadores.....	188
Gráfico 28 Beneficios que ofrecen a los trabajadores.....	189
Gráfico 29 Control sanitario.....	190
Gráfico 30 Maquinaria utilizada por los productores	191
Gráfico 31 Estado en que venden el café	192
Gráfico 32 Exigencias de calidad para comercializar el café	193
Gráfico 33 Precio promedio del quintal de café	194
Gráfico 34 Recibe ayuda de otras instituciones.....	195
Gráfico 35 Cuentan con marca propia.....	196
Gráfico 36 Modalidad de trabajo según la Parroquia.....	203
Gráfico 37 Modalidad de trabajo en general.....	204
Gráfico 38 Género del caficultor	205
Gráfico 39 Estado civil.....	206
Gráfico 40 Nivel de educación	207
Gráfico 41 Edad	208
Gráfico 42 Años como caficultor.....	209
Gráfico 43 Seguro.....	210
Gráfico 44 Tipo de seguro.....	211
Gráfico 45 Tipo de propiedad	212

Gráfico 46 Promedio en Ha. de cultivo de café y Ha. de terreno.....	213
Gráfico 47 Número de plantas por hectáreas	214
Gráfico 48 Cultivo que produce en mayor porcentaje	215
Gráfico 49 Servicios básicos de la finca	216
Gráfico 50 Monto promedio de inversión anual	217
Gráfico 51 Financiamiento de la inversión.....	218
Gráfico 52 Capacitación recibida por alguna institución	219
Gráfico 53 Organización capacitadora.....	220
Gráfico 54 Tema de capacitación.....	221
Gráfico 55 Tipo de materia prima.....	222
Gráfico 56 Subvariedad arábica	224
Gráfico 57 Precio promedio de semilla por Kg	226
Gráfico 58 Precio promedio de cada plántula	227
Gráfico 59 Origen de materia prima.....	228
Gráfico 60 Tipo de insumos utilizados en el cultivo.....	229
Gráfico 61 Insumos utilizados	230
Gráfico 62 Precio de insumos	231
Gráfico 63 Edad de plantación.....	232
Gráfico 64 Renovación de cultivo	233
Gráfico 65 Rendimiento quintales por hectárea	234
Gráfico 66 Condiciones de cultivo	235
Gráfico 67 Trabajadores	236
Gráfico 68 Beneficios de los trabajadores	237

Gráfico 69 Tipo de control sanitario.....	239
Gráfico 70 Lleva un registro del control de la plantación.....	240
Gráfico 71 Maquinaria que posee.....	241
Gráfico 72 Precio promedio del quintal de café	242
Gráfico 73 Producción promedio en quintales de café.....	243
Gráfico 74 Bajo que exigencias vende su producto	244
Gráfico 75 Recibe ayuda de otras instituciones.....	245
Gráfico 76 Problemas como caficultor	247