

The logo of the Universidad Nacional de Loja is a complex emblem. It features a central circular seal with a white dove holding an olive branch, a book, and a lamp. The seal is surrounded by a decorative border with the Latin motto "IN THESAURIS SAPIENTIAE GLORIFICATIO VITAE". Below the seal is a tall, fluted column. A hand is shown holding a quill pen, writing on a scroll that wraps around the column. The scroll contains the text "Educación sinónimo de Libertad". The entire emblem is set against a background of a large, faint circular seal with the same Latin motto.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA

CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“Caracterización de la cadena de valor del café
bajo la modalidad tradicional y asociativa en el
cantón Loja, provincia de Loja, periodo 2019-2020.”

Tesis previa a la obtención
del grado de Ingeniera en
Administración de
Empresas

AUTORA:

- Anarella Yumabel Rodríguez Chamba

DIRECTORA:

- Ing. Vanessa Burneo Celi

LOJA - ECUADOR
2020

Ing. Mg. Sc
Vanessa Burneo Celi
DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Que la presente tesis titulada: "Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Loja, provincia de Loja, periodo 2019-2020." desarrollada por la egresada Anarella Yumabell Rodríguez Chamba, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen la normativa pertinente para la graduación en la Universidad Nacional de Loja. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Loja, 17 de julio de 2020

VANESSA
BURNEO CELI

Firmado digitalmente
por VANESSA BURNEO
CELI
Fecha: 2020.07.17
10:17:39 -05'00'

.....

Mgs. Vanessa Burneo Celi
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo Anarella Yumabell Rodríguez Chamba, declaro ser 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.

AUTORA: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

CÉDULA 1150061024

FECHA Loja, 24 de agosto de 2020

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

Yo, Anarella Yumabell Rodríguez Chamba declaro ser autora de la tesis titulada: **“CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD TRADICIONAL Y ASOCIATIVA EN EL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA, PERIODO 2019-2020”**, como requisito para optar el grado de: INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos e investigación muestre la producción intelectual de la universidad a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 24 días del mes de agosto de 2020

AUTORA: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

CÉDULA 1150061024

DIRECCIÓN: Milton Patiño y Galileo Galilei

CORREO ELECTRÓNICO: yuma.bel_06@hotmail.com

CELULAR: 0969581919

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Ing. Vanessa Burneo Celi

TRIBUNAL DE GRADO

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

VOCAL DEL TRIBUNAL: Ing. Elizabeth Jiménez Salinas, Mg.

VOCAL DEL TRIBUNAL: Ing Jimena Benítez Chiriboga. Mg

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo lo dedico con todo el amor y respeto a Dios, quien con su infinita misericordia ha permitido que logre este objetivo tan anhelado de mi formación profesional.

A mis queridos padres Vicente y Clara, por ser el pilar fundamental en mi vida, el motor que necesitaba para impulsarme a cumplir mis sueños, quienes con su amor, sacrificio y apoyo incondicional hicieron posible que culmine con éxito mi carrera universitaria.

A mis hermanas Nicole y Anahy por siempre estar presentes en cada momento de mi vida y darme la mano cuando más lo necesitaba, cuando el camino se ponía difícil ustedes estaban ahí.

Así como a toda mi familia y amigos que con su comprensión y apoyo estuvieron en cada paso de este gran logro

A todos ustedes les gracias con todo mi corazón.

Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer primeramente a Dios por la vida y esa oportunidad que me ha dado para guardar grandes recuerdos en mi vida universitaria y convertirme en una profesional.

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, y a cada uno de los colaboradores que forma esta prestigiosa institución. A mi directora de tesis Ing. Vanessa Burneo Celi, Mg. Sc., por el tiempo brindado, la dedicación y más que toda esa ayuda incondicional para el desarrollo del presente trabajo de tesis.

Gracias a mis padres y hermanas por ser mi mayor inspiración y felicidad, por su apoyo, paciencia y más que todo por su cariño y comprensión, siendo el motor fundamental en mi vida.

Y de manera muy especial a todos los representantes y socios de APECAEL quienes tuvieron esa amable pre disposición de colaboración y ayuda para el desarrollo de mi trabajo investigativo.

A todos los proveedores, caficultores, acopiadores, transformadores y comercializadores que intervienen en la cadena de calor del café en el cantón Loja que con esa amabilidad y don de gente me abrieron las puertas de sus hogares

Infinitas gracias a todos y cada uno de ustedes que hicieron posible que hoy este aquí.

Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

a. Título

Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Loja, provincia de Loja, periodo 2019-2020.

b. Resumen

La presente investigación denominada “Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Loja” tiene el propósito de determinar las cadenas de valor del café y su funcionalidad. Se utilizó los siguientes métodos: descriptivo, permitió identificar cada eslabón perteneciente a la cadena, actividades y relaciones; método sintético, ayudó a condensar la información obtenida; método analítico, que permitió analizar la situación actual del sector cafetalero estudiado; y, método comparativo, para contrastar las cadenas de valor propuestas. Se hizo la recolección de información a través de encuestas y entrevistas. De la misma forma se empleó la muestra no probabilística por conveniencia y bola de nieve, esto debido a la poca accesibilidad que se tuvo con algunos actores de la cadena; permitiendo que un encuestado te conecte con otro. Dentro de la investigación se obtuvo los siguientes resultados: cadenas de valor con semejanzas estructurales a nivel general: provisión, producción, acopio, transformación, comercialización y consumo. Se evidenció tanto en la modalidad tradicional como asociativa que el productor es el actor que genera mayor valor agregado, puesto que los procesos de siembra, cuidado, cosecha y pos cosecha tiene impacto directo en la calidad del café, sin embargo este actor es el que más se encuentra a expensas de los demás y el que menos beneficios obtiene. El productor tradicional al no contar con asesoramiento técnico personalizado, ni capacitaciones metodológicas de cultivo, ni de generación de calidad, no logra obtener clientes fijos que paguen precios justos. Por otro lado el caficultor asociado ha logrado obtener grandes beneficios entre ellos clientes fijos, mejores precios por el café, pagos adelantados de hasta el 50% de la producción proyectada, asesoramiento técnico y capacitación. Se han identificado caficultores con niveles de educación bajos, y edades promedio sobre los 56 años lo que indica caficultores cada vez más veteranos y ausencia de jóvenes en los campos, causados principalmente por la migración a las ciudades.

Summary

The present investigation called "Characterization of the coffee value chain under the traditional and associative modality in the Loja canton" has the purpose of determining the coffee value chains and their functionality. The following methods were used: descriptive, it allowed to identify each link belonging to the chain, activities and relationships; synthetic method, helped to condense the information obtained; analytical method, which allowed to analyze the current situation of the coffee sector studied; and, comparative method, to contrast the proposed value chains. Information was collected through surveys and interviews. In the same way, the non-probabilistic sample was used for convenience and snowball, this due to the little accessibility that was had with some actors in the chain; allowing one respondent to connect you with another. Within the research, the following results were obtained: value chains with structural similarities at a general level: provision, production, storage, transformation, commercialization and consumption. It was evidenced both in the traditional and associative modalities that the producer is the actor that generates the greatest added value, since the sowing, care, harvest and post-harvest processes have a direct impact on the quality of the coffee, however this actor is the one that the more is at the expense of others and the less profit makes. The traditional producer, not having personalized technical advice, or methodological training for cultivation, or quality generation, is unable to obtain fixed customers who pay fair prices. On the other hand, the associated coffee grower has managed to obtain great benefits, including regular customers, better prices for coffee, advance payments of up to 50% of the projected production, technical advice and training. Coffee farmers have been identified with low levels of education, and average ages over 56 years, which indicates increasingly veteran coffee farmers and an absence of young people in the fields, mainly caused by migration to the cities.

c. Introducción

El café es uno de los productos más importantes a nivel mundial, no solo por su importante participación en el comercio internacional sino por la generación económica y laboral que este logra.

Es aquí en donde cobra importancia la presente investigación, que ha permitido identificar y describir no solo los actores que conforman la cadena de valor del café sino las actividades que desarrollan, como interactúan entre sí, y cuál es el aporte que le generan a esta cadena, lo que permitirá construir información confiable que genere debate y sea aprovechada en la toma de decisiones de cada uno de los actores de la cadena, más aun cuando en el cantón Loja es un número importante de familias que se ven envueltas en la producción del café.

El presente trabajo investigativo se encuentra estructurado de la siguiente manera:

El **título**, denominación del tema seleccionado; **resumen**, en castellano, y traducido al inglés, que hace referencia a una breve descripción del trabajo, basado en la metodología empleada, los resultados y conclusión general obtenida del trabajo de investigación; **introducción**, en donde se destaca la importancia del tema, y se detalla de manera general la estructura de toda la investigación; **revisión de literatura**, conformado por el marco teórico en el cual se detallan las teorías en las que se basa la investigación y el marco referencial en donde se presentan estudios previos y realidades en torno a la cadena de valor del café; también se exponen los **materiales y métodos**, empleados para el desarrollo de los objetivos planteados, se aplicó los métodos descriptivo, analítico, sintético y comparativo; **resultados**, en donde se identifica y detalla cada uno de los eslabones que conforman las cadenas de valor del café para, posteriormente mapear las cadenas tanto bajo la modalidad tradicional como asociativa y describir a sus actores; para finalmente compararlas, esto siempre guiado por los objetivos específicos planteados; **discusión**,

en donde se contrasta los resultados obtenidos con investigaciones previas y la realidad del sector; **conclusiones**, es una recapitulación de los resultados que se han obtenido en torno al tema de estudio, **recomendaciones**, identificadas como alternativas de solución propuestas; **bibliografía**, que detalla las fuentes de las cuales se ha obtenido la información para la estructura de la revisión de literatura y finalmente los **anexos**, que son los materiales y evidencias que se incluye al final del trabajo.

d. Revisión de literatura

1. Marco referencial

1.1. El café a nivel mundial.

Akaki y Huacuja (2006) afirman que el café es uno de los productos que despierta mayor interés como tema de estudio cuando se habla de las cadenas globales de mercancías, pues además de ser el producto agrícola más relevante en el comercio internacional, vincula de manera directa dos tipos muy diferentes de países: los productores, países subdesarrollados en América Latina, Asia y África, y los consumidores, países desarrollados en América del Norte, Europa y Japón. En éstos, la forma y el significado del consumo del grano se han transformado de forma importante en los últimos años, ya sea por razones de salud, por la existencia o no de relaciones equitativas entre los agentes que intervienen en la cadena, por los efectos del cultivo en el medio ambiente, o simplemente por cambios en la moda. (pág. 70)

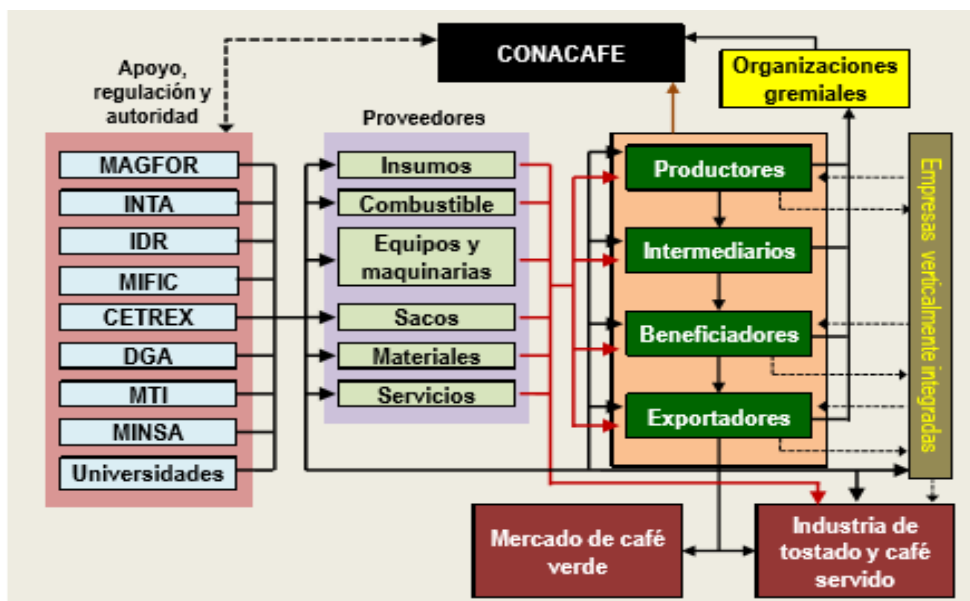
Según Rizzuto y Rosales (2014) el precio mundial del café se establece de acuerdo con las condiciones de oferta y demanda del rubro en el mercado mundial; al igual que otros productos básicos se caracteriza por su volatilidad. Dado que existen diversos tipos de café, la Organización Internacional de Café (OIC) estableció en el año 1965 un sistema de precios para reflejar el precio general o compuesto de los distintos tipos de café. (págs. 295,300)

La Organización Internacional del Café (2019) calcula que la producción mundial en el año cafetero 2018/19 fue de 168,87 millones de sacos, 3,7% más alta que la del año anterior, en donde la producción Arábica llegó a 102,68 millones de sacos y la Robusta a 66,04 millones. Casi la mitad del café de todo el mundo se produjo en Sudamérica, donde se calcula que la producción

fue de 80,95 millones de sacos. Cabe destacar que la producción de café en 2018/19 superó al consumo mundial en 4,05 millones de sacos, lo que representa el segundo año de excedente, lo que contribuyó a los bajos precios de este año cafetero, en el que el promedio del precio indicativo compuesto fue de 100,47 centavos en 2018/19 y en el 2017/18 fue de 111,51 centavos por libra (págs. 3,5).

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO] (2012) desarrolló un análisis de la cadena de valor del café en Nicaragua con un enfoque en la seguridad alimentaria y nutricional, en donde pudo identificar una combinación de enfoques estratégicos basados en el mercado que fueran eficaces en la promoción del crecimiento y desarrollo de la cadena, para el incremento de los ingresos y la seguridad alimentaria de los más pobres y los pequeños productores (pág. 41). A continuación, se presenta los eslabones constituyentes de la cadena de café de Nicaragua.

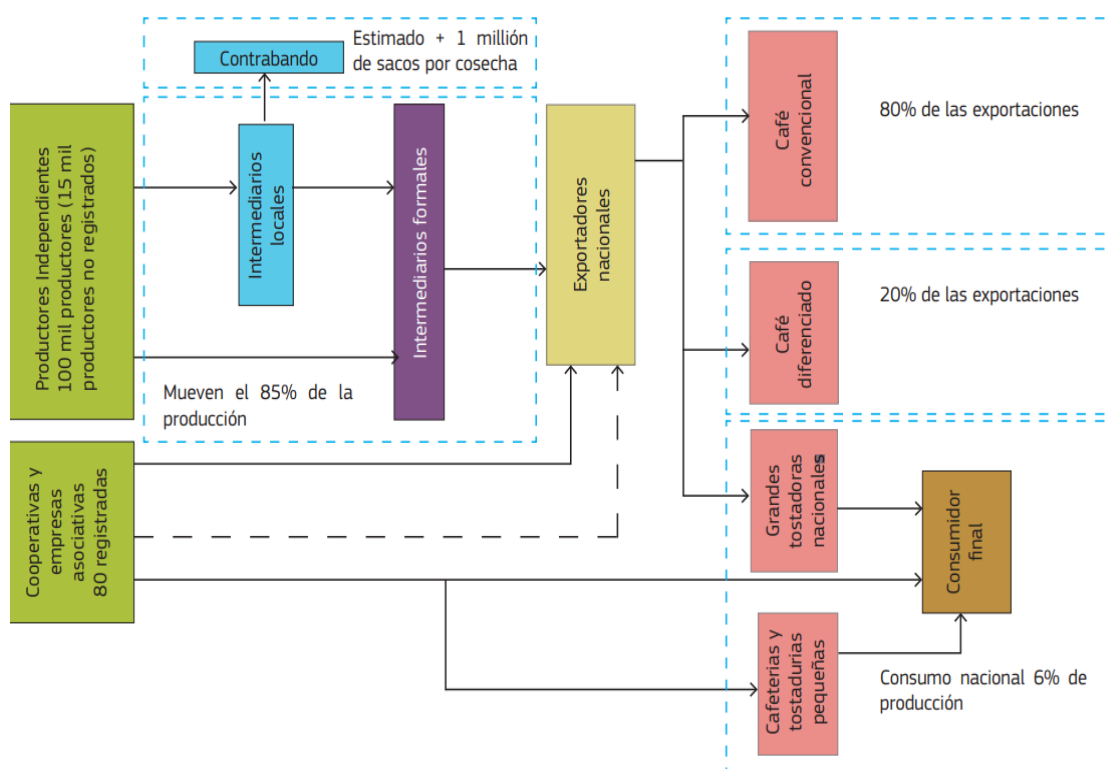
Figura 1 Mapeo del Sector Cafetalero de Nicaragua, Destacando La Cadena de Valor En su Contexto Institucional y Empresarial más Amplio.



Fuente y elaborado por: “Análisis de Cadena de Valor del Café con enfoque de Seguridad Alimentaria y Nutricional” propuesta por FAO (2012, pág. 41).

El sector cafetalero en Honduras ha presentado un marcado dinamismo durante la última década, gracias a un apoyo decisivo para la renovación de fincas después de la crisis de la roya y facilitado por precios internacionales favorables. Honduras es el primer productor y exportador Centroamericano de café con una producción estimada de 9,3 millones de quintales oro en 2017 (1 quintal oro = 46kg). Actualmente ocupa el sexto lugar en las exportaciones mundiales. Sin embargo, los precios de exportación son inferiores que en los países vecinos (Value Chain Analysis for Development [VCA4D], 2018, pág. 1)

Figura 2 Estructura de la cadena de valor del café en Honduras.

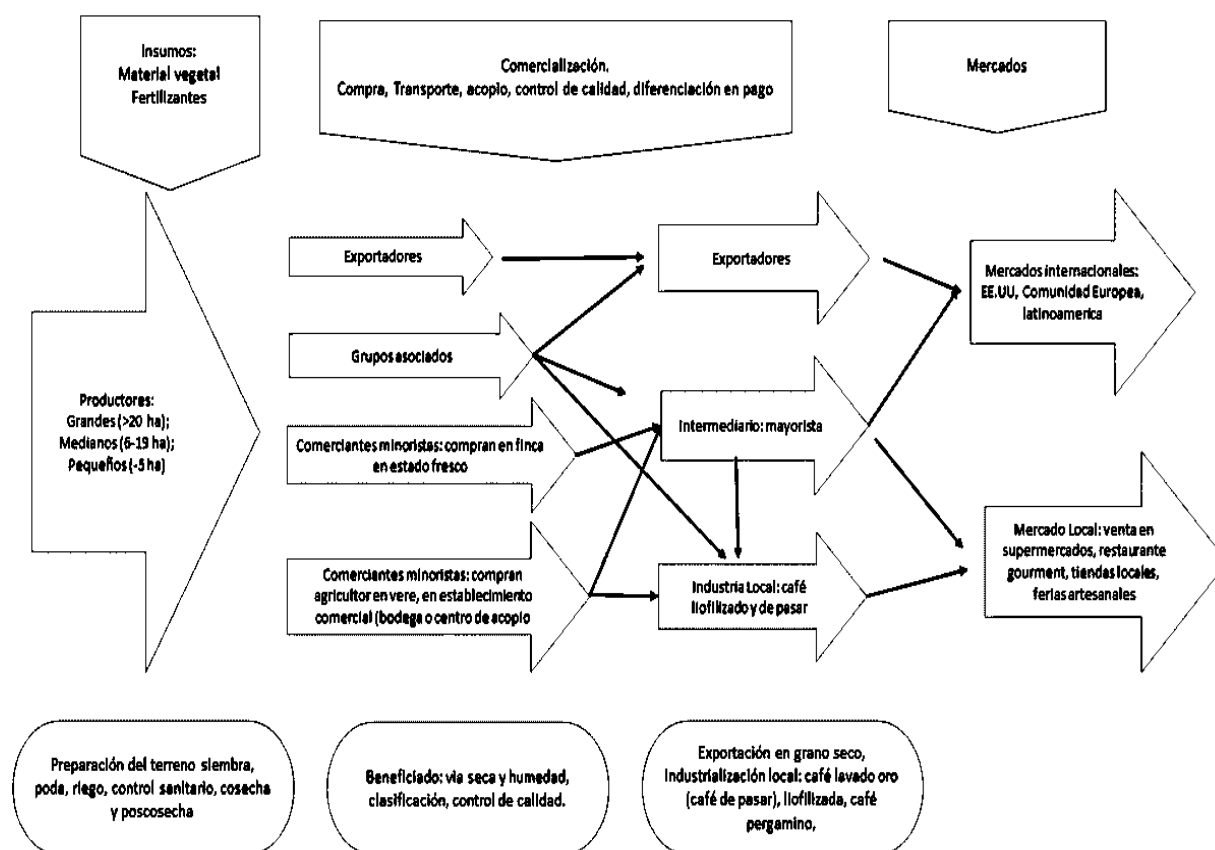


Fuente y elaborado por: “Análisis de la cadena de valor de café en Honduras” elaborada por Value Chain Analysis for Development [VCA4D] (2018, pág. 1).

Barrezueta-Unda, Blacio y Abad (2018) en el artículo científico denominado “Análisis del cacao y café ecuatoriano desde su cadena de valor en el periodo 2010-2015” propuso que la cadena de valor del café en el Ecuador tiene 3 eslabones:

En el primero se integran proveedores de insumos (fertilizantes, viveros, etc.) y los caficultores. El segundo eslabón es el más largo y de mayor incidencia en el beneficiado y calidad del producto y se estratifica en dos sub-eslabones, uno de minorista y de comercio informal y otro de exportación e industria; el tercer eslabón son los mercados subdivididos en local e internacional.

Figura 3 Cadena de Producción del Café Ecuatoriano.



Fuente y elaborado por: “Análisis del cacao y café ecuatoriano desde su cadena de valor en el periodo 2010-2015” propuesta por Barrezueta-Unda, S., Moreira Blacio, W., & Quezada Abad, C (2018, pág. 10).

1.2. El café en el Ecuador.

“El Ecuador tiene gran capacidad productiva de café por su ubicación geográfica, amplia diversidad de climas y temperaturas de cada región, por su altitud y principalmente por la presencia de la Cordillera de los Andes y la influencia marítima” (Jiménez & Massa, 2015, pág. 118).

El café es el segundo producto, después del petróleo, que mueve más millones en el mundo, de allí su gran importancia en la economía de cualquier país. En Ecuador, país netamente agropecuario, este producto tiene un alto grado de incidencia en las exportaciones no petroleras, debido a que genera divisas al Estado. De acuerdo a la Asociación Nacional de Exportadores durante el 2019 se exportaron “506.266,69 sacos de 60 kg lo que representó 77'781.062,87 millones de dólares” (2019, pág. 1).

En Ecuador se produjeron 28.542 toneladas de café durante el 2018, en donde la provincia de Manabí representa 28,89%; Loja el 15,50%; Zamora Chinchipe el 11,99%; Sucumbíos el 11,33%; Orellana el 10,74%; Santo Domingo de los Tsachilas el 8,23%; y, el 13,3% restante se encuentra distribuido en las provincias de Morona Santiago, El Oro, etc. (Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 2018).

En el Informe de Rendimientos Objetivos Café grano oro 2018 determina que el 18% de productores a nivel nacional forman parte de una asociación y el 90% de la superficie de café arábigo se encuentra en una edad menor a 10 años (MAG, 2018).

De acuerdo al Informe de Rendimientos Objetivos Café grano oro 2019, en el Ecuador la edad promedio del agricultor cafetalero es de 53 años. La educación es uno de los aspectos más importantes para la innovación de los sistemas de producción, a nivel nacional el agricultor cafetalero cuenta con 7 años de educación; y, si se habla de capacitación, el 63% de caficultores fueron capacitados con temas relacionados al manejo de cultivo, del cual el 97% fue impartido por

el MAG. En cuanto a las características de producción 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 centros de acopio y 4,6% al mercado; en las prácticas agronómicas la cantidad de material vegetativo de *coffea arábica* es de 3.015pl/ Ha.; la sub-variedad *Sarchimor* es la más usada a nivel nacional. El 89% de sembríos no tuvo acceso al riego y entre los principales problemas del sector están las plagas y enfermedades, principalmente la roya y broca, y la falta de agua. El rendimiento Nacional de *coffea arábica* es de 0,30 t/ha y en la provincia de Loja es de 0,24t/ha. por el contrario, en el 2018 el rendimiento nacional fue de 0,44 t/ha y en la provincia de Loja 0,44t/ha. (MAG, 2019)

Bustamante (2013) afirma que: “El café lojano en el mercado externo tiene gran acogida por su calidad, el promedio global de sus características organolépticas en la escala de 0-5 es de 3,3%, por lo que es uno de los mejores cafés de Sudamérica, sin embargo le hace falta llegar a la excelencia” (pág. 93).

1.3. Café en la zona 7.

Según Cumbicus y Jiménez (2012) “la problemática que aborda en la actualidad el sector cafetalero de la Zona 7 del Ecuador radica en el bajo rendimiento por hectárea, como consecuencia de la falta de financiamiento, carente infraestructura para beneficiado del café, cambios drásticos del clima, debilidad gremial y aumento de plagas y enfermedades” (pág. 65).

Bustamante (2013) menciona otros problemas pues, “se puede detectar la plantación de cafetales viejos, reducida área de cultivo, no hay incentivos para la producción, falta de tecnologías apropiadas para el manejo, poca asociatividad entre los productores y mínimo abastecimiento de semilla y materiales” (pág. 93).

La Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur (FAPECAFES) agrupa caficultores agremiados de El Oro, Loja y Zamora; está conformada por 6 asociaciones: PROCAP, APECAP, PROCAFEQ, APECAM, ACRIM y APECAEL. Esta Organización ha elaborado y gestionado proyectos para el fortalecimiento de la caficultura en la Zona 7, y ha brindado a sus socios asesoramiento técnico y comercialización del producto (Cumbicus & Jiménez, 2012, pág. 65).

Los productores que pertenecen a asociaciones, federaciones o cooperativas de comercio justo, están alcanzando grandes resultados al comercializar su producto asociativamente, vendiéndolo bajo estándares de calidad y de certificación orgánica, obteniendo precios altos y desarrollando capacidades de negociación, además de acceder a capacitaciones y algunos beneficios que ofrecen las ONGs. No pasa lo mismo con aquellos productores individuales, quienes vienen a ser la parte débil de varios actores de la extensa cadena del café, los cuales tienen que someterse a explotación de minoristas, mayoristas, obteniendo precios muy por debajo del precio final del producto (Cumbicus & Jiménez, 2012, pág. 66).

Durante mucho tiempo la provincia de Loja era sinónimo del “mejor café ecuatoriano de altura. No obstante, pequeños productores cultivaban este grano con poca o ninguna técnica. La gente se limitó a plantar y dejar, que sus plantas crezcan y, cuando ya era hora, cosechaban los frutos de aquellas que lograban florecer” (Fondo Ecuatoriano de Cooperación para el Desarrollo [FECD], 2011, pág. 39).

En el cantón Loja la producción de café se desarrolla bajo dos modalidades, tradicional y asociativa, en donde la Asociación Agroartesanal de Pequeños Productores de Café Especial del Cantón Loja (APECAEL) juega un papel importante para el impulso del sector cafetalero, está definida como una organización de pequeños productores ecológicos de las parroquias sur-

orientales del Cantón Loja (Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana) que generan de forma sostenible y asociativa café especial, lo cual contribuye a mejorar las condiciones socio-económicas de las familias cafetaleras (Mosquera, 2018).

2. Marco teórico

2.1. El café.

Café es el nombre de la planta de cafeto, que son arbustos de las regiones tropicales. Las especies de café que tienen importancia económica, propiedades botánicas y calidad de taza, en base a las exigencias del mercado internacional, son: *Arábica*, y, *Canéfora*. El 85 % de cafetaleros de países productores siembran *Arábica*, y 15% otras especies o variedades de importancia económica para cada país. (MAG, s. f.)

✚ **Coffea arábica:** Representa el 75 % de la producción mundial de café. Produce un café fino y aromático, y necesita un clima más fresco. Es el más delicado, menos productivo y está reservado a tierras altas de montaña, entre 900 y 2.000 msnm. Originario de Etiopía. (MAG, s. f.)

✚ **Coffea canephora o cafeto robusta:** ofrece una bebida rica en cafeína; fuerte y más ácido, usualmente usado para la fabricación de café soluble o instantáneo, y mezclas. El robusta se adapta a terrenos llanos, con rendimientos más elevados. Originario del Congo Belga (actualmente República Democrática del Congo). (MAG, s. f.)

2.1.1. Historia del café en el Ecuador.

El café en el Ecuador es un producto ancestral con gran importancia en la economía de miles de ecuatorianos que lo cultivan, comercializan o industrializan.

Cumbicus y Jiménez (2012) manifiestan que: “La caficultura en Ecuador empezó alrededor de los años 1830 en la provincia de Manabí, con una variedad típica de café arábigo”. Sin embargo Valarezo (2019) afirma que la primera planta de café no fue sembrada en dicha provincia como se pensaba sino en Cariamanga, provincia de Loja, que en aquel entonces estaba integrado por Amaluza, Macará, Sozoranga y Cariamanga, pues en el censo económico de 1826 apareció el

primer quintal de café, lo que indica que debieron sembrarlo 3 años antes, para el año siguiente 1827 se registró la presencia de 8 quintales, 4 en Catacocha y 4 en Zaruma, pero por qué es tan importante esto, no por discutir con los hermanos manabitas sobre el origen del café, sino porque permite dar respuesta a la razón por la cual hombres y mujeres de la región sur están enamorados del café.

Tabla 1 Características óptimas para el desarrollo de un cafetal

CARACTERÍSTICAS ÓPTIMAS PARA EL DESARROLLO DE UN CAFETAL	
ALTITUD	La altitud óptima se localiza entre los 1.200 y 1.700 msnm, aunque en Ecuador se han llegado a establecer desde los 300 msnm. Y por encima de los 1.700 msnm, con buenos rendimientos.
TEMPERATURA	Entre los 15 y 24°C
PRECIPITACIONES	El rango de precipitaciones óptimas para el cultivo del café puede variar de 1.000 a 3.000 mm.
HUMEDAD RELATIVA	En torno al 70-85%
VIENTO	El umbral para no producir daños físicos ni fisiológicos al cafeto es de 20 a 30 km/hora.
TOPOGRAFÍA	Se adapta con facilidad a condiciones topográficas desfavorables, aunque los terrenos ligeramente ondulados y planos son mejores para este cultivo.
CARACTERÍSTICAS FÍSICO – QUÍMICAS	Propiedades Físicas: La textura adecuada para el cafetal es media o limosa, con estructura granular. La profundidad efectiva debe ser mayor de 50 cm. Propiedades químicas: El rango de pH óptimo se encuentra entre 5,5 y 6,5. El porcentaje de materia orgánica se debe encontrar en 2-5%, y el de nitrógeno superior al 3% para el adecuado desarrollo del café. Las condiciones óptimas en cuanto a macronutrientes para este cultivo son de 0,2-0,7 (meq/100gr) en el caso del potasio y 6-14 (ppm) en el caso del fósforo.

Fuente y elaborado por: “La Realidad Ecuatoriana en la Producción de Café”, Sánchez, S. V., Bueno, D. O., & Jara (2018, pág. 77).

2.1.2. Producción del café

Arias (2018) en su trabajo denominado “Propuesta de mejoramiento en el manejo del cultivo de café en el barrio Cango Viejo parroquia Mercadillo cantón Puyango” determina que para la producción de café se requieren de las siguientes actividades:

- 1. Selección de semilla.** Los productores realizan la selección de semilla de las mejores plantas de su finca o mediante la compra de semillas certificadas en locales de venta de productos agrícolas. (pág. 13)
- 2. Los viveros.** Los viveros se los realiza para seleccionar las mejores plantas para luego proceder a enfundar y poderlos transportar al sitio definitivo. (pág. 13)
- 3. Hoyado.** Las dimensiones y las distancias entre hoyos dependen de la variedad del café que se va a sembrar. Es decir, en las plantaciones de café de porte alto las distancias de siembra deben ser mayores; mientras que en las de tamaño pequeño las distancias deben ser menores. (pág. 13)
- 4. Siembra.** El proceso de siembra consiste en la ubicación definitiva de las plántulas de café en el sitio definitivo donde se va a desarrollar el cultivo, luego de haber terminado su crecimiento correspondiente en el semillero. (pág. 13)
- 5. Deshierba.** Esta actividad se la realiza dependiendo el sector entre dos a tres veces por año o en función de cómo crece la maleza para que no haya competencia por nutrientes con las plantas de café. (pág. 14)
- 6. Fertilización.** Se fertiliza una sola vez al año (agosto - septiembre). De esta actividad depende que las plantaciones se desarrollen de manera adecuada y creen resistencia al ataque de ciertas enfermedades, así mismo contribuye a que los frutos de las plantas se

desarrollen de mejor manera, lo cual se puede reflejar en el llenado del grano y su calidad. (pág. 14)

7. **Podas.** Los cafetos se someten a un tratamiento de poda después de la cosecha, para sustituir oportunamente las ramas que ya produjeron. Esto favorece el crecimiento de nuevas ramas y prepara el tejido productivo. (pág. 14)
8. **Regulación de sombra.** Esta actividad se realiza con el propósito de la aireación e iluminación adecuada; y evitar humedades relativas altas que vayan a dañar las plantaciones. Se usan algunos árboles como Guabo, Plátano, Caña. (pág. 15)
9. **Riego.** Existen tres métodos principales para regar el café: Inundación (surcos), aspersión, y por goteo. Aplicando la inundación, una cantidad concreta y uniforme de agua es suministrado al cafeto. (pág. 15)

2.1.3. *Procesamiento del café*

El procesamiento del café inicia con la etapa de cosecha (Swisscontact, Ministerio de Industrias y Productividad [MIPRO], 2016):

1. **Cosecha:** La cosecha debe realizarse de forma selectiva, sólo granos maduros (rojos o amarillos dependiendo de la variedad), no verdes ni sobre maduros, con el fin de lograr mayor concentración de sólidos solubles o grados brix. (pág. 8)
2. **Beneficio.** Existen tres tipos de beneficio practicados en nuestra zona: Beneficio seco: implica la recolección de café cereza y su secado, para obtener el café natural. Beneficio húmedo: implica la recolección de café cereza, el boyado (clasificación por flotación de granos vanos), despulpado, fermentación (12 horas aprox.), lavado (eliminación de azúcar) y secado, para obtener el café lavado. Beneficio Honey: Implica la recolección de café

cereza, despulpado con o sin fermentación y el secado, para obtener el café despulpado natural. (pág. 8).

3. **Secado:** “El secado tiene el objetivo de disminuir la humedad de 10% a 12% y se puede realizar de manera natural mediante la utilización del calor del sol, este secado se lo realiza en tendales, entablillados de madera, patios de cemento y otros” (Abarca & Armendáriz, 2014, pág. 77). De igual manera Oscar Gómez (2010) manifiesta en su guía, que el secado de café pergamino o en grano, es una de las etapas más importantes para preservar la calidad organoléptica del producto. Esta actividad puede realizarse en diferentes formas:

- ✚ **En patios construidos con ladrillo de barro**, que es el que proporciona la mejor calidad, no mancha el grano de café.

- ✚ **En patios construidos con cemento**, esto solo cuando es un presecado por corto tiempo (tres horas) y luego pasa a máquinas secadoras.

- ✚ **En zarandas de madera o estructuras para hacer un secado solar (cuando la cosecha es poca o son pequeños productores).**

En el secado del café, los productores nunca mezclan granos con diferentes niveles de humedad y hacen todo lo necesario para evitar el re humedecimiento del café.

4. **Trillado (pilado).** Consiste en la limpieza del grano (piedras, palos, piolas) y el retiro del pergamino en el caso del café lavado o despulpado natural, y la cereza seca en el caso del café natural. (pág. 13)
5. **Limpieza y clasificación.** Consiste en la eliminación de los granos con defectos (manchados, brocados, partidos), separación de caracolillos y la clasificación por tamaños, que sirve para generar tuestes más homogéneos. (pág. 13)

6. **Tostado.** Es un proceso físico químico a través del cual las características iniciales de la materia prima café verde son alteradas para producir otros componentes, balanceando el sabor, la acidez, el sabor residual y el cuerpo del café de acuerdo a la necesidad del tostador y al gusto del cliente. (pág. 15)

2.1.4. *Subvariedades de café*

Typica: “originaria de Etiopía, presenta plantas de hasta 4 metros de altura. Los entrenudos son largos y el color de los brotes nuevos es bronceado. Tiene un amplio rango de adaptabilidad, buena calidad de bebida, baja producción y susceptibilidad a roya” (Quiliguango, 2013, pág. 7).

Sarchimor: “Tiene una amplia adaptabilidad, principalmente en las zonas secas de la provincia de Manabí, el Oro y Loja; se caracteriza por el porte bajo de las plantas, brotes de color bronceado, alta productividad, reducido índice de frutos vanos y resistencia a la roya anaranjada” (Castillo, 2016, pág. 12).

Caturra: “Variedad encontrada en Minas Gerais, Brasil, posiblemente originada como una mutación de un gen dominante del café Bourbon. El Caturra se caracteriza por ser de porte bajo, tiene entrenudos cortos, tronco grueso y poco ramificado, y ramas laterales abundantes”. (Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE), 2011).

Bourbón: “Es originaria de la Isla Reunión (antes Bourbón) y comprenden dos cultivares: rojo y amarillo. El porte de las plantas de Bourbón es similar a la variedad Typica. El café Bourbón rojo se empezó a cultivar en el Ecuador en el año de 1956” (Quiliguango, 2013, pág. 7).

Catimor: “es un cruce entre Timor y Caturra. El primer año puede florecer, siendo su maduración temprana y su producción muy alta. En taza destaca por sus ligeras notas herbáceas y frutosas” (fórumcafé, 2013)



Catuahí: “Originario de Brasil, resulta del cruzamiento de Caturra con Mundo Novo (el Mundo Novo es una mutación de Sumatra). Es de porte pequeño e inter nudos cortos aunque un poco más alto y ancho que el Caturra” (Castillo, 2016, pág. 12).

Paca: “originaria de El Salvador mutación enana del Borbón, es de porte bajo, entrenudos cortos follaje abundante y compacto y fructificación precoz. Se adapta muy bien a zonas bajas, con ocurrencia ocasional de periodos prolongados de sequía, altas temperaturas, en zonas de altura presenta un crecimiento y maduración tardía, reduciendo la producción” (Banegas, 2009, pág. 5)

2.1.5. Principales defectos físicos del café

CAFECOL (2008) en su informe denominado “Clasificación de defectos físicos del café”, detalla los más relevantes:

Tabla 2 Principales defectos físicos del café

Nombre del defecto	Defecto físico	Imagen
Grano Negro (1 grano equivale a 1 defecto primario)	Los granos negros se distinguen por su oscuro color opaco.	
Materia Extraña e Impurezas (1 materia extraña equivale a 1 defecto primario)	La Materia extraña incluye todo objeto no originario del café encontrado en el café verde tal como piedras, palos, clavos, etc. Que le dan al café verde un mal aspecto y evidencian una pobre selección y clasificación.	

Continúa

<p>Grano Brocado severo (5 granos equivalen a un defecto secundario)</p>	<p>Grano Brocado, como se le conoce comúnmente, se distingue por las pequeñas y oscuras perforaciones de (0,1 a 0,5 mm) en diámetro. Estos granos presentan ataques severos de tres o más perforaciones.</p>	
<p>Daño por hongos, Cardenillo (1 grano equivale a 1 defecto primario)</p>	<p>El grano afectado por hongos o Cardenillo como se le conoce comúnmente, se reconoce por las manchas de color amarillo - rojizo recubiertas de un polvillo, que van creciendo en tamaño hasta cubrir completamente el grano. El grano afectado por hongos libera esporas que pueden contaminar otros granos.</p>	
<p>Grano Partido, Mordido o Cortado (5 grano o piezas equivalen a 1 defecto secundario)</p>	<p>Los granos mordidos o cortados generalmente presentan una coloración rojiza oscura, debido a una oxidación del área cortada durante el proceso de despulpado. Esta cortada puede ser inicio de actividad bacteriana, fermentaciones y formación de hongos, resultando en una amplia gama de sabores defectuosos en taza. Los granos partidos o cortados por la maquina trilladora son fragmentos de granos limpios sin presencia de oxidaciones.</p>	
<p>Grano Inmaduro (5 granos equivalen a 1 defecto secundario)</p>	<p>Los granos inmaduros se reconocen por su tamaño pequeño, de baja densidad, de forma cóncava y con bordes afilados. La tradicional película plateada o tegumento es generalmente de color pálido amarillento o verdoso y firmemente adherida al grano</p>	

Fuente: (CAFECOL [Centro Agroecológico del café A. C.], 2008, págs. 1,2)

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

2.1.6. Clasificación del café arábigo:

En torno a características físicas y organolépticas se clasifican en los siguientes grados.

Café Grado 1 (Special Grade). Granos de café arábica lavado de la cosecha actual, con proceso de beneficiado húmedo óptimo (Ausencia de frutos verdes), de tamaño uniforme, cafés de

altura y estricta altura, de olor intensamente fresco, de color homogéneo y con una calidad organoléptica de medio alto a alto.

Café Grado 2 (Premium Grade). Granos de café arábica lavado de la cosecha actual, bien beneficiado, que pueden provenir de zona alta o baja altura, de olor fresco, de tamaño y color homogéneos, con una calidad organoléptica superior a la media. El café grado 2, se conoce también como café supremo donde prevalece el tamaño de grano que queda sobre la zaranda #18.

Café Grado 3 (Exchange Grade). Granos de café arábica lavado de la cosecha actual, bien preparados, de olor fresco, de tamaño y color homogéneos y de taza sin defectos.

Café grado 4 (Arábica Natural). Granos de café arábica beneficiados por la vía seca, de la cosecha actual, de taza limpia y libre de sabores extraños.

2.1.7. *Certificaciones internacionales*

“Son el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas. Existe un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales dedicadas a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares de cada una de ellas” (PRO ECUADOR, 2013, pág. 4). A continuación se detallan las principales:

BPA: “Son las normas y recomendaciones técnicas que se aplican a la producción, procesamiento y transporte de alimentos, orientadas a asegurar la protección de la higiene, salud humana y medio ambiente, mediante métodos ecológicamente seguros, higiénicamente aceptables y económicamente factibles”. (PROCOLOMBIA, s.f.)

Figura 4 Sello BPA



Fuente y elaborado por: Guía práctica para conocer las certificaciones que se requieren para exportación de agro alimentos, PROCOLOMBIA (s.f., pág. 5)

Fairtrade: Es una certificación de comercio justo; es el sello internacional, que le permite a los productores recibir un precio justo por sus productos, reduciendo la cadena de intermediación en la comercialización. (PROCOLOMBIA, s.f.)

Figura 5 Sello Fairtrade



Fuente y elaborado por: Guía de certificaciones internacionales, PRO ECUADOR (2013, pág. 13)

RAINFOREST: Esta es una certificación relacionada con buenas prácticas agrícolas (BPA), aplicable a productos agrícolas no procesados, en algunos casos se incluyen procesos básicos como trilla en café. El sello Rainforest Alliance Certified asegura a los consumidores que el producto que están comprando ha sido cultivado y cosechado usando prácticas ambiental y socialmente responsables (PROCOLOMBIA, s.f.)

Figura 6 RAINFOREST



Fuente y elaborado por: Guía de certificaciones internacionales, PRO ECUADOR (2013, pág. 20)

UTZ: “Es un programa y una etiqueta para la agricultura sostenible, aplicado a productos como café. El mercado actual está exigiendo productos de calidad es por ello que ha surgido la necesidad de certificarse para validar procedencia y tratamiento de los productos” (PROCOLOMBIA, s.f.).

Figura 7 Sello UTZ



Fuente y elaborado por: Guía de certificaciones internacionales, PRO ECUADOR (2013, pág. 20)

USDA: “La certificación USDA se basa en las normas de producción orgánica para Estados Unidos (NOP-USDA). Este certificado es necesario para las empresas que desean exportar un producto orgánico a Estados Unidos, ya sean alimentos procesados o productos frescos” (PROCOLOMBIA, s.f.).

Figura 8 Sello USDA



Fuente y elaborado por: Guía práctica para conocer las certificaciones que se requieren para exportación de agroalimentos, PROCOLOMBIA (s.f., pág. 5).

CEE: “La agricultura ecológica es un sistema de producción agrícola que proporciona al consumidor alimentos frescos, sabrosos y auténticos al tiempo que respeta los ciclos vitales de sistemas naturales” (PRO ECUADOR, 2013, pág. 15)

Figura 9 Sello Agricultura Ecológica



Fuente: Guía de certificaciones internacionales, PRO ECUADOR (2013, pág. 15)

SPP (Símbolo de pequeños productores): “permite identificarse en el mercado local e internacional, buscar y fortalecer las economías locales y crear un mercado y un mundo diferente basado en valores y principios como el comercio justo, economía solidaria y producción sustentable” (Coscione, 2013, pág. 63)

Figura 10 Sello SPP



Fuente: El Símbolo de Pequeños Productores o cuando el Sur repiensa el comercio justo, Marco Coscione (2013, pág. 1)

2.2. Cadena de valor.

Es una herramienta de gestión diseñada por Michael Porter que permite ejecutar un análisis interno de la empresa, mediante la separación en sus principales actividades generadoras de valor. Se denomina cadena de valor, ya que “considera las principales actividades de una empresa como los eslabones de una cadena de actividades, las mismas que se encargan de añadir valor al producto a medida que éste pasa por cada una de ellas” (Porter, 1990).

Para Weiskopf & Landero (2011) “Una cadena de valor es un sistema económico que involucra una secuencia de actividades (funciones) que abarca desde la provisión de insumos hasta la comercialización” (pág. 9).

La cadena de valor “describe la variedad total de actividades requeridas para conducir un producto o servicio desde su concepción, hasta la entrega al consumidor, la disposición y el desecho final a través de diversas fases intermedias de producción” (Kaplinsky & Morris, 2004).

La importancia de la cadena de valor está en que a partir del análisis se realice una adecuada planeación estratégica dándole al producto un valor agregado, para diferenciarlo de la competencia y de esta forma obtener la mayor cantidad de producto en el mercado, optimizar los procesos de producción, buscar la eficacia, reducir los costos y aprovechar al máximo los recursos.

Cadena de valor genérica propuesta por Michael Porter

Figura 11 Cadena de valor genérica.



Fuente y elaborado por: de “Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior”, Michael E. Porter (1990).

“El término “cadena de valor” resulta ser más adecuado para determinar la pluralidad de los actores, definir sus relaciones, identificar las necesidades comunes de mejoramiento y los compromisos contractuales entre ellos. La acepción “cadenas productivas” se ha aplicado más a la fase de análisis de una cadena” (Weiskopf & Landero, 2011, pág. 10).

2.2.1. Elementos de la cadena de valor.

Porter (1990), determina que la cadena consiste en actividades de valor y el margen, las actividades de valor son todas aquellas que la empresa realiza para crear el producto o servicio que sus clientes desean, se clasifican en actividades primarias y de soporte. El margen se puede entender como la diferencia entre el valor total generado y los costos involucrados en la creación del valor, es decir, lo que la empresa percibe como resultado de sus actividades.

2.2.1.1.Las actividades primarias.

Son aquellas que permiten la creación de un bien o la prestación de un servicio; están formadas por los siguientes eslabones, como lo indica Porter (1990):

- ✚ **Logística interna** que están relacionadas con la recepción, distribución y almacenamiento de materiales dentro de la empresa, así como el control y gestión de inventarios y la distribución de la materia prima e insumos;
- ✚ **Operaciones** que son aquellas actividades vinculadas con la transformación de los insumos;
- ✚ **Logística Externa** conformado por actividades relacionadas con el aprovisionamiento de insumos y materias primas proporcionados por los proveedores, y la distribución y entrega de los productos terminados hacia los clientes;
- ✚ **Mercadotecnia y ventas** que constituyen lo asociado a la forma en que la empresa lleva a cabo la comercialización de sus productos; finalmente;
- ✚ **Servicio** que son actividades que pretenden mantener o aumentar el valor entregado por el producto.

2.2.1.2.Las actividades de soporte

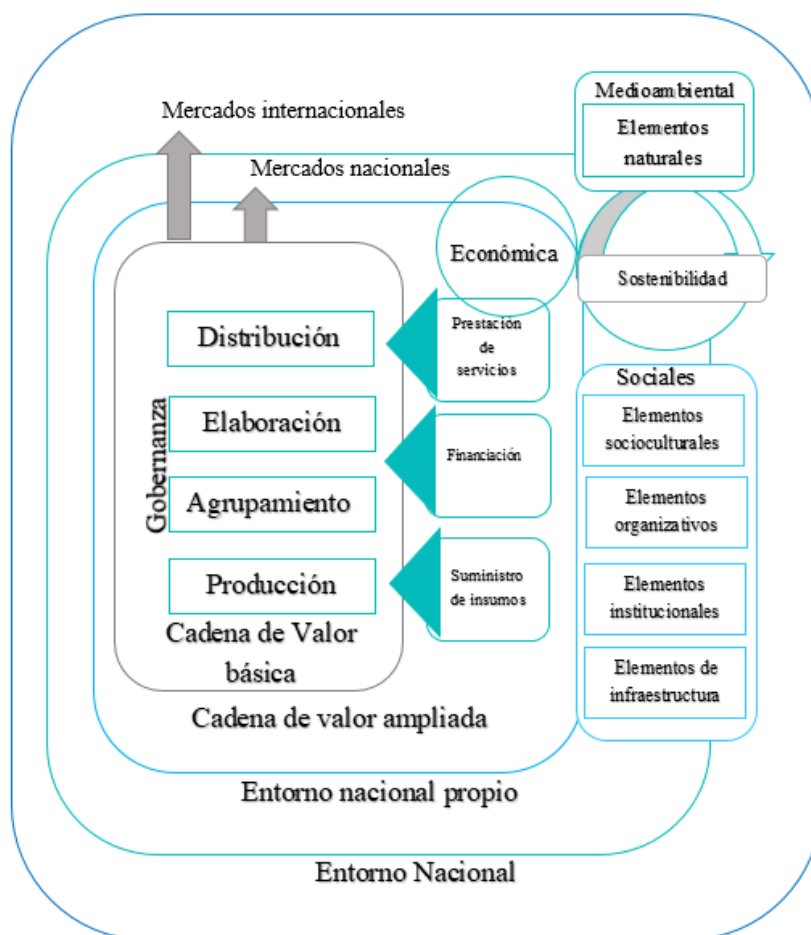
Son transversales en toda la cadena de valor y apoyan a la ejecución de las actividades primarias, proporcionan los recursos necesarios para su adecuado funcionamiento, pueden dividirse en cuatro categorías genéricas según lo señala Porter (1990):

- ✚ El abastecimiento, el cual se refiere a la función de comprar insumos usados en la cadena de valor de la empresa.

- ✚ El desarrollo de tecnología, que constituye el conjunto de tecnología utilizado dentro de una empresa, es sumamente amplio y va desde sistemas simples y comunes hasta sistemas de alta tecnología y muy especializados;
- ✚ La gestión de recursos humanos que involucra la contratación, el entrenamiento, los sistemas de remuneración, el desarrollo y la motivación del personal;
- ✚ La infraestructura de la empresa, la cual suele relacionarse con las decisiones que toma la alta gerencia y tiene que ver las con decisiones de alta gerencia.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (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 (Figura 2), 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).

Figura 12 Marco de las Cadenas de Valor Alimentarias Sostenibles.



Fuente y elaborado por: Esta figura fue tomada de “Desarrollo de cadenas de valor alimentarias sostenibles, principios rectores”, FAO (2015, pág. 14)

La FAO señala que 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.

Los **elementos sociales** son construcciones humanas que conforman una sociedad. Se pueden agrupar en cuatro tipos:

1. Elementos **socioculturales** informales, por ejemplo, las preferencias de los consumidores y los requisitos religiosos;
2. Elementos **institucionales** formales, por ejemplo, reglamentos, leyes y políticas;
3. Elementos **organizativos**, por ejemplo, asociaciones interprofesionales nacionales e instalaciones de investigación y enseñanza;
4. Elementos **de infraestructura**, por ejemplo, carreteras, puertos, redes de comunicación y redes de energía (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2015).

2.2.2. Ciclo de desarrollo de la cadena de Valor.

El enfoque sugerido para el ciclo de desarrollo de la cadena de valor consta de cinco pasos principales para la organización y lo establecen Nutz & Sievers (2016) en su obra denominada “Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor”, 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 y mejorar la situación de los grupos desfavorecidos dentro de la cadena de valor. Los cinco pasos principales del desarrollo de las cadenas de valor son:

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; posteriormente se procede a **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 y, **La implementación:** establecido modelos de negocios capaces de subsistir al finalizar los proyectos o intervenciones financiados con fondos externos finalmente se realizar el, **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.

Así mismo Nutz & Sievers (2016) establecen que en el análisis de la cadena de valor es crucial identificar el sector en el que se puede lograr el mayor impacto que se logra realizando primero 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; luego se establecen **criterios de selección** en base a sus objetivos para seleccionar un sector; después se realiza una **Evaluación rápida de los sectores económicos** los sectores deben evaluarse según los criterios seleccionados, incluyendo su pertinencia para el grupo meta; finalmente una **reunión consultiva con las partes interesadas** para llegar a una conclusión definitiva ya que esta

decisión debe hacerse siempre en consulta con otras partes interesadas y socios para el desarrollo.

2.2.3. Mapeo de la cadena de Valor

Nutz & Sievers (2016) establecen un proceso en la construcción de un mapa de cadenas de valor, el cual consiste primero en un mapeo de las cadenas de valor mediante el uso de un diagrama de flujo sencillo, luego la elaboración de un inventario de actores del mercado, seguido de ilustrar las oportunidades y las limitaciones; se procede a identificar los diferentes mercados para un producto o servicio así mismo la manera en la que los productos y servicios llegan al mercado final, por último estructurar el diagrama cuadriculado correspondiente al mapeo.

Jansen y Torero (2006) manifiesta que: Existen dos formas de representar una cadena de valor, una de tipo cuantitativo y la otra de tipo cualitativo:

La cadena de valor cualitativa es tan sólo una descripción de los eslabones y de los actores presentes en cada uno de ellos, de los procesos de las transacciones que ocurren a lo largo de la cadena; esta representación permite identificar restricciones y cuellos de botella, así como desafíos y oportunidades para el crecimiento y expansión de la cadena. (pág. 7)

La representación cuantitativa de la cadena de valor permite profundizar sobre cómo y cuándo el valor final de un producto se genera en cada una de las distintas etapas de la cadena y permite por lo tanto evaluar cómo se distribuye el valor entre los distintos actores que participan en la cadena. Permite también cuantificar el impacto de los cuellos de botellas y, por consiguiente, tener una idea concreta de la importancia absoluta de los mismos a lo largo de la cadena y de la importancia

relativa de los mismos comparando la cadena de un país relativo a una cadena óptima (pág. 8)

2.2.4. Actores involucrados en la cadena de valor

Los actores que participan en las cadenas de valor que se encuentran alojados en diferentes niveles institucionales y escalas territoriales conforman el grupo de eslabones.

Los agentes principales de una cadena de valor son aquellos que participan directamente en la provisión de insumos, la producción, el procesamiento, el transporte y la comercialización, y, por consiguiente, se trata de las empresas que forman parte de los eslabones. Los proveedores públicos y privados de servicios apoyan el funcionamiento de la cadena, incluyendo el embalaje y la manipulación, la certificación y el apoyo financiero, en la medida que tales actividades no sean llevadas a cabo por los actores propios de las cadenas. (CEPAL, 2014)

Los organismos gubernamentales, las asociaciones industriales, las universidades y las organizaciones internacionales, entre otras entidades, efectúan actividades de apoyo y soporte e intervenciones para fortalecer la cadena de valor. Estas acciones pueden incluir, por ejemplo, el desarrollo de capacitaciones específicas en cuanto a la producción y el manejo de estándares internacionales de calidad, el suministro de información sobre los mercados y el asesoramiento en materia de planificación de negocios. (CEPAL, 2014)

Estos actores despliegan sus acciones dentro de un contexto institucional que incorpora el marco regulatorio, las políticas nacionales y subnacionales, los regímenes comerciales, las intervenciones en el mercado, la infraestructura del territorio y las fuentes de información disponibles, e influye en el desempeño de las cadenas de valor (CEPAL, 2014)

2.2.5. *Análisis de una cadena de valor*

Según el Manual ValueLinks, desarrollado por Springer-Heinze A. (2007) el análisis de la cadena de valor es la descripción del sistema económico organizado en torno a mercados de productos específicos. Brinda un modelo y un análisis de la situación de la cadena de valor en cuestión, además comprende de diferentes métodos, siendo el más importante y el núcleo de cualquier análisis el mapeo de la cadena de valor. A partir de un mapeo de una cadena de valor elaborado, puede que sean necesarios otros análisis adicionales, en función de las necesidades de información.

- ✚ El mapeo de la cadena de valor significa trazar una representación visual del sistema de la cadena de valor. Los mapas identifican las operaciones comerciales (funciones), los operadores y sus vínculos, así como los prestadores de servicios de apoyo, dentro de la cadena de valor. Los mapas de la cadena son el núcleo de cualquier análisis de cadena de valor y, por lo tanto, son indispensables.
- ✚ 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. Los costos de transacción son un aspecto más e incluyen los

costos para hacer negocios, recabar información e implementar contratos. El desempeño económico de una cadena de valor puede ser sometido a "benchmarking", es decir, que el valor de parámetros importantes puede ser comparado con aquellos de las cadenas rivales en otros países o industrias similares.

Tabla 3 Lineamientos metodológicos revisados para el desarrollo de la cadena de valor.

Guía metodológica	Autores	Fortalezas	Debilidades
Guidelines for rapid appraisals of agrifood chain performance in developing countries (FAO 2007)	Carlos A. da Silva, Hildo M. de Souza Filho	Relativamente fácil de implementar y con requisitos de recopilación de datos relativamente bajos. Una herramienta fácil de usar para las ONG y otras personas que deseen diseñar sus intervenciones de cadena de valor.	Dado su enfoque en DCV con productores de pequeña escala y pequeñas empresas, podría poner más atención a las necesidades y circunstancias de los actores pobres en la cadena, incluyendo poder, riesgos y activos.
Participatory market chain analysis for smallholder producers (CIAT 2007)	Mark Lundy, Veronica Gottret, Carlos Ostertag, Rupert Best, Shaun Ferris	Una discusión clara de los conceptos relacionados con la cadena y un enfoque fácil de usar para desarrollar una estrategia de intervención. Ejemplos útiles de cómo evaluar los impulsores de rendimiento de la cadena para convertir los datos del campo en estrategias para el DCV.	Débil por su implementación lineal y sus opciones limitadas para abordar las debilidades y amenazas identificadas a través de la implementación. Carece de ideas sobre cómo se podrían abordar los desafíos clave que enfrentan los actores de la cadena de valor en diferentes contextos.
The operational guide for the making markets work for the poor (M4P) approach (DFID 2008)	Springfield Centre (sin autores específicos)	Tratamiento serio del contexto en el cual operan los pobres, la naturaleza del sistema de mercadeo siendo evaluado y las limitaciones que enfrentan los actores del mercado.	Conceptos y pasos de investigación complejos, pero poca discusión sobre cómo implementarlos. Carece de un estudio de caso completamente desarrollado, que ayudaría a los usuarios a entender las opciones de análisis y los datos necesarios.
Chain-wide learning for inclusive agrifood market development (IIED 2008)	Sonja Vermeulen, Jim Woodhill, Felicity Proctor, Rik Delnoye	Bien investigado y con un texto enriquecido que incluye diversas experiencias en el campo. Fomenta un mayor rigor en el diseño y en la implementación de las intervenciones de cadena de valor, mientras sigue siendo accesible para la mayoría de los profesionales en desarrollo (sus usuarios previstos).	Se beneficiaría de más ideas y ejemplos sobre cómo conciliar las necesidades de los actores en los eslabones intermedios o finales de la cadena con las necesidades de los pobres, así como de un marco conceptual que mostrara cómo la implementación de la guía conduce a reducir la pobreza.
Making VC work better for the poor: A toolbook for practitioners of value chain analysis (M4P 2008)	Tim Purcell, Stephen Gniel, Rudy van Gent	Un intento serio de comprender cómo diseñar un DCV en los mercados nacionales y en el contexto de estructuras de mercado cada vez más complejas e integradas. Lineamientos relativamente sencillos que fomentan la participación de los actores de la cadena.	Necesita mayor rigor e información para comprender mejor las necesidades y circunstancias de los actores de la cadena, con el fin de vincular a los productores de pequeña escala con los mercados modernos.
ValueLinks manual (GTZ 2008)	Andreas Springer-Heinze	Amplia cobertura de temas importantes que enfrenta el DCV y la capacidad de los pobres para generar beneficios económicos mediante la participación en la cadena. Destaca por ofrecer orientación sobre el cálculo de costos, márgenes y otros análisis financieros.	Recomienda un gran número de herramientas para comprender las cadenas de valor y los actores de la cadena, pero a veces son complejas y tienen poca información sobre cómo implementarlas. Necesita un estudio de caso completamente desarrollado para ayudar a solucionar este problema.

Fuente: La presente tabla fue tomada de “Guías para el desarrollo de cadenas de valor: una revisión comparativa” (2013, pág. 10)

Elaborado por: CTA, World Agroforestry Centre

2.3. Modalidades de organización.

2.3.1. Modalidad tradicional.

Por lo general, las definiciones de la agricultura a pequeña escala se basan en el tamaño de la propiedad agrícola; muchas fuentes, incluida la Federación Internacional de Productores Agrícolas, registran terrenos de dos hectáreas o menos como pequeñas propiedades agrícolas. De acuerdo con este criterio existen por lo menos entre 450 y 500 millones de pequeñas propiedades agrícolas, que representan el 85% de las propiedades agrícolas del mundo; insinúa la posibilidad de que la cifra sea aún más elevada. Se piensa que estas propiedades agrícolas mantienen a una población de aproximadamente 2.200 millones de personas, equivalentes a un tercio de la humanidad. (Vorley, Del Pozo - Vergnes, & Barnett, 2013, 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 se 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.

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

2.3.2. *Modalidad asociativa*

La asociatividad es un término bastante amplio que puede ser utilizado en diferentes contextos, por lo tanto, no existe una definición única que lo explique. Para propósitos de este estudio se considera que la asociatividad se caracteriza por ser de incorporación voluntaria y de libre unión, donde personas, productores o empresas se organizan en la búsqueda de objetivos comunes, manteniendo la independencia legal y gerencial de sus propias operaciones. En relación con la asociatividad con enfoque empresarial, esta tiene como objetivo el mejorar la competitividad de los asociados en los mercados, con el fin de aumentar los retornos de sus operaciones, incrementar el bienestar familiar y contribuir al desarrollo económico de las comunidades rurales. (IICA, 2017)

Debido a lo anterior y según lo señalado por la Institucionalidad de apoyo a la asociatividad en América Latina y el Caribe (IICA, 2017, pág. 5), “la importancia de asociarse se puede sintetizar en 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”.

Amézaga, Rodríguez, Nuñez, & 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. (pág. 5)

Asociaciones: Las asociaciones civiles sin fines de lucro son una de las modalidades asociativas con personería jurídica. 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. (Amézaga, Rodríguez, Nuñez, & Herrera, 2013, pág. 5)

Cooperativas: De las diferentes formas de asociatividad citadas anteriormente, el cooperativismo es el modelo más estudiado en la historia; como organización social y económica, ha sido analizado desde diversas perspectivas, sin agotar las formas y contenidos de su complejidad social. Además, es uno de los modelos de asociatividad con mayor participación en la región también define 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. (IICA, 2017, p. 5)

De igual forma establece que las cooperativas pueden clasificarse, según los miembros que la conformen, en cooperativas de primer, segundo y tercer grado:

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)



Tabla 4 *Tabla comparativa entre enfoque tradicional y la 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

Fuente. Esta tabla fue tomada de “Cadenas de Valor como estrategia: Las Cadenas de valor en el sector Agroalimentario” (2002, pág. 6).

Elaborado por: Daniel Humberto Iglesias

La anterior tabla 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 conocida 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. (pág. 6)
-  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. (pág. 6)

✚ Estructura de la organización: una alianza con otras empresas en la cadena, ayuda 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 Cadena, ellos trabajan conjuntamente para el desarrollo de objetivos elaborando una estrategia común, donde no existe rivalidad hacia los productores o compradores. (pág. 6)

✚ Filosofía: una cadena de valor exitosa debe proporcionar una ventaja competitiva en el mercado y una oportunidad de mantener esa ventaja. (pág. 6)

✚ Relación de poder: el propósito primario de la cadena de valor es trabajar desde la demanda, esto quiere decir la cadena de valor debe responder más efectivamente a las necesidades de los consumidores a través de la cooperación, comunicación y coordinación. (pág. 6)

Es importante observar 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. (pág. 6)

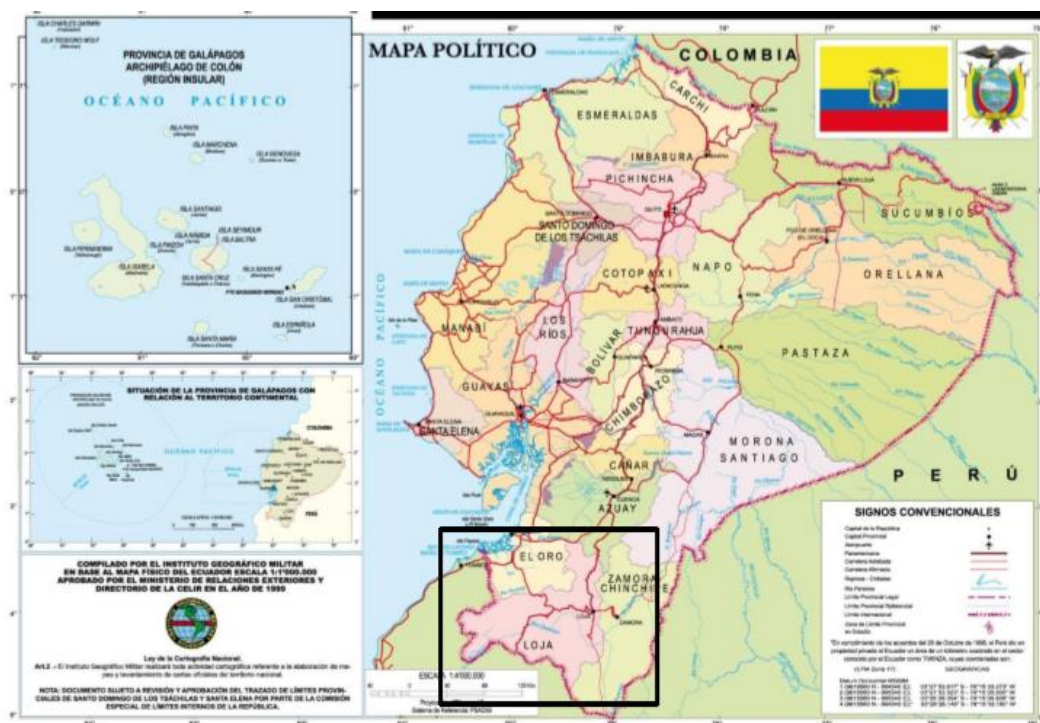
Así mismo, bajo el enfoque de cadenas de valor, existe una mayor posibilidad de lograr estrategias complejas de diferenciación de productos y de innovación, para lograr ventajas competitivas más sostenibles en el largo plazo. (pág. 6)

2.4. Área de estudio

El cantón Loja se encuentra ubicado al sur del Ecuador, y es el más grande de la provincia, tiene un tipo de clima Ecuatorial Mesotérmico Semi – Húmedo, cuya temperatura anual oscila en 15 °C, se encuentra a una altura de 2.100 m s.n.m. con una extensión territorial

de 1.893 km². El café es el tercer producto que se cultiva en el cantón Loja después del maíz y la caña de azúcar, destinando 384,43 ha. a su producción, lo cual representa el 7,25% de cultivos, el cantón está dividido en 13 parroquias rurales y 6 urbanas, de las cuales 5 son parroquias cafetaleras, conformadas por Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Malacatos, Quinara y Yangana (Municipio de Loja, 2014).

Figura 13 Mapa político del Ecuador



Fuente y elaborado por: tomado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Loja, Gobierno Provincial de Loja [GPL] (pág. 47)

Figura 14 Mapa político del cantón Loja



Fuente y elaborado por: “Informe de Labores Rendición de Cuentas”, Municipio de Loja (2015, pág. 8)

3. Marco conceptual

- **Muestras en cadena o por redes (“bola de nieve”):** en este caso, se identifican participantes clave y se agregan a la muestra, se les pregunta si conocen a otras personas que puedan proporcionar más datos o ampliar la información (Morgan, 2008), y una vez contactados, los incluimos también. La investigación sobre la guerra cristera operó en parte con una muestra en cadena (los sobrevivientes recomendaban a otros individuos de la misma comunidad). (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)
- **Renovación de cafetales:** Este proceso consiste en eliminar los cafetales viejos y agotados por nuevos y productivos, e incluye las actividades de eliminación de la plantación vieja, rediseño, cambio de variedad si es necesario, y demás labores agronómicas requeridas por un cafetal recién establecido. (Grupo Mesófilo A. C., 2016)
- **Poda del café:** Renovar el tejido productivo causado por el agotamiento de la planta, que ayuda a controlar enfermedades, ya que mejora la aeración y la luminosidad, mejora y estabiliza la capacidad productiva del área de siembra y la administración de la finca al establecer podas sistemáticas (por calle o por lotes). (Grupo Mesófilo A. C., 2016)
- **Certificación orgánica:** La certificación de productos orgánicos es la manera en la que un agricultor puede asegurar a quienes compran sus productos, que éstos son producidos bajo normas de producción orgánica reconocidas, tanto en el ámbito nacional como internacional. La certificación marca la diferencia entre la comercialización de un producto orgánico y un producto cultivado en forma convencional. (Grupo Mesófilo A. C., 2016)

- **BPA:** Son un conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas aplicables a la producción, procesamiento y transporte de alimentos, orientadas a cuidar la salud humana, proteger el ambiente y mejorar las condiciones de los trabajadores y su familia.
(AGROCALIDAD, s.f.)
- **Grados Brix:** miden la cantidad de sólidos solubles presentes en alimentos expresados en porcentaje de sacarosa por lo que la maduración óptima del café se ha determinado por la concentración de azúcares en las mieles del café, dicha medición se puede realizar por medio de un refractómetro (Toro, 2014).
- **Año cafetalero:** “Es el periodo de un año desde el 1° de octubre hasta el 30 de septiembre” (Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN], 2006, pág. 1)
- **Café cereza:** “Fruto de los cafetos en su estado maduro. Las variedades arábicas Typica, Caturra rojo, Bourbon rojo, Sarchimor tienen cerezas de color rojo. Los frutos de las variedades Bourbon amarillo, Caturra amarillo y Catuahí amarillo en su estado maduro, tiene la referida coloración” (Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN], 2006, pág. 1).
- **Café bola seca:** “Cerezas de café secadas con toda sus envolturas al sol o mediante métodos artificiales” (Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN], 2006, pág. 1).
- **Café pergamino seco:** “Es el grano de café cubierto por su endocarpio denominado pergamino y la película plateada, con un porcentaje de humedad óptimo de 11 a 12,5%” (Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN], 2006, pág. 1).
- **Café grano verde (café oro):** grano o semilla del café al que se le ha quitado las diversas capas que lo cubren. Se le llama almendra, café oro verde, café verde (green

coffee), o café crudo. Conocido como café listo para su exportación o torrefacción. (Organismo Salvadoreño de Reglamentación Técnica, 2018, pág. 1).

- **Compost:** producto obtenido del compostaje de los residuos orgánicos. El compostaje se define como la descomposición biológica y la estabilización de los sustratos orgánicos en condiciones que permitan el desarrollo de temperaturas termófilas. Es también una eco tecnología porque permite el retorno de la materia orgánica al suelo (Blandón, Rodríguez, & Dávila, 1998, pág. 170).
- **Compostaje:** proceso de descomposición aeróbica y controlada de sustancias orgánicas provenientes de desechos orgánicos vegetales y desechos animales (Andrade, 2013).
- **Biol:** “es un biofertilizante elaborado a partir del estiércol de los bovinos. El proceso se lo realiza en un biodigestor, es un poco lento, pero da buen resultado; a más de obtener un abono orgánico natural, es un excelente estimulante foliar para las plantas” (Vaca, 2016, pág. 9)
- **FOB -Free On Board (Libre a bordo):** “Significa que la mercadería es puesta a bordo del barco con todos los gastos, derechos y riesgos a cargo del vendedor hasta que la mercadería haya pasado la borda del barco, con el flete excluido”. (Hernández J. , 2013)
- **CIF- Cost, Insurance & Freight (Costo, Seguro y Flete):** “Incluye la mercadería puesta en puerto de destino con flete pagado y seguro cubierto. El vendedor contrata el seguro y paga la prima correspondiente. El vendedor sólo está obligado a conseguir un seguro con cobertura mínima”. (Hernández J. , 2013)
- **Procesamiento primario del café:** “consiste en la transformación del fruto cortado del arbusto a café oro, también conocido como café verde”. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2012, pág. 44).

- **Procesamiento secundario del café:** “consiste en la torrefacción, tostado y molido del grano verde, es decir, su industrialización”. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2012, pág. 44).
- **Commodity:** son productos a granel (basados en recursos naturales), que se comercializan internacionalmente, tanto como producto en bruto o luego de un procesamiento industrial básico. Los commodities agrícolas más importantes incluyen: arroz, café verde trigo, algodón etc. (GIZ- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (ex GTZ), 2007, pág. 8)
- **Operadores de la CV:** Las empresas que desempeñan funciones básicas en una cadena de valor son operadores de la misma. Los operadores típicos incluyen agricultores, pequeñas y medianas empresas, empresas industriales, exportadores, mayoristas y minoristas. Estos tienen en común que se convierten en propietarios del producto (en bruto, semielaborado o acabado) en una fase de la CV. (GIZ- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (ex GTZ), 2007, pág. 11)
- **Servicios de apoyo/ prestadores de servicios de apoyo:** Se refiere a la inversión general y a las actividades preparatorias que benefician simultáneamente a todos o a varios operadores de la cadena. Por consiguiente los servicios de apoyo proveen un bien colectivo (GIZ- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (ex GTZ), 2007, pág. 12)
- **Servicios operacionales /prestadores de servicios operacionales:** son aquellos servicios que desempeñan en forma directa funciones de la CV en nombre de los operadores de la cadena, o que están directamente relacionados a ellos, por ejemplo servicios de contabilidad. (GIZ- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (ex GTZ), 2007, pág. 12)

e. Materiales y métodos

En la presente investigación se analizó la cadena de valor del café en el cantón Loja desde dos perspectivas, la asociativa y tradicional (trabajo individual o independiente), para lo cual se empleó una serie de métodos, técnicas y materiales, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos planteados.

Materiales

Durante el desarrollo de la investigación se hizo necesario el uso de los siguientes materiales:

Tabla 5 *Materiales*

Suministros de oficina	Resmas de papel bond
	Esferos
	Lápiz
	Carpetas
	Grapas
	Borrador
Equipos tecnológicos	Computadora portátil
	Flash memory
	CD
	Impresora
	Cámara

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Métodos

Para el desarrollo de la presente investigación se hizo uso de los siguientes métodos:

- ✚ Método descriptivo: la investigación es de tipo descriptiva, se empleó este método para caracterizar cada uno de los eslabones, actividades y relaciones con los demás actores de la cadena.
- ✚ Método analítico: permitió analizar la situación actual de la población estudiada y sus principales problemas.
- ✚ Método sintético, ayudó a condensar la información obtenida a lo largo de la investigación.
- ✚ Método comparativo, permitió identificar diferencias y semejanzas entre cadenas de valor.

Técnicas

Para el desarrollo de la presente investigación se hizo uso de técnicas de recolección de información detalladas a continuación:

- ✚ Encuesta: Se elaboraron alrededor de 5 modelos de encuestas que se aplicaron a los actores involucrados en la cadena de valor desde proveedores, productores, acopiadores, transformadores y comercializadores, que permitió obtener variables y características para analizar la cadena de valor del café en el cantón Loja.
- ✚ Entrevista: Se elaboraron alrededor de 4 guías de preguntas destinada a los actores involucrados en cada eslabón de la cadena de valor, como presidente de la asociación, técnicos del MAG, presidente de las juntas parroquiales e instituciones de apoyo quienes aportaron con información para el presente estudio.

Muestra

Para la aplicación de encuestas se hizo uso del muestreo por conveniencia, por la accesibilidad de llegar a un caficultor y la pre disposición de brindar información necesaria; y muestreo por bola de nieve, ya que se identificó a participantes claves,

quienes comentaban de otros miembros que podían aportar datos o ampliar la información.

Tabla 6 Actores de encuestados

Actores Encuestados			
	Asociativa	Tradicional	TOTAL
Proveedores	1	5	6
Productores	18	29	47
Acopiadores	2	7	9
Trasformadores	1	10	11
Comercializadores	4	3	4
TOTAL	23	54	77

Fuente: Encuestas y entrevistas realizada a los actores

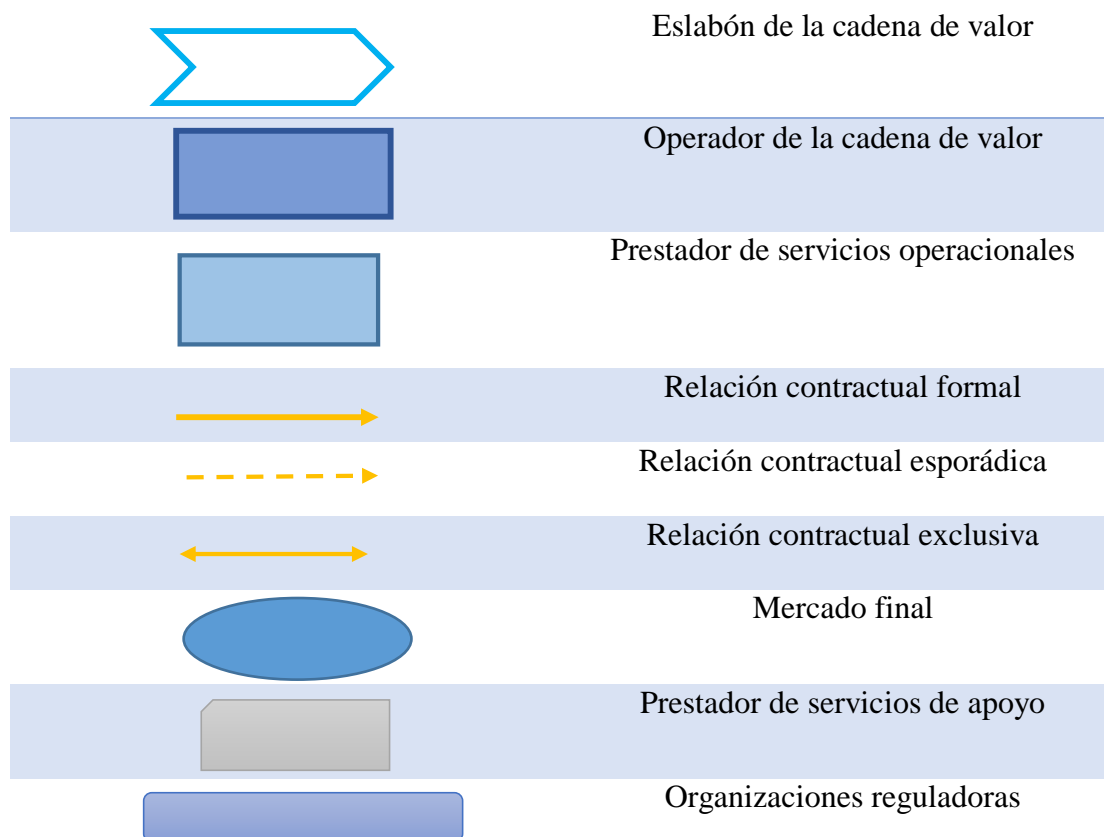
Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Procedimiento

En primera instancia, se efectuó una investigación sistemática de conceptos, teorías y estudios realizados en torno al tema, de donde se identificó que la herramienta de estudio de cadena de valor, Manual de ValueLinks propuesta por Springer-Heinze A. es la más acertada para la aplicación. Posteriormente se realizó el levantamiento de la información mediante 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 principalmente aplicada a autoridades, presidentes de GADs parroquiales, presidente y administradora de la asociación de cafetaleros APECAEL, entre otros. Finalmente se efectuó el análisis y sistematización de los resultados, fundamentados principalmente en la metodología de Springer-Heinze A. la misma que posteriormente permitió identificar, describir y mapear cada uno de los actores que participan en la

cadena de valor, establecer las relaciones contractuales entre sí e identificar el proceso de generación de valor. Se utilizó la siguiente simbología para mapear las cadenas de valor:

Tabla 7 Simbología del manual de ValueLinks para mapeo de la CV.



Fuente: Tomado de “Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor” (2009, pág. 66).

Elaborado por: Corporación Alemana al Desarrollo [GTZ]

f. Resultados

La presentación de resultados se desarrolla en cuatro partes de acuerdo a los objetivos específicos planteados, de manera general consiste en identificar, describir, mapear y comparar las cadenas de valor que se ha podido determinar.

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

A continuación, se presentan de manera resumida la clasificación de los actores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional, la misma que se divide en directos e indirectos:

Tabla 8 Actores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional

ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1. PROVEEDOR DE INSUMOS AGRÍCOLAS, MATERIA PRIMA VEGETATIVA Y MAQUINARIA	1. PRESTADORES DE SERVICIOS OPERACIONALES
Casas comerciales	- SISTEMA BANCARIO otorga recursos financieros entre estas instituciones tenemos: BANECUADOR, Banco de Loja, Coopmeqo, Banco Pichincha, entre otros.
2. PRODUCTORES	- TRANSPORTISTAS: Se encargan de la distribución de la carga en tres tipos terrestre a nivel local, terrestre interprovincial y marítimos a nivel internacional, en el sector existen las siguientes compañías de transporte: Alma Loja, Compañía de Transporte de Carga Pesada CITAL y Vencedores del Valle.
Productores independientes calificados y no calificados del cantón Loja.	2. PRESTADORES DE SERVICIOS DE APOYO
3. ACOPIADORES	- MAG: El gobierno nacional a través de esta institución impulsa el proyecto “Reactivación del Café y Cacao Nacional Fino de Aroma” con el que proporcionan asesoramiento técnico y capacitación
Acopiadores del cantón Loja y Cariamanga se encargan del procesamiento primario del café el cual consiste en limpiar de impurezas, trillar y clasificar.	- Gobierno Provincial: brindar asesoramiento técnico para la siembra de este cultivo, apoya en la promoción de la ruta del café que actualmente está en Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Yangana, además impulsa la mesa provincial del café los cuales generan acción para apoyar el sector cafetalero.
4. TRANSFORMADORES	- GAD, MAG y el Gobierno Provincial han creado programas y eventos para el impulso del sector cafetalero no solo del cantón Loja sino a nivel provincial entre ellas tenemos: Loja sabor a café, La feria de Loja, La ruta del café, entre otros.
Se encargan del procesamiento secundario del café el cual consiste en el tostado molido y empaçado	3. ORGANIZACIONES REGULADORAS
- Artesanal	- ARCSA: Agencia de Regulación y Control Sanitario, otorga el registro sanitario, una certificación obligatoria para la
- Industrializado	
5. COMERCIALIZADORES/ EXPORTADORES	
Personas encargadas de distribuir el producto a mercados Nacionales o Internacionales estos pueden ser:	

Continúa

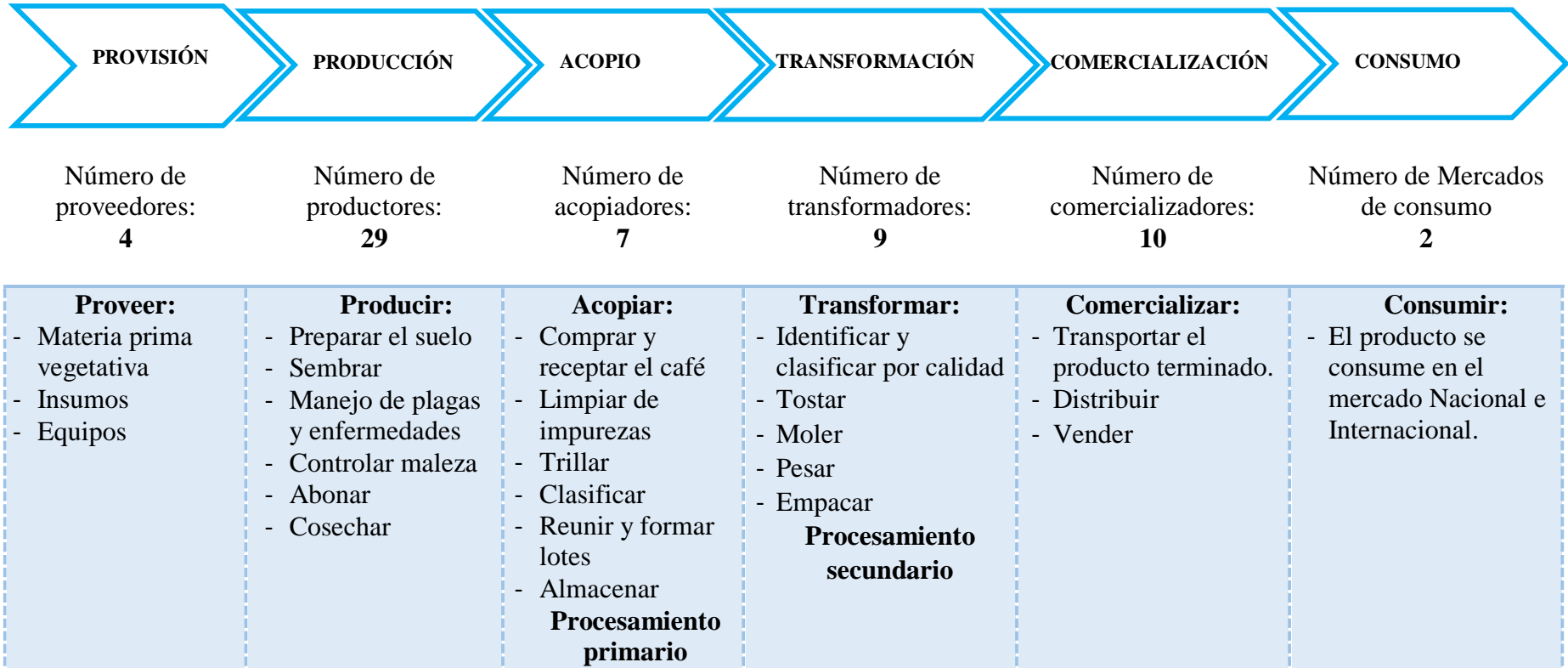
<ul style="list-style-type: none"> - Minoristas y mayoristas a nivel nacional - Exportadores a nivel internacional 	<p>comercialización de todos los productos de uso y consumo humano en el país.</p> <ul style="list-style-type: none"> - AGROCALIDAD.- Agencia de Regulación y control fito y zoonosanitario, otorga permisos a casas comerciales de insumos agrícolas y certificaciones BPA.
6.CONSUMIDOR FINAL	
<p>Consumidor del producto a nivel nacional e internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - SRI: Servicio de Rentas Internas, gestiona la política tributaria, y otorga RUC (Registro Único de Contribuyente) Y RISE (Régimen Impositivo Simplificado). (Servicio de Rentas Internas, s.f.) - INEN: (Instituto Ecuatoriano de Normalización) otorga el sello de calidad, que es el reconocimiento a nivel nacional e internacional de un producto que se fabrica bajo un sistema de calidad aprobado (INEN, s.f.) - Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: Empresa estatal autónoma que se encarga del control y regulación de los productos que entran y salen del país. - Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca: Se encarga de las regulaciones nacionales del comercio con el mercado internacional.

Fuente: Encuesta realizada a proveedores, productores, acopiadores, transformadores, y comercializadores del cantón Loja, **Anexo 77.**

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

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

Figura 15 Funciones básicas de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional en el cantón Loja.



Fuente: Encuesta realizada a proveedores, productores, acopiadores, transformadores, y comercializadores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

A continuación, se presentan de manera resumida la clasificación de los actores de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa, la misma que se divide en directos e indirectos:

Tabla 9 Actores de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa

ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1. PROVEEDOR DE INSUMOS AGRÍCOLAS, MATERIA PRIMA VEGETATIVA Y MAQUINARIA	1. PRESTADORES DE SERVICIOS OPERACIONALES
Colinas Verdes y APECAEL	- SISTEMA BANCARIO otorga recursos financieros, entre estas instituciones tenemos: BANECUADOR, Banco de Loja, Coopmego, Banco Pichincha, entre otros.
2. PRODUCTORES	- TRANSPORTISTAS: Se encargan de la distribución de la carga en tres tipos: terrestre a nivel local, terrestre interprovincial y marítimos a nivel internacional, en el sector existen principalmente los siguientes transportes terrestres: Alma Loja, Compañía de Transporte de Carga Pesada CITAL y Vencedores del Valle.
Pequeños productores asociados a APECAEL	- Servicio de pilado/ trillado: Generalmente los centros de acopio ofrecen también este servicio.
3. ACOPIADORES	2. PRESTADORES DE SERVICIOS DE APOYO
- A nivel sectorial la asociación cafetalera APECAEL recepta la producción de caficultores asociados. - A nivel regional FAPECAFES recepta la producción de las asociaciones base en este caso APECAEL y lo exportan. Ambas asociaciones se encargan del procesamiento primario el cual consiste en limpiar de impurezas, trillar y clasificar.	- APECAEL: Otorga asesoramiento técnico, capacitación y financiamiento. - MAG: El gobierno nacional a través de esta institución impulsa el proyecto “Reactivación del Café y Cacao Nacional Fino de Aroma” con el que proporcionan asesoramiento técnico y capacitación - El GAD, MAG y el Gobierno Provincial han creado programas y eventos para el impulso del sector cafetalero no solo del cantón Loja sino a nivel provincial entre ellas tenemos: Loja sabor a café, La feria de Loja, entre otros.
4. TRANSFORMADORES	3. ORGANIZACIONES REGULADORAS
- Para mercados nacionales APECAEL se encarga del procesamiento secundario (tostar, moler y empacar)	- SEPS: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria: entidad que supervisa y controla a las organizaciones de este sector entre ellas asociaciones cafetaleras.
5. COMERCIALIZADORES/ EXPORTADORES	- ARCSA: Agencia de Regulación y Control Sanitario, otorga el registro sanitario, una certificación obligatoria para la comercialización de todos los productos de uso y consumo humano en el país.
- Minoristas y mayoristas a nivel nacional. - Exportador FAPECAFES a mercados internacionales.	- AGROCALIDAD.- Agencia de Regulación y control fito y zoonosanitario, otorga permisos a casas comerciales de insumos agrícolas y certificaciones BPA.
6. CONSUMIDOR FINAL	- SRI: Servicio de Rentas Internas, gestiona la política tributaria, y otorga RUC (Registro Único de Contribuyente) y RISE (Régimen Impositivo Simplificado). (Servicio de Rentas Internas, s.f.)
Consumidor del producto a nivel nacional e internacional.	- INEN: (Instituto Ecuatoriano de Normalización) otorga el sello de calidad, que es el reconocimiento a nivel nacional e internacional de un producto que se fabrica bajo un sistema de calidad aprobado (INEN, s.f.)

Continúa

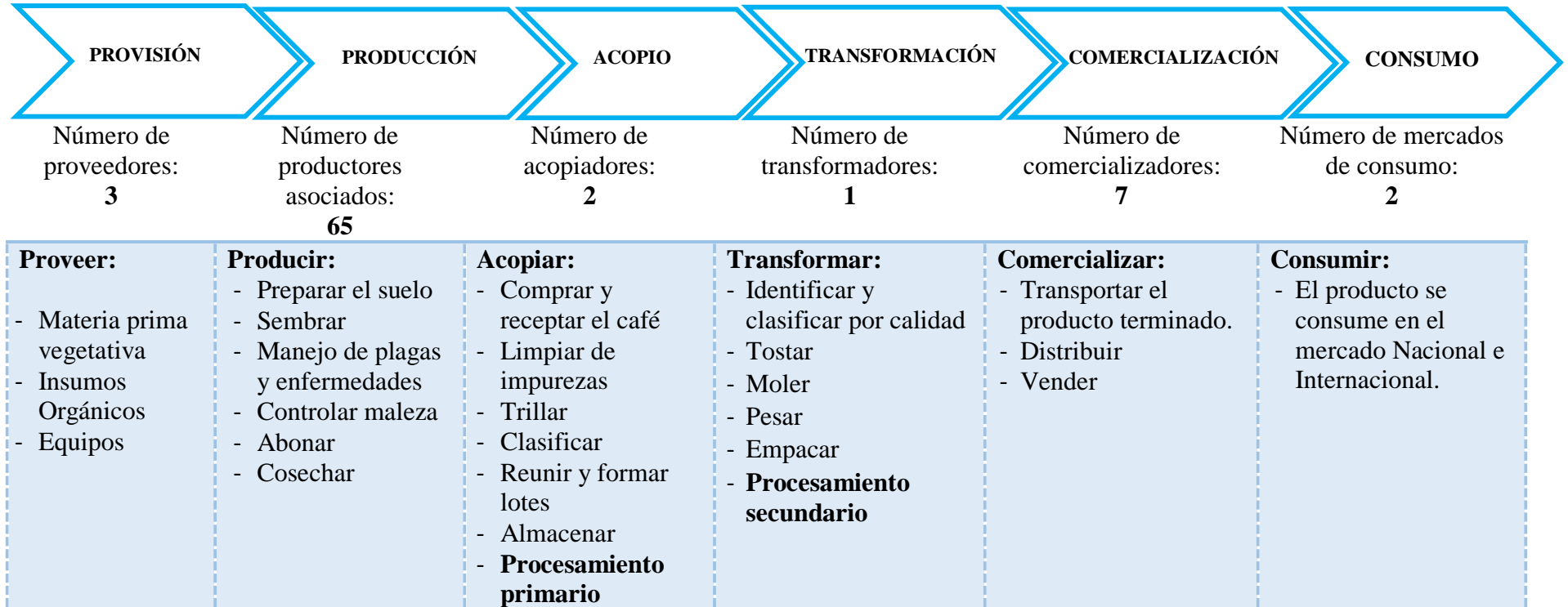
	<ul style="list-style-type: none">- Aduana: Empresa estatal autónoma que se encarga del control y regulación de los productos que entran y salen del país.- Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca: Se en carga de las regulaciones nacionales del comercio con el mercado internacional.
--	--

Fuente: Encuesta realizada a proveedores, productores, acopiadores, transformadores, y comercializadores del cantón Loja. **Anexo78.**

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

A continuación se presentan las funciones básicas de cada uno de los eslabones de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.

Figura 16 Funciones básicas de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa APECAEL en el cantón Loja.



Fuente: Encuesta realizada a proveedores, productores, acopiadores, transformadores, y comercializadores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

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

Una vez que se ha identificado los actores que participan en el desarrollo de las cadenas de valor del café tanto bajo la modalidad tradicional como asociativa, es hora de describir de manera específica las diferentes características, actividades, relaciones, destino, precios, riesgos, oportunidades, debilidades y fortalezas que posee cada actor, para lo cual se ha hecho uso de tablas en la organización de dicha información.

CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD TRADICIONAL

A continuación se presenta la caracterización de los 5 actores que pertenecen a la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional estos son: proveedor, productor, acopiador, transformador y comercializador o exportador, según sea el caso, esta cadena de valor está definida como aquella en la que el productor trabaja de manera independiente.

a. Proveedor

El primer actor de esta cadena de valor es el proveedor, bajo la modalidad tradicional las casas comerciales se encargan del aprovisionamiento ya sea de materia prima vegetativa, maquinaria o insumos, su importancia radica en la influencia que tienen en la calidad y los costos del producto final, a continuación se establece diferentes variables a describir representadas en la tabla:

Tabla 10 Caracterización de los Proveedores en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional.

VARIABLES	PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA VEGETATIVA	PROVEEDORES DE MAQUINARIA	PROVEEDORES DE INSUMOS
Características	Pueden ser los negocios particulares o los mismos productores.	Negocios propios que cuentan con maquinaria en stock para distintas actividades productivas, entre ellas el sector cafetalero.	Negocios particulares que abastecen de insumos agrícolas a los diferentes sectores del agro. Por su volumen de venta se consideran mayoristas.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> Estos proveedores pueden ser de dos tipos: formal cuando son negocios particulares que venden diferentes tipos de plántulas, no solo de café sino árboles frutales, ornamentales y medicinales, considerándose mayoristas; e informal cuando los mismos caficultores arman viveros para vender las plántulas a otros productores de café. Se encargan de proveer de materia prima vegetativa a los caficultores, ya sea en semilla o plántula. Los meses de mayor venta son octubre, noviembre, diciembre, enero y febrero meses que comprenden la etapa de siembra. En cuanto a las garantías ofrecidas al cliente están: asistencia técnica, capacitación y devolución por defectos y se otorga información respecto a nombre de la variedad, características de producción, manejo del producto y manejo de plagas y enfermedades. Generalmente la relación entre proveedor y productor es esporádica y trabajan en efectivo. Las variedades de café más vendidas en el sector son Catimor y Caturra rojo. 	<ul style="list-style-type: none"> Venta de maquinaria para el procesamiento del café. Cabe recalcar que los productores para secar el café hacen uso de tendales, marquesinas o camas elaboradas por ellos mismos, caso contrario lo secan sobre patios de cemento, para los demás procesos se usa maquinaria. 	<ul style="list-style-type: none"> Proveer insumos de tipo orgánico y agroquímico para el cultivo de café en cada etapa de la producción: siembra, nutrición, cuidado, prevención y tratamiento de enfermedades. Los meses de mayor venta son noviembre, diciembre, enero y febrero, en los cuales brindan también asistencia técnica informal. La forma de pago que ofrece a sus clientes es a través de créditos y efectivo.
Relación entre actores	Se relacionan esporádicamente con los productores.	Se relacionan esporádicamente con los productores, acopiadores o transformadores que requieren tecnificar su producción.	Se relaciona esporádicamente con los productores.
Destino	La parroquia Vilcabamba y parroquias aledañas como Malacatos, Quinara, Yangana y San Pedro de Vilcabamba, cantones como Quilanga y la provincia de Zamora.	Parroquias como Vilcabamba, Malacatos, Quinara, Yangana y San Pedro de Vilcabamba.	Parroquias como Vilcabamba, Malacatos, Quinara, Yangana y San Pedro de Vilcabamba.

Continúa

Precio de insumos	Es establecido en base al margen de utilidad, en promedio cada plántula, variedad Arábica tiene un precio de 0,34 ctvs de dólar.	Entre las principales: Trilladora cap. 50kg/h \$2.640,00; despulpadora cap. 50 kg \$1.790,00; medidor de humedad \$500,00; Tostadora de café cap. 25 lb. \$2.870,00; tanque plástico cap. 55 galones \$22,00.	Entre los principales: Herbicidas Paracuat (lt) \$5,50; Abono orgánico (qq) \$8,00; Fertilizante 15-30-15(qq) \$36,00; Insecticida Actelic (lt) \$14,50; Fungicida Alto 100 (lt) \$11,00.
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • Volúmenes de producción inestables requeridos por el mercado. Producto expuesto a la presencia de plagas y enfermedades que afectan desde la siembra. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria cada vez más sofisticada debido a los avances tecnológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Predominancia del cultivo de café tipo orgánico en el sector por lo que el uso de productos agroquímicos decrece poco a poco.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Sector con gran inclinación a la producción cafetalera por lo que la venta es constante. 	<ul style="list-style-type: none"> • - 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplio mercado agrícola.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Materia prima vegetativa sujeta a la temporada, por lo que ya no sirve para el siguiente año, • El producto requiere de cuidado y ambiente idóneo para su crecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos con precios no muy accesibles, por lo que con el trascurso de tiempo la maquinaria no vendida se vuelve obsoleta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquiere los insumos y los comercializa para diferentes tipos de cultivo, mas no los produce. • Comercialización a pequeña escala. • Productos con periodos de caducidad que al no tener salida del local significan pérdidas económicas.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • La comercialización de plántulas es variada, no solo de café sino también plántulas ornamentales, medicinales, y otras. • Gran variedad de plántulas ornamentales, medicinales y frutales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de maquinaria destinada para diferentes actividades productivas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Brinda información sobre el uso de los insumos.

Fuente: Anexos 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

b. Productor

Dentro del segundo eslabón de la cadena se encuentra el productor, uno de los actores más importantes por su participación en la generación del café de calidad, ellos se encargan de la siembra, cultivo, cosecha y pos cosecha principalmente, a pesar de ser el eslabón más valioso también es el que corre más riesgos de producción como plagas, enfermedades, cambios climáticos, etc. En la cadena de valor tradicional el productor puede ser de dos tipos: calificado y no calificado, diferenciados principalmente por las técnicas de cultivo empleadas y la calidad del producto para el mercado nacional e internacional.

Tabla 11 Caracterización del productor en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional.

VARIABLES	PRODUCTORES DE CAFÉ NO CALIFICADOS	PRODUCTORES DE CAFÉ CALIFICADOS
Características	<ul style="list-style-type: none"> El productor, en este caso se caracteriza por su labor independiente y trabajo a pequeña escala, sin ningún tipo de técnicas de cultivo o producción de café. Representa el 90% de productores tradicionales, de donde el 58% son de género masculino y el 42% femenino, la edad promedio es de 58 años, y cerca de 21 años vienen trabajando en el sector cafetalero, otra de las características sobresalientes de este actor es el nivel de educación, el 12% de productores no calificados no tuvieron estudios, el 54% primaria, el 19% secundaria y el 15% restante de tercer nivel. El 35% de caficultores fueron capacitados en temas de elaboración de insumos, procesos productivos y tratamiento de la tierra, siendo el MAG el principal capacitador. 	<ul style="list-style-type: none"> El productor se caracteriza por su labor independiente bajo técnicas de producción y estándares de calidad. Representa el 10% de productores tradicionales, de donde el 100% son de género masculino, la edad promedio es de 42 años, y cerca de 10 años vienen trabajando en el sector cafetalero, otra de las características sobresalientes de este actor es el nivel de estudios, es así que el 67% de productores calificados tuvieron una educación de tercer nivel, y el 33% de cuarto nivel. El 67% de caficultores fueron capacitados sobre temas de elaboración de insumos, procesos productivos y tratamiento de la tierra siendo el MAG el principal capacitador.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> El productor es el encargado del manejo de la tierra, siembra, cuidado y cosecha. Los productores se encuentran principalmente en las parroquias de Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba Quinara y Yangana. El proceso productivo fue heredado de generación en generación por lo que su metodología está muy arraigada, sin dar paso a los avances científicos y tecnológicos ofrecidos en la actualidad. La cosecha del grano no es uniforme es decir sin distinguir estado de madurez verde, amarillo rojo. El 73% de cultivos son de carácter orgánico, es decir se elimina el uso de insecticidas, fungicidas, y otros de tipo agroquímico. El 50% poseen cultivo de riego y el 50% restante temporal. La edad promedio de la plantación es de 12 años. Cada año siembran más plántulas y cortan las plantas cafetaleras que así lo requieran. 	<ul style="list-style-type: none"> El proceso productivo se ha adaptado a técnicas modernas de cultivo, tratado y procesamiento del café. La cosecha del grano es uniforme es decir solo maduro (rojo o amarillo según sea la subvariedad). El 67% de cultivos son de carácter orgánico. El 100% poseen cultivo de riego. La edad promedio de la plantación es de 3 años. Cada año siembran más plántulas y cortan las plantas que así lo requieran. En promedio la inversión inicial de una ha. para la producción de café es de \$3.733,33 De manera general el productor calificado destina 5 ha. para la producción de café y siembran 3.167 plántulas/ha, el rendimiento

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> En promedio la inversión inicial de una ha. para la producción de café es de \$1.394,23 De manera general el productor no calificado destina 1 ha. para la producción de café y siembra 2.222 plántulas/ha, por lo cual el rendimiento promedio es de 4 quintales por hectárea. Entre las subvariedades arábicas más utilizadas están: 1° Caturra Roja, 2° Típica y 3° Catimor. 	<p>promedio es de 9 quintales por hectárea, lo que refleja las diferencias en las prácticas agronómicas entre el caficultor calificado y no calificado que repercuten directamente en la productividad.</p> <ul style="list-style-type: none"> Entre las subvariedades arábicas más utilizadas están: 1° Caturra Roja, 2° Geisha y 3° Borbón Rojo.
Relación entre actores	<ul style="list-style-type: none"> El caficultor no calificado se relaciona esporádicamente con centros de acopio en donde venden su producción ya sea en cereza, bola seco, pergamino seco o pilado, representan el 81% El 19% de caficultores no calificados buscan en los centros de acopio el servicio de pilado más no la venta de su producción, puesto que se relacionan con el cliente final de manera directa al ofrecerle café tostado y molido. Es importante mencionar que de este 19%, el 60 % cuenta con marca propia. 	<ul style="list-style-type: none"> El caficultor calificado que se relaciona formalmente con el acopiador, que se encarga de adquirir la producción, trillar, limpiar de impureza, clasificar y empacar para posteriormente exportar el producto en grano verde, representa el 67%. Sin embargo existen también aquellos productores calificados que se relacionan con el acopiador esporádicamente al pedir que les brinden el servicio de pilado, para posteriormente llevarse su producción y exportarla en grano verde, representan el 33%.
Destino del café	<ul style="list-style-type: none"> El destino del café pilado son los centros de acopio del cantón Loja, y centros de cantones aledaños como Cariamanga. El productor actúa como acopiador y transformador por lo que el destino del café en estado tostado y molido son las ciudades de Loja, Machala, Cuenca, Quito y Guayaquil. 	<ul style="list-style-type: none"> El café pergamino seco primero se acopia en la ciudad de Loja y posteriormente es enviada a la ciudad de Quito en donde se prepara para su posterior exportación.
Precio del qq. de café según el estado en que se encuentra	<p>El precio del café para el mercado nacional en cereza es de \$100,00, (aproximadamente 20 latas de 33 libras equivalen a un quintal de pergamino seco, cada lata cuesta \$5,00), en bola seco \$110 por quintal, en pergamino seco \$120 el quintal, pilado \$125 por quintal y molido \$360 por quintal.</p>	<p>El precio del quintal de café en estado pergamino seco es de \$350,00 y pilado \$400,00</p>
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> La variación de cambios climáticos, plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya y la broca. Los jóvenes están abandonando los campos para emigran a las ciudades, y poco a poco los cultivos van disminuyendo. Precios inestables para su producto. 	<ul style="list-style-type: none"> La variación de cambios climáticos, plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya y la broca. Los jóvenes están abandonando los campos para emigran a las ciudades, y poco a poco los cultivos van disminuyendo. Caída de precios internacionales.
Oportunidades	<p>El cantón Loja es una zona con características potenciales para el cultivo de café principalmente la altitud 2.100 m.s.n.m. y temperatura 15°C.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> Precios estables para su producto.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> Pensamientos negativos ante la idea de trabajo en equipo como organizaciones asociadas. Falta de establecimiento de costos en los procesos productivos. La edad promedio es de 58 años, con un proceso productivo que viene de generación en generación por lo cual existe resistencia al cambio y dificultades para adaptarse a las nuevas tecnologías. Cientes no fijos. Niveles de educación principalmente: primaria 54%, y secundaria 19%. Desconocimiento de mercados La calidad le abre caminos en el mercado nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Pensamientos negativos ante la idea de trabajo en equipo como organizaciones asociadas. Falta de establecimiento de costos en los procesos productivos.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad de terrenos propios A pesar de las dificultades existentes para la producción de café los caficultores tienen 	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad de terrenos propios La edad promedio es de 42 años de edad lo que le ha permitido adaptarse a las nuevas tecnologías y a la producción tecnificada.

Continúa

	esperanzas sobre la mejora, principalmente de los precios y no quieren abandonar sus cultivos.	<ul style="list-style-type: none">• La producción no es necesariamente orgánica, pero la calidad del producto les abre caminos a mercados internacionales.• Clientes fijos• El 67% de productores calificados tienen una educación de tercer nivel, y el 33% de cuarto nivel.
--	--	---

Fuente: Anexos 13, 16,18, 20,22, 24, 28,31,35,41,46,47,49,51,61,63, 65, 68, 72.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

c. Acopiador

El tercer actor es el acopiador, se encarga de adquirir la producción a caficultores independientes, aplicar el procesamiento primario el cual consiste en trillar, limpiar de impurezas, clasificar, formar lotes y prepararlos, ya sea para la exportación o para la transformación, según sea el caso, se ha dividido en dos tipos: el acopiador de productores no calificados y el acopiador de productores calificados, descritos a continuación.

Tabla 12 Caracterización de los acopiadores en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional.

VARIABLES	ACOPIADORES DE CAFÉ DE PRODUCTORES NO CALIFICADOS	ACOPIADORES DE CAFÉ DE PRODUCTORES CALIFICADOS
Características	Existencia de 5 centros de acopio en el cantón Loja y 2 en el cantón Cariamanga, que reúne grandes cantidades de café, provenientes de productores no calificados.	El Sr. Roberto Jiménez reúne grandes cantidades de café, provenientes de productores calificados de la región sur del Ecuador, quien, a través de su empresa “Capamaco trading”, exporta a mercados internacionales.
	Maneja volúmenes considerables de café y cuentan con maquinaria y personal aptos para el procesamiento del producto.	
Descripción de actividades	Se encarga de acopiar el café, ya sea en cereza, bola seca o pergamino seco y aplicar el procesamiento primario, el cual consta de limpiar de impurezas, trillar, clasificar, y formar lotes de producción. El café acopiado procede principalmente de las parroquias del cantón Loja	Se encarga de acopiar el café en pergamino seco, y prepararlo para exportación, en este caso se aplica el procesamiento primario (limpiar de impurezas, trillar, clasificar, y empacar). Acopia la producción de algunos cantones de la provincia de Loja, Zamora y El Oro.
	<ul style="list-style-type: none"> • El pago por el producto es de contado. • También actúa como prestador de servicios operacionales pues otorgar el servicio de pilado-trillado para algunos productores, sin actuar como acopiador. 	
Relación entre actores	Adquiere el producto a pequeños productores no calificados a nivel cantonal y provincial para venderlo a un transformador, su relación es de tipo esporádica.	Se relaciona formalmente con pequeños productores calificados a nivel cantonal y provincial, preparan la producción para posteriormente exportarla, por lo que se relaciona formalmente con el cliente.
Destino del café	El destino del café pilado es el cantón Loja y Cariamanga.	El destino del café grano verde preparado para exportación es el puerto de Guayaquil, de donde se exporta al exterior.
Precio del servicio	El precio del servicio de trillado o pilado es de \$5,00 por quintal.	El precio del servicio de trillado, clasificado, limpia y empaque para exportación es de \$18,00 por quintal.
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • Posibles riesgos de inseguridad o accidentes, en especial cuando el producto se encuentra en una sola bodega • Precios inestables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibles riesgos de inseguridad o accidentes, en especial cuando el producto se encuentra en una sola bodega • Caída de precios internacionales. • Baja producción en el sector con estándares de calidad para la exportación.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Requerimiento del mercado en grandes cantidades. • Caminos sin problemas de transitabilidad. • Sector productivo. 	
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria antigua u obsoleta para el procesamiento del café • Falta de establecimiento de costos y planificación en los procesos productivos pues actúan en función de la demanda. • Adquisición de la materia prima sin mayores exigencias de calidad, por lo que el producto es de baja calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura arrendada

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con certificaciones internacionales. 	
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Años de experiencia desempeñando este papel de acopiador en la cadena de valor. • Trabajan con pagos en efectivo y al contado que es lo que generalmente buscan los productores. • Infraestructura propia 	<ul style="list-style-type: none"> • Años de experiencia desempeñando este papel de acopiador en la cadena de valor. • Trabajan con pagos en efectivo y al contado que es lo que generalmente buscan los productores. • Maquinaria de punta para el procesamiento del café • Establecimiento de la contabilidad y de costos en los procesos productivos. • Café de gran calidad para el mercado. • Adquisición de la materia prima con estándares de calidad para exportación, como tamaño del grano y grado de humedad.

Fuente: Anexos 83, 84, 87, 88, 89, 90, 115.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

d. Transformador

El cuarto eslabón es el transformador, persona encargada del procesamiento secundario del café el cual consiste en modificar la materia prima y agregar valor al producto final al tostar, moler y empaclar para venderlo a mercados nacionales, en este caso el transformador para productores no calificados se subdivide en transformador industrializado y artesanal, no existe transformador para el productor calificado pues a su producción solo se aplica el procesamiento primario realizado por el acopiador.

Tabla 13 Caracterización de los transformadores en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional

VARIABLES	TRANSFORMADOR PARA PRODUCTORES NO CALIFICADOS		TRANSFORMADOR PARA PRODUCTORES CALIFICADOS
	TRANSFORMADOR INDUSTRIALIZADO	TRANSFORMADOR ARTESANAL	
Características	<ul style="list-style-type: none"> El 67% de la población está representado por el transformador industrializado definido como aquel que tiene su propia marca y registro sanitario, entre ellas se tiene: Café Don Víctor, Café San José, Vilcaroma Padilla Coffe, Café Malacatos, Café Tiesto y Café Reyes. El 100% de transformadores industrializados tienen marca propia y registro sanitario. La comercialización de su producto es de manera formal porque distribuye el producto a través de micro, pequeñas y medianas empresas. En promedio transforman cerca de 120 quintales de café al año obtenidos de caficultores independientes. 	<ul style="list-style-type: none"> El 33% de la población está representado por el transformador artesanal definido como aquel productor no calificado que procesa el café y lo vende listo para el consumo, sin marca ni registro sanitario. El 100% de transformadores artesanales no tiene ni marca ni registro sanitario. La comercialización del producto es informal porque hace uso de lugares de afluencia pública como parques y vías públicas. En promedio transforman cerca de 3 quintales al año que es solo su producción. 	No hay transformador puesto que el producto después de haber pasado por las pruebas y controles de calidad, es preparado para exportación (procesamiento primario para exportación el cual consta de limpiar de impurezas, trillar, clasificar, y empaclar).
Descripción de actividades	Se encargan del procesamiento secundario, consiste en tostar el café, hasta que conserve sus propiedades organolépticas aptas para el consumo, moler y finalmente empaclar. La unidad de medida es el gramo y generalmente se empaclan unidades de 400 a 450gr, equivalente a 1 libra.		
	No manejan facturas al adquirir la materia prima para su transformación, pero sí para la venta del producto final.	No entregan facturas al cliente final.	
Relación entre actores	<ul style="list-style-type: none"> El transformador se relaciona esporádicamente con el acopiador y el comercializador o el cliente final. Cuando el mismo acopiador desarrolla el papel de transformador se relaciona esporádicamente con el productor y comercializador o el cliente final. 	Cuando el productor no calificado desarrolla el papel de transformador y comercializa su café de manera informal, este se relaciona esporádicamente con el cliente final.	
Destino del café	El transformador industrializado distribuye en las ciudades de Quito, Loja (Vilcabamba, Malacatos),	El transformador artesanal distribuye en las parroquias de Vilcabamba y Malacatos principalmente.	

Continúa

	Cuenca, Machala y Guayaquil principalmente.		
Precio del servicio	El precio del servicio de tostado y molido es de \$35,00 por quintal.	El precio del servicio de tostado y molido es de alrededor de \$20,00 por quintal.	
Riesgos	Saturación de marcas de café en el mercado.	Saturación de marcas de café en el mercado.	
Oportunidades	• -	• -	
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de visión para la creación de nuevas líneas de productos derivadas del café. • Falta de planes de producción y marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de visión para la creación de nuevas líneas de productos derivadas del café. • Falta de planes de producción y marketing. • El producto no tiene marca y ni registro sanitario. • Comercialización informal. • La producción es artesanal por lo que no cuentan con maquinaria adecuada. • Transforma alrededor de 3 quintales al año lo que indica deficiente capacidad de procesamiento. • No llevan contabilidad. 	
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • El producto tiene marca y registro sanitario. • Comercialización formal. • La producción hace uso de tecnología. • Establecimiento de costos y registros de contabilidad. • Transforma alrededor de 120 quintales al año, lo que indica mayor capacidad de procesamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existen intermediarios para llegar al cliente final. 	

Fuente: Anexos 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 100, 102,103, 106.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

e. Comercializador/ Exportador

El quinto actor es el comercializador para productores no calificados, cuyo producto lo distribuyen a mercados nacionales; y, exportador para productores calificados cuya producción es exportada a mercados internacionales.

Tabla 14 Caracterización de los comercializadores en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional.

VARIABLES	COMERCIALIZADORES DE PRODUCTORES NO CALIFICADOS	EXPORTADOR DE PRODUCTORES CALIFICADOS
Características	<ul style="list-style-type: none"> Comercializadores del sector y de las principales ciudades del país como tiendas, bodegas y Micromercados en donde también comercializan otros productos. 	<ul style="list-style-type: none"> “Capamaco trading” que además de acopiador actúa como exportador al contar con licencia.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> Se encargan de distribuir el café tostado y molido en unidades equivalentes a 200, 400 o 450 gr. hacia diferentes ciudades del país. Es importante mencionar que la comercialización es de dos tipos, formal cuando el transformador entabla relación con micro, pequeñas, medianas o grandes empresas y llegan a ellas con un producto que tenga marca patentada y registro sanitario, el producto es expuesto en perchas o vitrinas para su posterior venta; y es informal cuando el transformador lo empaca muchas de las veces sin marca, ni registro sanitario y lo comercializa de manera informal en lugares de afluencia pública como parques, mercados y calles. 	<ul style="list-style-type: none"> Se encarga de transportar al puerto en Guayaquil el café listo para exportación, con trámites aduaneros, y permisos. Exporta aproximadamente un contenedor por año de 400 quintales, acopiados de diferentes cantones de la provincia de Loja, Zamora y El Oro.
Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con los transformadores y el cliente final.	Se relaciona formalmente con productores calificados y clientes del mercado internacional.
Destino del café	El principal destino del café en estado molido son las ciudades de Loja (Vilcabamba, Malacatos), Machala, Cuenca Quito y Guayaquil.	El destino del Café en grano verde es Taiwán, Corea del Sur y Estados Unidos.
Precio de venta del café	La libra de café (450 gr.) tostado, molido y empacado llega al cliente final con un precio promedio de \$3,60.	<ul style="list-style-type: none"> El precio del quintal del café de exportación puede variar de entre los \$350,00 a \$500,00, dependiendo de la calidad del mismo.
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> Gran cantidad de marcas en el mercado. Ser víctima de la delincuencia. Existencia de diversos sustitutos del café 	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de diversos requerimientos y trámites, que se convierten en trabas a la hora de exportar. Mercado competitivo en el que participan exportadores de gran calidad de café de todo el mundo como Colombia, Vietnam, etc. Desplome de los precios internacionales. El Ecuador no tiene reconocimiento como productor de café. Posibles retrasos en la entrega de la mercancía a puerto por múltiples causas como demoras en el transporte, complicaciones aduaneras, documentos incompletos. Economía del país inestable. Aumento de tasa, aranceles. Modificaciones en las reglamentaciones para exportar tanto en el país de origen como destino.

Continúa

		<ul style="list-style-type: none"> • Productos estropeados, robados o perdidos en el transporte. • Posible comprador que incumpla el pago o que pretenda que no ha recibido la mercancía. • Riesgos en el cambio de moneda causado por las fluctuaciones de la misma.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • El café es un producto de consumo masivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplio mercado consumidor de café a nivel internacional.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • - 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente no cuenta con ningún tipo de certificación internacional. • Mayores costos de exportación al exportar un contenedor por año.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente los ingresos del comercializador no dependen de un solo producto como el café sino de varios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producto con estándares de calidad a pesar de no estar orientado a la producción orgánica. • Negociación directa con el cliente. • Acceso a mercados internacionales. • Uso del incoterms como el FOB y CIF.

Fuente: Anexos 111, 112,113, 114,115.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD ASOCIATIVA

La asociatividad es un mecanismo de cooperación conjunta a través de la cual las personas alcanzan los objetivos compartidos. En el cantón Loja la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa cuenta con 3 organizaciones importantes para su desarrollo: **Colinas Verdes** una fundación no gubernamental sin fines de lucro que apoya continuamente con capacitación, financiamiento y maquinaria a la asociación cafetalera sectorial denominada **APECAEL** que acoge a productores de las 5 parroquias, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Quinara y Yangana, luego se encuentra **FAPECAFES** la federación cafetalera regional que acoge a 6 asociaciones base incluida APECAEL. A continuación se detalla cada una de ellas.

COLINAS VERDES

Fundada en 1993, la Fundación Colinas Verdes es una organización no gubernamental (ONG) independiente, sin fines de lucro con sede en el sur de Ecuador, en la ciudad de San Pedro de Vilcabamba (a unos 2 km de la ciudad turística de Vilcabamba). Este grupo colabora con organizaciones, ya sean agencias gubernamentales o donantes del sector privado, de todo el mundo.

Misión: Impulsar la acción proponiendo un esfuerzo comunitario que contribuya a la conservación de los recursos naturales y la protección del medio ambiente y que se enmarque en el marco del desarrollo sostenible y las capacidades de la fundación.

Objetivo general: Ser la fuerza impulsora detrás de educar a la población local sobre la necesidad y las responsabilidades involucradas con la conservación de la naturaleza y la protección del medio ambiente a nivel institucional, comunitario, familiar e individual.

(Colinas Verdes, s.f.)

La organización colinas verdes impulsó el proyecto denominado “Fortalecimiento organizativo técnico y económico para los pequeños productores de café de la zona sur oriental

(Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara) como un mecanismo de generar ingresos y fuentes de trabajo”. El cual consistía en mejorar la producción de café en la zona a través de diferentes actividades como: Capacitación en temas relacionados a la organización producción, desarrollo personal y calidad de café; diagnóstico situacional de los cafetales, en los cuales identificaron plantaciones demasiado antiguas que disminuían el rendimiento por hectárea, por lo que se plantó semillas nuevas provenientes de semilleros comunitarios y familiares impulsados por colinas verdes en trabajo conjunto con los cafetaleros asociados, quienes aportaban con semillas escogidas o mano de obra a cambio de plántulas, también se hizo el control de plagas y enfermedades, principalmente la broca y la roya, elaborando productos 100% orgánicos para combatirlos

A continuación, se presenta la caracterización de los 5 actores que pertenecen a la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa, estos son: proveedor, productor, acopiador, transformador y comercializador o exportador, según sea el caso, esta cadena de valor está definida como aquella en la que el productor forma parte de una asociación.

APECAEL

En el cantón Loja se ha identificado la asociación cafetalera denominada APECAEL, Asociación Agroartesanal de Pequeños Productores de Café Especial del Cantón Loja, es una organización de pequeños productores de las parroquias de Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara, que generan de manera sostenible y asociativa café especial 100% orgánico, contribuyendo a mejorar la situación socio económica de los caficultores del sector (Mosquera, 2018).

Requisitos para ser socio de APECAEL

Los requisitos para ser socios de APECAEL son los descritos a continuación, sujetándose a posibles cambios aprobados por asamblea general.

- Presentar una solicitud a la administración de la APECAEL.

- Presentar una copia de documentos personales (cédula y certificado de votación actualizado).
- Llenar el formulario básico (solicitar en administración).
- Permitir y acompañar a un representante de APECAEL a una visita de su huerta para elaborar un informe de aceptación o negación.
- Someterse a la normativa de producción orgánica de la APECAEL.
- Firmar la carta compromiso entre APECAEL y el socio (a).
- Pago de derecho de inscripción luego de ser aceptado como socio por la Junta Directiva, como consta en el reglamento.
- Dar información a un representante de APECAEL, para elaborar la ficha del productor.
- Y demás requisitos que contempla en Reglamento Interno de APECAEL.

FAPECAFES

La Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur del Ecuador, FAPECAFES, trabaja de manera conjunta con 6 asociaciones base: PROCAP (Asociación Agroartesanal de Productores de Café de Altura Puyango), APECAM (Asociación de Pequeños Productores de Café Especial de Marcabelí), PROCAFEQ (Asociación Agroartesanal de Productores de Café de Altura de Espíndola y Quilanga), APECAP (Asociación de Productores Ecológicos de Altura de Palanda), ACRIM (Asociación Agropecuaria Artesanal de Productores Orgánicos “Cuencas de Río Mayo”) y APECAEL (Asociación Agroartesanal de Pequeños Productores de Café Especial del Cantón Loja), cuyo objetivo principal es la eliminación de intermediarios para la exportación de cafés especiales, producto de una agricultura sustentable que permiten la conservación del medio ambiente. La federación se encargan del proceso de recepción del café de diferentes zonas, preparación del café para exportación, embarques, negociación de contratos, fijación de precios, seguimiento

de cobro de ventas, pagos a cada asociación, entre otras. (Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur [FAPECAFES], s.f.)

Tabla 15 Datos generales

N°	NOMBRE	FECHA DE CREACIÓN	ÁMBITO DE INFLUENCIA	UBICACIÓN DE LA SEDE	ACTUAL PRESIDENTE	NÚMERO DE SOCIOS
1.	FAPECAFES	23 de septiembre del 2002	Región sur del Ecuador, provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.	Catamayo: Vía a Cariamanga Km 2 ½, El Salado.	Sr. Vinicio Martínez	1.800
2.	APECAEL	18 de marzo de 2008	Cantón Loja.	Parroquia San Pedro de Vilcabamba sobre la vía antigua a Vilcabamba.	Sr. Fulvio Salinas	65

Fuente: La presente tabla fue elaborada en base a los sitios web oficiales tanto de APECAEL (Mosquera, 2018) como de FAPECAFES (Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur [FAPECAFES], s.f.)

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

a. Proveedor

El primer actor identificado en esta cadena de valor es el proveedor, el mismo que se encarga de la provisión de materia prima vegetativa, maquinaria o insumos, bajo la modalidad asociativa APECAEL y Colinas Verdes toman un importante papel como se describe a continuación:

Tabla 16 Caracterización de los proveedores en la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa

VARIABLES	PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA VEGETATIVA	PROVEEDORES DE MAQUINARIA	PROVEEDORES DE INSUMOS/ APECAEL
Características	La Fundación Colinas Verdes es una Organización no gubernamental independiente sin fines de lucro que colabora con el desarrollo del proyecto denominado “Fortalecimiento organizativo técnico y económico para los pequeños productores de café de la zona sur oriental, como un mecanismo de generar ingresos y fuentes de trabajo” cuyo objetivo principal era el fortalecimiento económico que se lograría únicamente si se mejora el sistema productivo del café.	La asociación cafetalera APECAEL junto con la Fundación Colinas Verdes, Cruz Roja y otras instituciones han desarrollado proyectos en beneficio del sector cafetalero, entre ellos la provisión de maquinaria.	La Asociación Agroartesanal de Pequeños Productores de Café Especial del Cantón Loja (APECAEL), actúa como el principal proveedor de insumos mediante dos formas la primera a través de capacitaciones para que sus socios elaboraren sus propios insumos y la segunda a través de la planta de abonos orgánicos en la que los caficultores pueden adquirir diferentes productos de este tipo (orgánicos).
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> • La fundación impulsa proyectos en beneficio del sector, liderando la iniciativa, semilleros comunitarios, en donde mantiene plántulas de café y otras plantas tropicales, el cual está abierto al público. • Entre las subvariedades más usadas por el productor asociado están Colombia 6, Caturra rojo. 	<ul style="list-style-type: none"> • La gestión de proyectos con financiamiento del exterior, permitió adquirir maquinaria con tecnología sofisticada para el procesamiento del café, la cual está orientada hacia la asociación y a los productores asociados, así se tiene: • Actualmente la asociación cuentan con dos centros de beneficiado ubicados en la parroquia San Pedro de Vilcabamba y en Quinara, los mismos que están equipados con maquinaria para el procesamiento primario y secundario del café. • Así mismo los productores asociados han sido dotados con maquinaria para el procesamiento primario como despulpadora, tanques de boyado, marquesina, fermentadores, tanques de aguas mieles, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • La asociación realiza capacitaciones para los productores asociados en diferentes temáticas, entre ellas está la elaboración de insumos orgánicos, tanto para la nutrición como para la prevención de plagas y enfermedades, si el socio no está en condiciones de producirlos, la asociación tiene una planta de abonos orgánicos en donde comercializa estos insumos bajo el nombre APECAEL, no solo para la producción de café sino para arboles tropicales, además del cultivo de babaco, tomate y fréjol, algunos insumos están listos para la venta, pero para otros productos más elaborados es necesario un pedido previo. • La forma de pago que ofrece a sus clientes es en efectivo, además se brinda información sobre el uso de los insumos.
Relación entre actores	Se relacionan exclusivamente con los productores asociados.	Es una labor conjunta entre la asociación y la fundación Colinas Verdes, en beneficio de los productores asociados por lo que su relación es de tipo exclusiva	Se relacionan esporádicamente con los productores de la asociación APECAEL.

Continúa

Destino	Los caficultores asociados de la zona sur oriental (Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara).	Los caficultores asociados de la zona sur oriental del cantón Loja (Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara).	Los insumos elaborados son vendidos en la planta de abonos orgánicos para el público en general y con descuentos especiales para los socios.
Precio de insumos	<ul style="list-style-type: none"> El precio mínimo de la plántula es 0,15 ctvs., o en su defecto, un caficultor puede llenar 500 fundas para la siembra de las semillas y tiene derecho a 100 plántulas. 	<ul style="list-style-type: none"> Donaciones obtenidas a través de gestiones. 	<ul style="list-style-type: none"> Abono sólido tipo bocash completo a 7 dólares el saco. Abono líquido tipo biol normal 1 dólar el litro. Abono líquido tipo Supermagro 1,50 el litro. <p>Existen otros productos como sulfocálcicos, microorganismos sólidos y líquidos, fosfitos, caldo bordeles, caldo de ceniza, entre otros.</p>
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> Producto expuesto a la presencia de plagas y enfermedades que afectan desde la siembra. 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> .
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Iniciativa que tiene apoyo y respaldo de los caficultores del sector quienes son los principales beneficiados. Sector con gran inclinación a la producción cafetalera por lo que la venta es constante. 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo de organismos internacionales para el financiamiento de proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> Predominancia del cultivo de café tipo orgánico por lo que el uso de este tipo de insumos crece día a día en el sector.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> Materia prima vegetativa sujeta a la temporada, por lo que ya no sirve para el siguiente año. El producto requiere de cuidado y ambiente idóneo para su crecimiento. Producción a pequeña escala por lo que las plántulas no son muy variadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> Comercialización a pequeña escala orientada a pocos cultivos como babaco, café, frejol y tomate Productos con periodos de caducidad que al no tener salida del local significan pérdidas económicas.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> Gran sentido de colaboración y búsqueda del desarrollo integral del sector, por lo que no buscan utilidades. 	<ul style="list-style-type: none"> Tecnología de punta. Objetivos bien definidos con personal comprometido en la realización del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> Brinda información sobre el uso de los insumos. Elabora sus propios insumos y los comercializa. Personal técnico capacitado para la elaboración de insumos dentro de la planta de abonos orgánicos.

Fuente: Anexo 37, 116, 117,118.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

b. Productor

El segundo actor identificado es el productor asociado, quien aporta principalmente con terreno, mano de obra y cuidados para el cultivo de café orgánico.

Tabla 17 Caracterización del productor en la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.

VARIABLES	PRODUCTOR ASOCIADO
Características	<ul style="list-style-type: none"> Se caracterizan por su labor asociativo bajo estándares de calidad orgánicos. Representan el 38% de la población encuestada, en donde el 83% son de género masculino y el 17% femenino. La edad promedio de un productor asociado es de 64 años y trabajan en este sector alrededor de 31 años. El 100% de caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, principalmente en torno a la elaboración de insumos orgánicos, tratamiento de la tierra y procesos productivos, siendo la asociación APECAEL el principal capacitador. Así mismo, el nivel de estudios es un tema importante, pues el 72% de caficultores asociados terminaron hasta la educación primaria, el 16% secundaria, el 6% el tercer nivel y el 6% restante no tuvo estudios.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> El caficultor es el encargado del manejo de la tierra, siembra, cuidado y cosecha, posteriormente entrega la producción de café a la asociación (APECAEL) que reúne a productores de las 5 parroquias cafetaleras del cantón Loja: Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba Quinara y Yangana. El proceso productivo del café ha sido adaptado a las técnicas orgánicas de cultivo impulsadas por la asociación, gracias a la capacitación recibida. La cosecha del grano es solo maduro (rojo o amarillo, según sea la subvariedad). El 100% de cultivos son de carácter orgánico, es decir, el proceso productivo se basa en esta metodología. El 61% de cultivos son de riego y el 39% temporal. La edad promedio de la plantación es de 11 años, cada año siembran nuevas plántulas y cortan las plantas cafetaleras que así lo requieran. El promedio de inversión inicial en una ha. para la producción de café es de \$1.125 De manera general, el productor asociado destina 1,50 ha. de su terreno para la producción de café. Y siembran 2.543 pl/ ha, por lo cual el rendimiento promedio es de 7 quintales por hectárea. Las subvariedades arábicas más utilizadas son 1° Colombia 6, 2° Catimor y 3° Típica.
Relación entre actores	<ul style="list-style-type: none"> El 100% de caficultores se relacionan exclusivamente con la asociación, que toma el papel de acopiador sectorial y transformador.
Destino del café	<ul style="list-style-type: none"> El destino de la producción de café de cada productor asociado es APECAEL.
Precio del qq. de café según el estado	<ul style="list-style-type: none"> El precio del café cereza es de \$180,00 (aproximadamente 20 latas de 33 libras equivalen a 1,25 quintales de café pergamino, cada lata cuesta \$9,00) y el precio de 1,25 quintales de café pergamino seco es de \$195,00.
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> La variación de cambios climáticos, las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya y la broca. Los jóvenes están abandonando los campos para emigran a las ciudades, y poco a poco los cultivos van disminuyendo.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> El cantón Loja es una zona con características potenciales para el cultivo de café, principalmente por su altitud de 2.100 m.s.n.m. y temperatura de 15°C. Precios estables para su producto.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> Falta de establecimiento de costos en los procesos productivos. La edad promedio de un caficultor asociado es de 64 años, lo cual no le ha permitido adaptarse a las nuevas tecnologías. El 6% de productores asociados no tienen educación, el 72% solo la primaria, el 16% secundaria, y el 6% de tercer nivel.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> Productores que trabajan en equipo. La producción es orgánica cuya calidad les abre caminos a mercados internacional. Disponibilidad de terrenos propios. Predisposición para aprender y adaptarse a las formas de cultivo orgánico impulsado por la organización. Existencia de clientes fijos.

Fuente: Anexo 12, 14,15,17, 19, 21, 23, 27,30, 32, 34, 35,39, 40, 45, 47, 48, 50, 60, 62, 64, 67, 69, 71,74.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

c. Acopiador

Para la modalidad asociativa surgen dos tipos de acopiadores; a nivel sectorial APECAEL, quien reúne la producción obtenida de los pequeños caficultores asociados y envía dicho lote de producción a FAPECAFES; este actor se encarga de acopiar la producción de las 6 asociaciones base para exportar el producto. El acopiador es el encargado del procesamiento primario, el cual consiste en trillar, limpiar de impurezas, clasificar y empaçar.

Tabla 18 Caracterización del acopiador en la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.

VARIABLES	ACOPIADOR SECTORIAL APECAEL	ACOPIADOR REGIONAL FAPECAFES
Características	APECAEL actúa como acopiador sectorial al reunir la producción de café orgánico proveniente de 65 productores asociados.	FAPECAFES (Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur). Su principal característica es el trabajo conjunto con las asociaciones base de distintas regiones cafetaleras de la zona sur, estas son: PROCAP, APECAM, PROCAFEQ, APECAP, ACRIM y APECAEL por lo que acogen a alrededor de 1.800 productores.
	Manejan volúmenes considerables de café y cuentan con la maquinaria y el personal necesario para el procesamiento.	
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Es importante mencionar que, una vez aprobado el control de calidad respectivo, APECAEL forma dos lotes de venta, en el primero, el grano debe estar sobre la malla 15 y se destina a FAPECAFES, quien se encarga de exportarlo. El segundo lote, con granos sobre la malla 13 se queda en APECAEL y se procesa, todo lo que queda debajo de dicha malla se considera subproducto y es vendido a otras marcas. • APECAEL maneja el acopio en dos estados de café, el primero en pergamino seco y 12% de humedad, que es cuando el caficultor cuenta con la maquinaria para dejarlo en ese estado (tanques de boyado, despulpadora, fermentador y marquesina) y el segundo es cuando el caficultor no tiene la maquinaria para dejarlo en pergamino seco, por lo cual entregan el café en cereza roja (previamente boyado) en el centro de beneficiado comunitario de la asociación. Aproximadamente el 85% es entregado en pergamino y el 15% en cereza roja. • Los meses de acopio son: cuando el café está en pergamino seco desde agosto hasta octubre; y, en cereza roja, desde marzo hasta junio. • Trabajan con un sistema de estimación de la cosecha, en base a dicho cálculo, el productor tiene la opción de pedir un anticipo de hasta el 50 % del dinero que recibirá por su producción, y al realizar la entrega se cancela el total. • La producción del 2019 fue de 750 quintales de café pergamino seco, de los cuales 730 (el 97%) fueron destinado a FAPECAFES; y, 20 quintales (el 3%) se quedó en APECAEL para el tostado y molido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acopian la producción de café en pergamino seco de las diferentes asociaciones base, el grano debe estar sobre la malla 15, dicha producción pasa por un proceso de preparación para exportación que consta de: trillar, limpiar de impurezas, clasificar y empaçar (Procesamiento primario). • Trabaja bajo el sistema de estimación de la cosecha total de cada asociación base y esta cosecha es negociada en el mercado internacional, quienes otorgan por adelantado un abono por la compra.

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> También actúa como prestador de servicios operacionales, pues otorga el servicio de trillado y pilado para caficultores ajenos a la organización. 	
Relación entre actores	<ul style="list-style-type: none"> La asociación APECAEL se relaciona exclusivamente con productores asociados de las diferentes parroquias cafetaleras Quinara, Yangana, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, y Malacatos. Y con FAPECAFES, a quien envía la producción de los asociados y acopia el café a nivel regional, cuya relación es formal. 	<ul style="list-style-type: none"> Se relaciona formalmente con las asociaciones base y con el cliente, al contar con licencia de exportador.
Destino del café	<ul style="list-style-type: none"> La producción del 2019 fue de 750 quintales, de los cuales 730 fueron enviados a FAPECAFES, para su posterior exportación. Los 20 quintales restantes se quedaron en la asociación para transformarlo. 	<ul style="list-style-type: none"> El destino del café grano verde preparado para exportación es el puerto de Guayaquil de donde se exporta al exterior principalmente a American Coffe de Alemania y a otros países como Francia y Estados Unidos.
Precio del servicio	El precio del servicio de trillado es de \$15,00 por quintal.	El precio de preparación para exportación es de \$18,00.
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> Posibles riesgos de inseguridad o accidentes, en especial cuando el producto se encuentra en una sola bodega. Caída de precios internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Posibles riesgos de inseguridad o accidentes, en especial cuando el producto se encuentra en una sola bodega. Caída de precios internacionales.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Creciente demanda de café orgánico en el mercado internacional. Caminos sin problemas de transitabilidad. Sector productivo. 	
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> -
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> Asociaciones consolidadas en el mercado. Infraestructura propia y maquinaria de punta para el procesamiento del café. Café de gran calidad para el mercado. Establecimiento de costos en los procesos productivos, registros de contabilidad, y controles de calidad. Trabajo en equipo con las diferentes asociaciones base que conforman la federación. Compran la materia prima bajo exigencias de calidad, que sea de tipo orgánico, tamaño del grano y grado de humedad. Interés y conciencia ambiental de los socios Certificaciones: Fairtrade internacional (comercio justo) y SPP (Símbolo de pequeños productores) 	<ul style="list-style-type: none"> Certificaciones: Fairtrade internacional (comercio justo); USDA (producción orgánica); Agricultura Ecológica (productos orgánicos y cuidado del medio ambiente) y SPP (símbolo de pequeños productores)

Fuente: Anexo 117,118.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

d. Transformador

APECAEL, además de actuar como acopiador también es transformador, pues al remanente de café que no se exporta a través de FAPECAFES se aplica el procesamiento secundario, el cual consiste en tostar, moler y empaquetar. Es importante mencionar que FAPECAFES actúa como transformador del café bajo la marca “Victoria”, pero para efectos de esta investigación se lo tomó únicamente como exportador pues la producción obtenida de la asociación APECAEL (objeto de estudio) es comercializada al exterior en grano verde.

Tabla 19 Caracterización del transformador de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.

VARIABLES	TRANSFORMADOR/ APECAEL	TRANSFORMADOR/ FAPECAFES
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Una vez que APECAEL termina su papel de acopiador, actúa como transformador con el café cuyo grano está sobre la malla 13 pero debajo de la 15. • Es importante mencionar que comercializan el café bajo una marca APECAEL la misma que tiene registro sanitario. • Transforma 20 quintales anuales aproximadamente, lo que representa el 3% de la producción total. • Al adquirir el café se entrega un comprobante con el cual los caficultores asociados pueden cobrar en la caja de ahorros de la asociación de martes a viernes y domingos en horarios de 8am a 1pm. • Para la venta del producto final se entrega la factura correspondiente. 	No existe transformador puesto que el café únicamente se prepara para exportar (procesamiento primario) y se vende como materia prima en grano verde.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Con el lote que se queda en APECAEL se inicia el proceso de transformación (procesamiento secundario), que consiste en tostar los granos de café, moler y colocarlos primero en fundas plásticas y luego en bolsas de papel con la marca APECAEL, en presentaciones de 400gr y 200 gr. cada una, para su posterior distribución. 	
Relación entre actores	<ul style="list-style-type: none"> • Se relaciona exclusivamente con pequeños productores asociados y esporádicamente con comercializadores a nivel nacional. 	
Destino del café	<ul style="list-style-type: none"> • Se distribuye a nivel nacional en tiendas de tipo agroecológicas, o de comercio justo, principalmente Vilcabamba, Loja, Cuenca, Guayaquil, Ambato, Quito, Cañar. 	
Precio del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • El precio del servicio de tostado y molido es de \$15,00 por quintal. 	
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • Saturación de marcas de café en el mercado. • Mercado de consumo que prefieren precio antes que calidad por la falta de cultura a la hora de tomar café. • Mercado nacional con poco interés en productos orgánicos. 	
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • - 	
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de visión para la creación de nuevas líneas de productos derivadas del café. • Falta de planes de producción y marketing. • Marca no posicionada en el mercado. • Transforma alrededor de 20 quintales anuales, lo que indica que tienen maquinaria sub utilizada. 	
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • El producto tiene marca y registro sanitario • La comercialización es formal porque lo hace a través de tiendas de comercio justo. • La producción utiliza tecnología de punta. • Establecimiento de costos y registros de contabilidad. 	

Fuente: Anexo 117, 118.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

e. Comercializador / Exportador

La producción de los caficultores asociados tiene dos formas de comercialización, para el mercado nacional, bajo la marca APECAEL, producto tostado y molido; y, para el mercado internacional, en grano verde, a través de FAPECAFES.

Tabla 20 Caracterización del comercializador de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.

VARIABLES	COMERCIALIZADOR PARA APECAEL	EXPORTADOR/ FAPECAFES
Características	Se comercializa a través de tiendas de tipo agroecológicas o de comercio justo, que son quienes retransmiten los valores de APECAEL a los compradores finales.	FAPECAFES cuenta con licencia de exportador por lo que comercializa al exterior directamente.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> Se encargan de distribuir el café tostado y molido en unidades equivalentes a 200gr y 400 gr. Es importante mencionar que la comercialización es formal en tiendas comerciales, llegando a ellas con un producto que tiene marca patentada y registro sanitario, para ser expuesto en perchas o vitrinas. 	<ul style="list-style-type: none"> Se encarga de clasificar por lotes de calidad y destino en bolsas de 70 kg. Se encarga del proceso de comercialización del café al exterior, con permisos y trámites establecidos. Exporta alrededor de 20- 25 contenedores por año, y cada contenedor equivale a 550 quintales. Se hace uso del incoterm FOB, es decir, se entrega la mercancía poniéndola a bordo del buque, en el puerto designado por el comprador, que en este caso es Guayaquil.
Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con la asociación APECAEL y con el cliente final.	Se relaciona formalmente con las 6 asociaciones base y con los clientes del exterior.
Destino del café	El café tostado y molido se distribuye especialmente en tiendas de tipo agroecológicas, o de comercio justo, en Vilcabamba, Loja, Cuenca, Guayaquil, Ambato, Quito y Cañar.	El destino del café en grano verde es principalmente American Coffe de Alemania y a otros países como Francia y Estados Unidos.
Precio de venta de café	<ul style="list-style-type: none"> En presentación de 200 gr. el precio en fábrica es de \$2,50 y precio de venta al público en \$3,00 dólares. Para la presentación de 400 gr. es \$4,50 en fábrica y \$5,00 al público. 	<ul style="list-style-type: none"> El precio del quintal del café de exportación puede variar de entre los \$350,00 a \$500,00, dependiendo de la calidad del mismo.
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> Ser víctima de la delincuencia. Existencia de diversos sustitutos del café. Gran cantidad de marcas en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de diversos requerimientos y trámites, que se convierten en trabas a la hora de exportar. Mercado competitivo en el que participan exportadores de gran calidad de café de todo el mundo como Colombia, Vietnam, etc. Desplome de los precios internacionales de café. El Ecuador no tiene reconocimiento como productor de café. Posibles retrasos en la entrega de la mercancía a puerto por múltiples causas, como demoras en el transporte, complicaciones aduaneras, documentos incompletos. Economía del país inestable. Aumento de tasa, aranceles. Cambios modificaciones en las reglamentaciones para exportar tanto en el país de origen como destino. Productos estropeados, robados o perdidos en el transporte.

Continúa

		<ul style="list-style-type: none"> • Posible comprador que incumpla el pago o que pretenda que no ha recibido la mercancía. • Riesgos en el cambio de moneda causado por las fluctuaciones de la misma.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • El café es un producto de consumo masivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplio mercado consumidor de café a nivel internacional. • Creciente demanda de café orgánico.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Producto no establecido en el mercado. 	
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente los ingresos del comercializador no dependen de un solo producto como el café sino de varios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producto con estándares de calidad orientado a la producción orgánica. • Negociación directa con el cliente. • Acceso a mercados especiales de café. • Menores costos de exportación al comerciar grandes cantidades de café (alrededor de 40 contenedores). • Certificaciones internacionales como: Fairtrade internacional (comercio justo) ; USDA (producción orgánica); Agricultura Ecológica (productos orgánicos y cuidado del medio ambiente) y SPP (símbolo de pequeños productores)

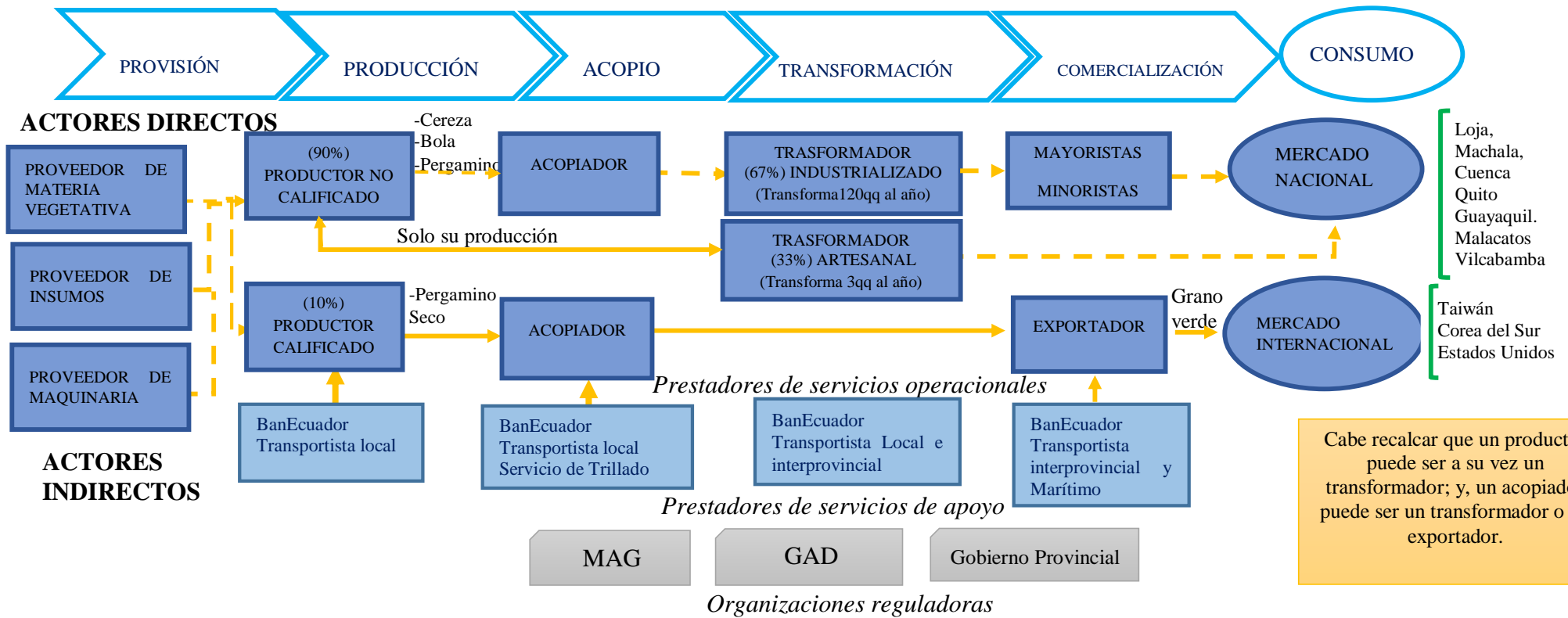
Fuente: Anexo 117, 118.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Objetivo específico 3. “Diagramar la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Loja”

En base a la identificación y descripción de cada uno de los actores, se procede a mapear la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional, la cual consiste en una representación gráfica de las actividades, actores y la relación entre cada uno de ellos, para lo cual se hizo uso de la simbología propuesta en el manual ValueLinks (Tabla 7):

Figura 17 Mapeo de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional.



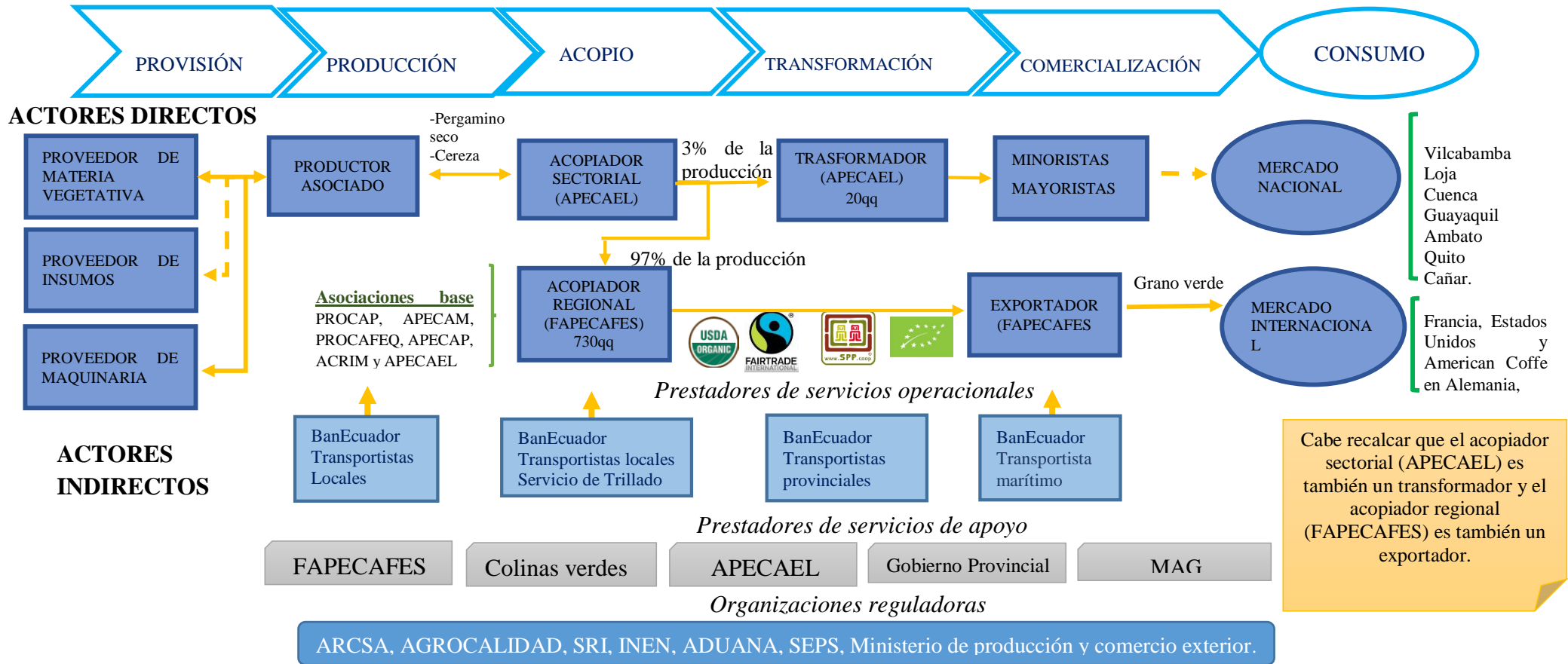
ARCOSA, AGROCALIDAD, SRI, INEN, ADUANA, Ministerio de Producción y Comercio Exterior.

Fuente: Tabla 10, 11, 12, 13, 14

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez

En base a la identificación y descripción de cada uno de los actores, se procede a mapear la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa, la cual consiste en una representación gráfica de las actividades, actores y la relación entre cada uno de ellos, para lo cual se hizo uso de la simbología propuesta en el Manual de ValueLinks (Tabla 7):

Figura 18 Mapeo de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.



Fuente: Tabla 16, 17, 18, 19, 20

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez

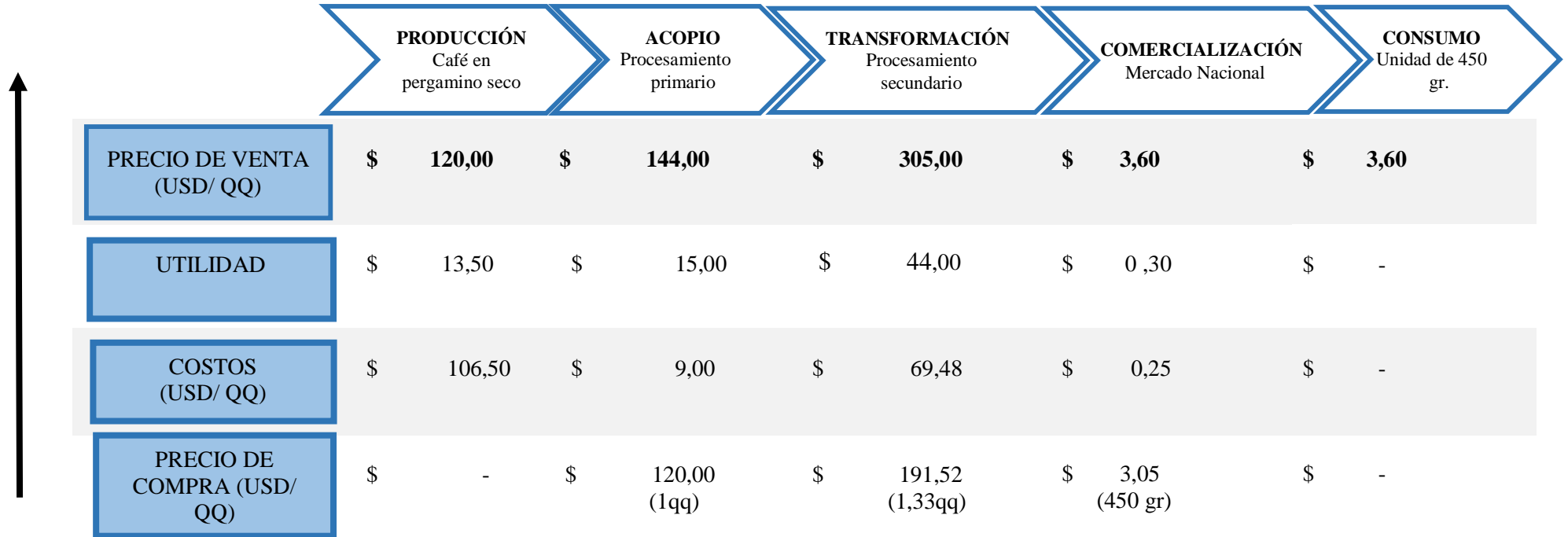
Mapeo de costos

En las siguientes figuras (19,20) se han establecido los costos inmersos para el procesamiento de un quintal de café a lo largo de la cadena de valor, tanto bajo la modalidad tradicional como asociativa con los siguientes ítems: 1° **precio de compra** del quintal de café, 2° **costos** en los que incurre cada actor para generar valor agregado, 3° la **utilidad** obtenida, 4° **precio de venta** del quintal de café.

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

En la **figura 19** se presenta el mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional, en donde se puede identificar que dentro del eslabón *producción* están inmersos los costos referentes a la adquisición de materia prima vegetativa e insumos, además de costos de siembra, mantenimiento y cosecha por cada quintal de café en estado pergamino seco, no existe precio de compra pues el productor cultivará el café; en el *acopio* se desarrolla el procesamiento primario el cual constituye trillar, limpiar impurezas, clasificar y empacar; en la *transformación* se desarrolla el procesamiento secundario, de cada quintal de café trillado listo para la transformación, únicamente el 75% se convierte en café tostado y molido; por lo que, para obtener un quintal completo se hizo el cálculo en base a 1,33 quintales de café trillado [$x = (1 \text{ quintal} * 100\%) / 75\% = 1,33 \text{ quintales}$]; en la *comercialización* incluyen los costos de distribución a nivel nacional; y finalmente el *consumo* etapa en la que el cliente adquiere el producto.

Figura 19 Mapeo de costos en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional, cantón Loja



Fuente: Anexo 67.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa

En la **tabla 20** se presenta el mapeo de costos de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa, en donde se puede identificar que dentro del eslabón *producción* están inmersos los costos en la adquisición de materia prima vegetativa e insumos, además de costos de siembra, mantenimiento y cosecha por cada quintal de café en estado pergamino seco, no existe precio de compra pues el productor cultivará el café; en el *acopio* se desarrolla el procesamiento primario el cual consiste en trillar, limpiar impurezas, clasificar y empacar, no se ha especificado utilidad para este actor pues la asociación APECAEL también actúa en la *transformación*, procesamiento secundario que consiste en tostar, moler y empacar, de cada quintal de café trillado listo para la transformación, únicamente el 75% se convierte en café tostado y molido; por lo que, para obtener un quintal completo se hizo el cálculo en base a 1,33 quintales [$x = (1 \text{ quintal} * 100\%) / 75\% = 1,33 \text{ quintales}$]; en la *comercialización* incluyen los costos de distribución a nivel nacional; y finalmente el *consumo* etapa en la que el cliente adquiere el producto.

Figura 20 Mapeo de costos en la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa, cantón Loja



Fuente: Anexo 67, 118.

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Objetivo específico 4. “Comparar las cadenas de valor del café bajo las modalidades asociativa y tradicional en el cantón Loja.”

Finalmente se realiza la comparación de cada actor identificado, tanto en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional, como asociativa.

a. Proveedor

El proveedor de materia prima vegetativa, maquinaria e insumos es diferente bajo cada cadena, así, en la modalidad tradicional, las casas comerciales privadas cumplen este rol; y, bajo la modalidad asociativa, APECAEL junto con la fundación Colinas Verdes cumplen la función de aprovisionamiento.

 **Proveedor de materia prima vegetativa**

Tabla 21 Tabla comparativa del productor de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.

VARIABLES	Modalidad tradicional PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA VEGETATIVA	Modalidad asociativa PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA VEGETATIVA
Características	Pueden ser negocios particulares o los mismos productores.	La Fundación Colinas Verdes es una Organización no gubernamental independiente sin fines de lucro que se encarga de desarrollar el papel de proveedor.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> Estos proveedores pueden ser de dos tipos: formal cuando son negocios particulares, e informal cuando los mismos caficultores arman viveros para vender las plántulas a otros productores de café. Se encargan de proveer de materia prima vegetativa a los caficultores, ya sea en semilla o plántula. Las subvariedades más vendidas en el sector son Catimor y Caturra rojo. 	<ul style="list-style-type: none"> La fundación lidera la iniciativa, semilleros comunitarios, en donde mantiene plántulas de café para proveer a caficultores asociados y al público en general. Las principales subvariedades más utilizadas son Colombia 6 y Caturra rojo.
Relación entre actores	Se relacionan esporádicamente, principalmente con los productores.	Se relacionan exclusivamente con los productores.
Destino	Las parroquias de Vilcabamba, Malacatos, Quinara, Yangana y San Pedro de Vilcabamba, cantones como Quilanga y la provincia de Zamora.	Los caficultores asociados de la zona sur oriental (Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara).
Precio de insumos	<ul style="list-style-type: none"> En promedio, cada plántula, variedad Arábica, tiene un precio de 0,34 ctvs. de dólar. 	<ul style="list-style-type: none"> El precio mínimo de la plántula es 0,15 ctvs., o en su defecto, un caficultor puede llenar 500 fundas para la siembra de las semillas y tiene derecho a 100 plántulas.
Riesgos/Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo: Producto expuesto a la presencia de plagas y enfermedades que afectan desde la siembra. 	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo: Producto expuesto a la presencia de plagas y enfermedades que afectan desde la siembra.

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad: Sector con gran inclinación a la producción cafetalera por lo que la venta es constante 	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad: Sector con gran inclinación a la producción cafetalera por lo que la venta es constante. • Iniciativa que tiene apoyo y respaldo de los caficultores del sector quienes son los principales beneficiados.
Debilidades/ Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad: Materia prima vegetativa sujeta a la temporada, por lo que ya no sirve para el siguiente año. • El producto requiere de cuidado y ambiente idóneo para su crecimiento. • Fortaleza: Gran variedad de plántulas ornamentales, medicinales y frutales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad: Materia prima vegetativa sujeta a la temporada, por lo que ya no sirve para el siguiente año. • El producto requiere de cuidado y ambiente idóneo para su crecimiento. • Debilidad: Producción a pequeña escala por lo que las plántulas no son muy variadas.
	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: La comercialización de plántulas es variada, no solo de café sino también plántulas ornamentales, medicinales, y otras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Gran sentido de colaboración y búsqueda del desarrollo integra del sector por lo que no buscan utilidades.

Fuente: Tabla 10 y tabla 16

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Proveedor de maquinaria

Se encarga del aprovisionamiento de la maquinaria utilizada para el procesamiento del café, a continuación se presentan la comparación entre ambos actores, tanto de la cadena tradicional como asociativa:

Tabla 22 Tabla comparativa del proveedor de maquinaria de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.

VARIABLES	Modalidad Tradicional PROVEEDORES DE MAQUINARIA	Modalidad Asociativa PROVEEDORES DE MAQUINARIA
Características	Negocios propios o particulares que cuentan con maquinaria en stock para distintas actividades productivas, entre ellas el sector cafetalero.	La asociación cafetalera APECAEL junto con la Fundación Colinas Verdes Cruz Roja y otras instituciones han desarrollado proyectos en beneficio del sector cafetalero, entre ellos la provisión de maquinaria.
Descripción de actividades	Venta de maquinaria para el procesamiento del café.	La gestión de proyectos con financiamiento del exterior, permitió adquirir maquinaria con tecnología sofisticada tanto para la asociación con dos centros de beneficiado comunitario como para productores asociados con maquinaria para el procesamiento primario como despulpadora, tanques de boyado, marquesina, fermentadores, tanques de aguas mieles entre otros.
Relación entre actores	Se relacionan esporádicamente con los productores, acopiadores o transformadores que requieren tecnificar su producción.	Es una labor conjunta entre la asociación y la fundación colinas verdes en beneficio de los productores asociados se relacionan exclusivamente.
Destino	Parroquias como Vilcabamba, Malacatos, Quinara, Yangana y San Pedro de Vilcabamba.	Los caficultores asociados de la zona sur oriental (Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara).
Precio de insumos	<ul style="list-style-type: none"> Entre las principales: Trilladora cap. 50kg/h \$2.640,00; despulpadora cap. 50 kg \$1.790,00; medidor de humedad \$500,00; Tostadora de café cap. 25 lb. \$2.870,00; tanque plástico cap. 55 galones \$22,00. 	<ul style="list-style-type: none"> Donaciones obtenidas través de gestiones.
Riesgos/Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo: Maquinaria cada vez más sofisticada debido a los avances tecnológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Oportunidad: Apoyo de organismos internacionales para el financiamiento de proyectos.
Debilidades/Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> Debilidad: Productos con precios no muy accesibles, por lo que con el trascurso de tiempo la maquinaria no vendida se vuelve obsoleta. Fortaleza: Comercialización de maquinaria destinada para diferentes actividades productivas 	<ul style="list-style-type: none"> Fortalezas: Tecnología de punta Fortalezas: Objetivos bien definidos con personal comprometido en la realización del proyecto.

Fuente: Tabla 10 y tabla 16

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba



Proveedor de insumos

Tabla 23 Tabla comparativa del proveedor de insumos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.

VARIABLES	Modalidad Tradicional PROVEEDORES DE INSUMOS	Modalidad Asociativa PROVEEDORES DE INSUMOS/ APECAEL
Características	Negocios particulares que abastecen de insumos agrícolas a los diferentes sectores del agro.	Asociación cafetalera APECAEL, se encarga de proveer a los caficultores mediante capacitaciones para la elaboración de insumos y a través de la planta de abonos orgánicos en donde venden este tipo de productos.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Proveer insumos de tipo orgánico y agroquímico para el cultivo de café en cada etapa de la producción. • En las cuales brindan asistencia técnica informal. La forma de pago que ofrece a sus clientes es a través de créditos y efectivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • La asociación realiza capacitaciones para los productores asociados en diferentes temáticas, entre ellas está la elaboración de insumos orgánicos, pero si el socio no está en condiciones de producirlos, la asociación tiene una planta de abonos orgánicos en donde elabora y comercializa estos insumos. • Algunos insumos están listos para la venta pero para otros productos más elaborados es necesario un pedido previo. • Se brinda información sobre el uso de los insumos.
Relación entre actores	<ul style="list-style-type: none"> • Se relaciona esporádicamente con los productores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se relaciona esporádicamente con los productores de la asociación APECAEL.
Destino	Parroquias como Vilcabamba, Malacatos, Quinara, Yangana y San Pedro de Vilcabamba.	Los insumos elaborados son vendidos en la planta de abonos orgánicos para el público en general y con descuentos especiales para los socios.
Precio de insumos	<ul style="list-style-type: none"> • Entre los principales: Herbicidas Paracuat (lt) \$5,50; Abono orgánico (qq) \$8,00; Fertilizante 15-30-15(qq) \$36,00; Insecticida Actelic (lt) \$14,50; Fungicida Alto 100 (lt) \$11,00. 	<ul style="list-style-type: none"> • Abono sólido tipo bocash completo a 7 dólares el qq. • Abono líquido tipo biol normal 1 dólar el litro. • Abono líquido tipo Supermagro 1.50 el litro. <p>Existen otros productos como sulfocalcicos, microorganismos sólidos y líquidos, fosfitos, caldo bordeles, caldo de ceniza, entre otros que se elaboran solo bajo pedido.</p>
Riesgos/ Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo: Predominancia del cultivo de café tipo orgánico en el sector por lo que el uso de productos agroquímicos decrece poco a poco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad: Predominancia del cultivo de café tipo orgánico por lo que el uso de este tipo de insumos crece día a día en el sector.
Debilidades/ Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad: Adquiere los insumos orgánicos y agroquímicos para comercializarlos más no los produce. • Debilidad: Comercialización a pequeña escala. • Debilidad: Productos con periodos de caducidad que al no tener salida del local significan pérdidas económicas. • Fortaleza: Brinda información sobre el uso de los insumos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Elabora sus propios insumos y los comercializa • Debilidad: Comercialización a pequeña escala. • Debilidad: Productos con periodos de caducidad que al no tener salida del local significan pérdidas económicas. • Fortaleza: Brinda información sobre el uso de los insumos.

Fuente: Tabla 10 y tabla 16

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

b. Productor

Se presenta la comparación de productores bajo la modalidad tradicional productor calificado y no calificado y bajo la modalidad asociativa.

Tabla 24 Tabla comparativa del productor de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.

VARIABLES	Modalidad Tradicional		Modalidad Asociativa
	PRODUCTOR NO CALIFICADO	PRODUCTOR CALIFICADO	PRODUCTOR ASOCIADO
Características	<ul style="list-style-type: none"> Se caracteriza por su labor independiente sin producción tecnificada. 	<ul style="list-style-type: none"> Se caracteriza por su labor independiente bajo producción tecnificada. 	<ul style="list-style-type: none"> Se caracterizan por su labor asociativo bajo estándares de calidad orgánicos.
	<ul style="list-style-type: none"> Representa el 90% de productores tradicionales y el 56% de la población total productora 	<ul style="list-style-type: none"> Representa el 10% de productores tradicionales y el 6% de la población total productora. 	<ul style="list-style-type: none"> Representando el 38% de la población total productora.
	<ul style="list-style-type: none"> El 58% son de género masculino y el 42% femenino. 	<ul style="list-style-type: none"> El 100% son de género masculino. 	<ul style="list-style-type: none"> El 83% son de género masculino y el 17% femenino.
	<ul style="list-style-type: none"> La edad promedio es de 58 años, y cerca de 21 años vienen trabajando en el sector cafetalero. 	<ul style="list-style-type: none"> La edad promedio es de 42 años, y cerca de los 10 vienen trabajando en el sector cafetalero. 	<ul style="list-style-type: none"> La edad promedio de un productor asociado es de 64 años y alrededor de 31 años trabajan en este sector.
	<ul style="list-style-type: none"> El 12% de productores no calificados no tuvieron estudios, el 54% primaria, el 19% secundaria y el 15% restante de tercer nivel. 	<ul style="list-style-type: none"> El 67% de productores calificados tuvieron una educación de tercer nivel, y el 33% de cuarto nivel 	<ul style="list-style-type: none"> El 72% de caficultores asociados terminaron hasta la educación primaria, el 16% secundaria, el 6% el tercer nivel y el 6% restante no tuvo estudios.
	<ul style="list-style-type: none"> El 35% de caficultores fueron capacitados en temas de elaboración de insumos, procesos productivos y tratamiento de la tierra café siendo el MAG el principal capacitador. 	<ul style="list-style-type: none"> El 67% de caficultores fueron capacitados en temas de elaboración de insumos, procesos productivos y tratamiento de la tierra, siendo el MAG el principal capacitador. 	<ul style="list-style-type: none"> El 100% de caficultores asociados fue capacitado en temas relacionados a la elaboración de insumos orgánicos, tratamiento de la tierra y proceso productivos, siendo APECAEL el principal capacitador.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> El productor es el encargado del manejo de la tierra, siembra, cuidado y cosecha. 		
	<ul style="list-style-type: none"> El proceso productivo fue heredado de generación en generación por lo que por lo que no ha dado paso a los avances científicos y tecnológicos ofrecidos en la actualidad. 	<ul style="list-style-type: none"> El proceso productivo se ha adaptado a técnicas modernas de cultivo, tratado y procesamiento del café. 	<ul style="list-style-type: none"> El proceso productivo del café ha sido adaptado a las técnicas orgánicas de cultivo impulsadas por la asociación.
	<ul style="list-style-type: none"> El 73% de cultivos son de carácter orgánico. 	<ul style="list-style-type: none"> El 67% de cultivos son de carácter orgánico. 	<ul style="list-style-type: none"> El 100% de cultivos son de carácter orgánico.
	<ul style="list-style-type: none"> La cosecha del grano puede ser verde, amarillo o rojo, sin distinguir estado de madurez. 	<ul style="list-style-type: none"> La cosecha del grano es solo maduro (rojo o amarillo según sea la variedad). 	<ul style="list-style-type: none"> La cosecha del grano es solo maduro (rojo amarillo según sea la variedad).
	<ul style="list-style-type: none"> El 50% poseen cultivo de riego y el 50% temporal. 	<ul style="list-style-type: none"> El 100% poseen cultivo de riego. 	<ul style="list-style-type: none"> El 61% de cultivos son de riego y el 39% temporal.
	<ul style="list-style-type: none"> La edad promedio de la plantación es de 12 años. 	<ul style="list-style-type: none"> La edad promedio de la plantación es de 3 años. 	<ul style="list-style-type: none"> La edad promedio de la plantación es de 11 años.
	<ul style="list-style-type: none"> La inversión promedio inicial de una ha. para la producción de café es de \$1.394,23 	<ul style="list-style-type: none"> La inversión promedio inicial de una ha. para la producción de café es de \$3.733,33 	<ul style="list-style-type: none"> La inversión promedio inicial de una ha. para la producción de café es de \$1.125
	<ul style="list-style-type: none"> Destina 1 ha. para la producción de café, y siembran 2.222 pl/ha. 	<ul style="list-style-type: none"> Destina 5 ha. Para la producción de café y siembran 3.167 pl/ha 	<ul style="list-style-type: none"> Destina 1,50 ha. para la producción de café y siembran 2.543 pl/ ha.
<ul style="list-style-type: none"> Tienen un promedio de rendimiento de 4 quintales por hectárea. 	<ul style="list-style-type: none"> Tienen un promedio de rendimiento de 9 quintales por hectárea. 	<ul style="list-style-type: none"> Tienen un promedio de rendimiento de 7 quintales por hectárea. 	

Continúa

	<ul style="list-style-type: none"> Entre las subvariedades arábicas más utilizadas están: 1° Caturra Roja, 2° Típica y 3° Catimor. 	<ul style="list-style-type: none"> Entre las subvariedades arábicas más utilizadas: 1° Caturra Roja, 2° Geisha y 3° Borbón Rojo. 	<ul style="list-style-type: none"> Las subvariedades arábicas más utilizadas son 1° Colombia 6, 2° Catimor y 3° Típica.
Relación entre actores	<ul style="list-style-type: none"> El 81% se relacionan esporádicamente con centros de acopio. El 19% se relaciona esporádicamente con el cliente final al vender el café tostado y molido. Es importante mencionar que de este 19%, el 60 % cuenta con marca propia. 	<ul style="list-style-type: none"> El 67% se relaciona formalmente con el acopiador para posteriormente exportar el producto. El 33% lo exportan en grano verde. 	<ul style="list-style-type: none"> El 100% de caficultores se relacionan exclusivamente con la asociación que toma el papel de acopiador sectorial y transformador.
Destino del café	<ul style="list-style-type: none"> El destino del café pilado son los centros de acopio del cantón Loja, y centros de cantones aledaños como Cariamanga. 	<ul style="list-style-type: none"> El café pergamino seco primero se acopia en la ciudad de Loja y posteriormente es enviada a la ciudad de Quito en donde se prepara para su posterior exportación. 	<ul style="list-style-type: none"> El destino de la producción de café de cada productor asociado es APECAEL
Precio del quintal de café	<ul style="list-style-type: none"> El precio del café para el mercado nacional en cereza es de \$100,00 (aproximadamente 20 latas de 33 libras equivalen a un quintal de pergamino seco cada lata cuesta \$5,00), bola seco \$110,00 por qq, pergamino seco \$120,00 por qq, pilado \$125,00 por qq y molido \$360,00 por qq. 	<ul style="list-style-type: none"> Para el mercado internacional el quintal de café en estado pergamino seco es de \$350,00 y pilado \$400,00. 	<ul style="list-style-type: none"> El precio del café cereza es de \$180,00 (aproximadamente 20 latas de 33 libras equivalen a 1,25 quintales de café pergamino, cada lata cuesta \$9,00) y 1,25 quintales de café pergamino seco es de \$195,00.
Riesgos/Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo La variación de cambios climáticos, las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya y la broca. Riesgo Los jóvenes están abandonando los campos para emigran a las ciudades, y poco a poco los cultivos van disminuyendo. Oportunidad El cantón Loja es una zona con características potenciales para el cultivo de café principalmente la altitud 2.100 m.s.n.m. y temperatura 15°C. Riesgo: Precios inestables para su producción. 	<ul style="list-style-type: none"> Oportunidad: Precios estables para su producción. 	<ul style="list-style-type: none"> Oportunidad: Precios estables para su producción.
Debilidades/fortalezas	Debilidad: falta de establecimiento de costos en los procesos productivos - Fortaleza: disponibilidad de terrenos propios		
	<ul style="list-style-type: none"> Debilidad: La edad promedio es de 58 años con un proceso productivo que viene de generación en generación por lo cual existe resistencia al cambio y dificultades para adaptarse a las nuevas tecnologías. 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: La edad promedio es de 42 años de edad lo que le ha permitido adaptarse a las nuevas tecnologías y a la producción tecnificada. 	<ul style="list-style-type: none"> Debilidad: El promedio de edad es de 64 años lo cual no le ha permitido adaptarse a las nuevas tecnologías Fortaleza Pre disponibilidad para aprender y adaptarse a las formas de cultivo orgánico.
	<ul style="list-style-type: none"> Debilidad: Clientes no fijos 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: Clientes fijos 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: Clientes fijos
	<ul style="list-style-type: none"> Debilidad La producción le abre caminos en el mercado nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: La producción no es necesariamente orgánico pero la calidad le abre caminos a mercados internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: La producción es orgánica cuya calidad le abre caminos a mercados internacionales.
	<ul style="list-style-type: none"> Debilidad Niveles de educación principalmente: primaria 54%, y secundaria 19%. 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza El 67% de productores calificados tuvieron una educación de tercer nivel, y el 33% de cuarto nivel. 	<ul style="list-style-type: none"> Debilidad: El 6% de productores asociados no tienen educación, el 72% solo la primaria, el 16% secundaria, y el 6% de tercer nivel
	<ul style="list-style-type: none"> Debilidad Falta de establecimiento de costos en los procesos productivos. 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza Establecimiento de costos. 	<ul style="list-style-type: none"> Debilidad: Falta de establecimiento de costos en los procesos productivos.
<ul style="list-style-type: none"> Debilidad Desconfianza en las ventajas de la asociatividad y trabajo en equipo. 		<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: Productores que trabajan en equipo y dispuestos a aprender. 	

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Fuente: Tabla 11 y tabla 17

c. Acopiador

En la siguiente tabla se presenta la comparación entre acopiadores, bajo la modalidad tradicional puede ser para productores calificados y no calificados y en la modalidad asociativa APECAEL a nivel sectorial y FAPECAFES a nivel regional.

Tabla 25 Tabla comparativa del acopiador de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.

VARIABLES	Modalidad Tradicional		Modalidad Asociativa	
	ACOPIADOR DE PRODUCTOR NO CALIFICADO	ACOPIADOR DE PRODUCTOR CALIFICADO	ACOPIADOR SECTORIAL APECAEL	ACOPIADOR REGIONAL FAPECAFES
Características	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de 5 centros de acopio en el cantón Loja y 2 en el cantón Cariamanga Reúne grandes cantidades de café, provenientes de productores no calificados. 	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de 1 acopiador sr. Roberto Jiménez quien a través de su empresa “Capamaco trading” exporta a mercados internacionales. Reúne grandes cantidades de café provenientes de productores calificados. 	<ul style="list-style-type: none"> La asociación APECAEL actúa como acopiador sectorial. Reúne la producción de productores asociados. 	<ul style="list-style-type: none"> FAPECAFES actúa como acopiador regional. Reúne la producción de las asociaciones base PROCAP, APECAM, PROCAFEQ, APECAP, ACRIM y APECAEL
	<ul style="list-style-type: none"> Maneja volúmenes considerables del producto y cuentan con maquinaria y el personal aptos para el procesamiento. Acopia el café ya sea en cereza, bola seca o pergamino seco 	<ul style="list-style-type: none"> Acopia el café en pergamino seco 	<ul style="list-style-type: none"> Acopia el café en cereza o pergamino seco 	<ul style="list-style-type: none"> Acopia el café en pergamino seco.
Descripción de actividades	Se encarga de acopiar el café y del procesamiento primario del mismo, el cual consta de limpiar de impurezas, trillar, clasificar, y formar lotes de producción.	Se encarga de acopiar el café, y prepararlo para la exportación (procesamiento primario el cual consta de limpiar de impurezas, trillar clasificar, y empacar el café).	La producción acopiada en APECAEL se divide en dos lotes: el primero para transformarlo (procesamiento primario y secundario) en la misma asociación y venderlo a mercados nacionales; y el segundo en donde se reúne producción con características de exportación y se la envía a FAPECAFES.	Acopian la producción de las diferentes asociaciones base, cuyos lotes comparten características necesarias de exportación como tamaño del grano y grado de humedad, se encargan de la preparación para exportación (procesamiento primario)
	<ul style="list-style-type: none"> Acopia el café sin mayores exigencias de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> El tamaño del café debe estar sobre la malla 15 y el grado de humedad 12% 	<ul style="list-style-type: none"> El lote de café con grano sobre la malla 15 y el grado de humedad 12% se envía a FAPECAFE El lote cuyo grano de café está sobre la malla 13 pero debajo de 15 y el grado de humedad es de 12 % se procesa en APECAEL. 	<ul style="list-style-type: none"> El tamaño del café debe estar sobre la malla 15 y el grado de humedad 12%
	<ul style="list-style-type: none"> El pago por el producto es de contado. 	<ul style="list-style-type: none"> El pago por el producto es de contado. 	<ul style="list-style-type: none"> El pago por el café es bajo estimación de la cosecha en donde el productor puede pedir 	<ul style="list-style-type: none"> Trabaja bajo el sistema de estimación de la cosecha total de cada asociación base y esta cosecha es negociado en el

Continúa

			un anticipo de hasta el 50% y cuando entregue la producción recibirá el total del dinero.	mercado internacional quienes otorgan por adelantado un abono por la compra.
Relación entre actores	<ul style="list-style-type: none"> Se relaciona esporádicamente con pequeños productores no calificados a nivel cantonal y provincial y con comercializadores para vender el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> Se relaciona formalmente con pequeños productores calificados a nivel cantonal y provincial, preparan la producción para posteriormente exportarla por lo que se relaciona formalmente con el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Se relaciona exclusivamente con productores asociados. Y con FAPECAFES para que lo acopie a nivel regional, se relacionan formalmente 	<ul style="list-style-type: none"> Se relaciona formalmente con las asociaciones base y con el cliente al contar con licencia de exportador.
Destino del café	<ul style="list-style-type: none"> El destino del café pilado son los transformadores del cantón Loja y Cariamanga principalmente. 	<ul style="list-style-type: none"> El destino del café grano verde preparado para exportación es el puerto de Guayaquil de donde se exporta al exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> Un lote es enviado a FAPECAFES (730 quintales o 97% de la producción total) ubicado en el cantón Catamayo. Y el otro lote se quedan en la asociación para transformarlo. (20 quintales o 3%). 	<ul style="list-style-type: none"> El destino del café grano verde preparado para exportación es el puerto de Guayaquil de donde se exporta al exterior, principalmente a American Coffe de Alemania y a otros países como Francia y Estados Unidos.
Precio del servicio	El precio del servicio de trillado o pilado es de \$5,00 por quintal.	El precio del servicio de trillado, clasificado, limpia y empaque para exportación es de \$18,00 por quintal.	El precio del servicio de trillado es de \$15,00 por quintal.	El precio de preparación para exportación (procesamiento primario) el cual consta de limpiar de impurezas, trillar, clasificar, y empacar es de \$18,00 por quintal.
Riesgos/ Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo: Posibles riesgos de inseguridad o accidentes, en especial cuando el producto se encuentra en una sola bodega. Oportunidad: Caminos sin problemas de transitabilidad. Oportunidad: sector productivo 			
	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo: Precios inestables. 	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo: Caída de precios internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo: Caída de precios internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo: Caída de precios internacionales.
Debilidades/ Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> Oportunidad: Requerimiento del mercado en grandes cantidades. Oportunidad: Creciente demanda de café orgánico en el mercado internacional. 			
	<ul style="list-style-type: none"> Debilidad: Maquinaria adecuada a pesar de ser antigua u obsoleta Fortaleza: infraestructura propia 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: Maquinaria de punta para el procesamiento del café. Debilidad: infraestructura arrendada 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: Maquinaria de punta para el procesamiento del café. Fortaleza: infraestructura propia 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: Maquinaria de punta para el procesamiento del café. Fortaleza: infraestructura propia
	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: Años de experiencia desempeñando este papel de acopiador en la cadena de valor. Debilidad: no cuenta con certificaciones internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: asociaciones consolidadas en el mercado. Debilidad: no cuenta con certificaciones internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: Certificaciones Fairtrade internacional (comercio justo) y SPP (Símbolo de pequeños productores) 	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: Certificaciones Fairtrade internacional (comercio justo); USDA (producción orgánica); Agricultura Ecológica (productos orgánicos y cuidado del medio ambiente) y SPP (símbolo de pequeños productores)

	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad: Falta de establecimiento de costos en los procesos productivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Llevan un registro de contabilidad, y establecen los costos de manera técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Llevan un registro de contabilidad, y establecen los costos de manera técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Llevan un registro de contabilidad, y establecen los costos de manera técnica.
	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad: Acopiadores que compran la materia prima sin mayores exigencias de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Acopiador que compran la materia prima bajo exigencias de calidad para exportación como tamaño del grano y grado de humedad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Acopiador que compran la materia prima bajo exigencias de calidad, que sea de tipo orgánico, tamaño del grano y grado de humedad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Acopiador que compran la materia prima bajo exigencias de calidad para exportación, que sea de tipo orgánico, tamaño del grano y grado de humedad.
	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad: Producto de baja calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Producto de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Producto de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Producto de calidad.

Fuente: Tabla 12 y tabla 18

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

d. Transformador

En la presente tabla se presenta la comparación entre transformadores de la modalidad tradicional y transformadores de la modalidad asociativa:

Tabla 26 Tabla comparativa del transformador de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.

VARIABLES	Modalidad Tradicional		TRANSFORMADOR DE PRODUCTORES CALIFICADOS	Modalidad Asociativa	
	TRANSFORMADOR INDUSTRIALIZADO	TRANSFORMADOR ARTESANAL		TRANSFORMADOR/APECAEL	TRANSFORMADOR/FAPECAFES
Características	<ul style="list-style-type: none"> El 67% de la población está representado por el transformador industrializado definido como aquel que tiene su propia marca y registro sanitario entre ellas tenemos: Café Don Víctor, Café San José, Vilcaroma Padilla Coffe, Café Malacatos, Café Tiesto y Café Reyes El 100% de transformadores industrializados tienen marca propia y registro sanitario. La comercialización de su producto es de manera formal porque distribuye el producto a través de micro, pequeñas y medianas empresas. En promedio transforman cerca de 120 quintales de café al año obtenidos de caficultores independientes. No entregan facturas al adquirir la materia prima pero si para la entrega del producto final. 	<ul style="list-style-type: none"> El 33% de la población está representado por el transformador artesanal definido como aquel productor no calificado que procesa el café y lo vende listo para el consumo sin marca ni registro sanitario. El 100% de transformadores artesanales no tienen marca propia y ni registro sanitario. La comercialización del producto es informal porque hace uso de lugares de afluencia pública como parques y vías públicas. En promedio transforman cerca de 3 quintales al año, lo que es solo su producción. No entregan factura en la venta del producto final. 	<p>No existe transformador puesto que el café únicamente se prepara para exportar (procesamiento primario) y se vende como materia prima en café grano verde.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Una vez que APECAEL termina su papel de acopiador, actúa como transformador con el café cuyo grano está sobre la malla 13 pero debajo de la 15. Es importante mencionar que comercializan el café bajo una marca APECAEL la misma que tiene registro sanitario. Transforma 20 quintales anuales aproximadamente, lo que representa el 3% de la producción total. Al adquirir el café se entrega un comprobante con el cual los caficultores asociados pueden cobrar en la caja de ahorros de la asociación Para la venta del producto final se entrega la factura correspondiente. 	<p>No existe transformador puesto que el café únicamente se prepara para exportar (procesamiento primario) y se vende como materia prima en café grano verde.</p>
Descripción de actividades	<p>Se encargan de tostar el café, hasta que conserve sus propiedades organolépticas aptas para el consumo, moler (procesamiento secundario) y finalmente empacar. La unidad de medida es el gramo y generalmente se hacen unidades de 400 a 450gr, equivalente a 1 libra.</p>			<ul style="list-style-type: none"> El proceso de transformación consiste en tostar los granos de café, moler y colocarlo primero en fundas plásticas y luego en bolsas de papel con la marca APECAEL, 	

Continúa

				de 200 y 400gr cada una para su posterior distribución.
Relación entre actores	<ul style="list-style-type: none"> El transformador se relaciona esporádicamente con el acopiador y el comercializador o el cliente final. Cuando el mismo acopiador desarrolla el papel de transformador se relaciona esporádicamente con el productor y comercializador o el cliente final. 	Cuando el productor no calificado desarrolla el papel de transformador y comercializa su café de manera informal, este se relaciona esporádicamente con el cliente final		<ul style="list-style-type: none"> Se relaciona exclusivamente con pequeños productores asociados y comercializadores a nivel nacional.
Destino del café	<ul style="list-style-type: none"> El transformador industrializado distribuye en las ciudades de Quito, Loja (Vilcabamba, Malacatos), Cuenca, Machala y Guayaquil principalmente. 	El transformador artesanal distribuye en las parroquias de Vilcabamba y Malacatos principalmente.		<ul style="list-style-type: none"> Se distribuye a nivel nacional en tiendas de tipo agroecológicas, o de comercio justo principalmente Vilcabamba, Loja, Cuenca, Guayaquil, Ambato, Quito, Cañar.
Precio del servicio	El precio del proceso de tostado y molido es de \$35,00 por quintal.	El precio del proceso de tostado y molido es de alrededor de \$20,00 por quintal.		El precio del servicio de tostado y molido es de \$15,00 por quintal.
Riesgos/Oportunidades	Riesgo: Saturación de marcas de café en el mercado.			<ul style="list-style-type: none"> Riesgo: Saturación de marcas de café en el mercado. Riesgo: Clientes que prefieren precio antes que calidad por la falta de cultura a la hora de tomar café.
Debilidades/Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> Debilidades: Falta de planes de producción y marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> Debilidades: Falta de planes de producción y marketing. 		<ul style="list-style-type: none"> Debilidades: Falta de planes de producción y marketing.
	<ul style="list-style-type: none"> Debilidades: Falta de visión para la creación de nuevas líneas de productos derivadas del café. 	<ul style="list-style-type: none"> Debilidades: Falta de visión para la creación de nuevas líneas de productos derivadas del café. 		<ul style="list-style-type: none"> Debilidad: Falta de visión para la creación de nuevas líneas de productos derivadas del café.
	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: El producto tiene marca y registro sanitario. 	<ul style="list-style-type: none"> Debilidades: El producto no tiene marca y ni registro sanitario 		<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: El producto tiene marca y registro sanitario
	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: Comercialización formal 	<ul style="list-style-type: none"> Debilidades: Comercialización informal 		<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: La comercialización es formal porque lo hace a través de tiendas de comercio justo.
	<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: La producción es industrializada porque hace uso de tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> Debilidades: La producción es artesanal por lo que no cuentan con maquinaria adecuada. 		<ul style="list-style-type: none"> Fortaleza: La producción es industrializada con tecnología de punta

Fuente: Tabla 13 y tabla 19

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

e. Comercializador / Exportador

En este punto se presenta la comparación entre comercializadores y exportadores de cada cadena de valor.

Tabla 27 Tabla comparativa del comercializador de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.

VARIABLES	Modalidad Tradicional		Modalidad Asociativa	
	COMERCIALIZADORES DE PRODUCTORES NO CALIFICADOS	EXPORTADOR DE PRODUCTORES CALIFICADOS	COMERCIALIZADOR PARA APECAEL	EXPORTADOR/ FAPECAFES
Características	Comercializadores del sector y de las principales ciudades del país como tiendas, bodegas y Micromercados en donde también comercializan otros productos.	“Capamaco trading” que además de acopiador actúa como exportador al contar con licencia.	Se comercializa a través de tiendas de tipo agroecológicas o de comercio justo que son quienes retransmiten los valores de APECAEL a los compradores finales.	FAPECAFES cuenta con licencia de exportador, por lo que comercializa al exterior directamente.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> Se encargan de distribuir el café tostado y molido en unidades equivalentes a 200, 400 o 450 gr. hacia diferentes ciudades del país. Es importante mencionar que la comercialización es de dos tipos, formal cuando entablan relación con micro, pequeñas, medianas o grandes empresas y llegan a ellas con un producto que tenga marca patentada y registro sanitario; y es informal cuando el transformador lo empaca muchas de las veces sin marca, ni registro sanitario y lo comercializa de manera informal en lugares de afluencia pública como parques, mercados y calles. 	<ul style="list-style-type: none"> Se encarga de transportar al puerto en Guayaquil el café listo para exportación, con trámites aduaneros, y permisos. Exporta aproximadamente 1 contenedor por año de 400 quintales, acopiados de las diferentes provincias de Loja Zamora y El Oro. 	<ul style="list-style-type: none"> Se encargan de distribuir el café tostado y molido en unidades equivalentes a 200gr y 400 gr. Es importante mencionar que la comercialización es formal en tiendas comerciales llegando a ellas con un producto que tiene marca patentada y registro sanitario para ser expuesto en perchas o vitrinas. 	<ul style="list-style-type: none"> Se encarga del proceso de comercialización del café al exterior con permisos y trámites aduaneros. Exporta alrededor de 20 -25 contenedores por año y cada contenedor equivale a 550 qq. Se hace uso del incoterm FOB es decir se entrega la mercancía poniéndola a bordo del buque, en el puerto designado por el comprador en este caso es Guayaquil.
Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con los transformadores y el cliente final.	Se relaciona formalmente con productores calificados y clientes del mercado internacional.	Se relaciona esporádicamente con la asociación APECAEL y con el cliente final.	Se relaciona formalmente con las 6 asociaciones base y con los clientes del exterior.
Destino del café	El principal destino del café en estado molido son las ciudades de Loja (Vilcabamba, Malacatos), Quito, Guayaquil y Cuenca.	El destino del café grano verde es Taiwan, y Corea del Sur.	El café tostado y molido se distribuye especialmente en tiendas de tipo agroecológicas, o de comercio justo, en Vilcabamba, Loja, Cuenca, Guayaquil, Ambato, Quito y Cañar.	El destino del café en grano verde es principalmente American Coffe de Alemania y a otros países como Francia y Estados Unidos.

Continúa

<p>Precio de venta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La libra de café (450 gr.) tostado, molido y empacado llega al cliente final con un precio promedio de \$3,60. 	<p>El precio del quintal del café de exportación puede variar de entre los \$350,00 a \$500,00 dependiendo de la calidad del mismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En presentación de 200 gr. el precio en fábrica es de \$2,50 y precio de venta al público en \$3,00 dólares. • Para la presentación de 400 gr. es similar, \$4,50 en fábrica y \$5,00 al público. 	<p>El precio del quintal del café de exportación puede variar de entre los \$350,00 a \$500,00 dependiendo de la calidad del mismo.</p>
<p>Riesgos/ Oportunidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo: Ser víctima de la delincuencia. • Riesgo: Existencia de diversos sustitutos del café • Riesgo: Gran cantidad de marcas en el mercado. • Oportunidad: El café es un producto de consumo masivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo: Existencia de diversos requerimientos y trámites, que se convierten en trabas a la hora de exportar • Riesgo: Mercado competitivo en el que participan exportadores de gran calidad de café de todo el mundo como Colombia, Vietnam, etc. • Riesgo: Desplome de los precios internacionales • Riesgo: El Ecuador no tiene reconocimiento como productor de café. • Riesgo: Economía del país inestable • Riesgo: Posibles retrasos en la entrega de la mercancía a puerto por múltiples causas como demoras en el transporte, complicaciones aduaneras, documentos incompletos. • Riesgo: Aumento de tasa, aranceles • Riesgo: Cambios modificaciones en las reglamentaciones para exportar tanto en el país de origen como destino • Riesgo: Productos estropeados, robados o perdidos en el transporte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo: Ser víctima de la delincuencia. • Riesgo: Existencia de diversos sustitutos del café. • Riesgo: Gran cantidad de marcas en el mercado • Oportunidad: El café es un producto de consumo masivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo: Existencia de diversos requerimientos y trámites, que se convierten en trabas a la hora de exportar • Riesgo: Mercado competitivo en el que participan exportadores de gran calidad de café de todo el mundo como Colombia, Vietnam, etc. • Riesgo: Desplome de los precios internacionales estables. • Riesgo: El Ecuador no tiene reconocimiento como productor de café. • Riesgo: Economía del país inestable. • Riesgo: Posibles retrasos en la entrega de la mercancía a puerto por múltiples causas como demoras en el transporte, complicaciones aduaneras, documentos incompletos. • Riesgo: Aumento de tasa, aranceles • Riesgo: Cambios modificaciones en las reglamentaciones para exportar tanto en el país de origen como destino. • Riesgo: Productos estropeados, robados o perdidos en el transporte.

		<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo: Posible comprador que incumpla el pago o que pretenda que no ha recibido la mercancía • Riesgo: en el cambio de moneda causado por las fluctuaciones de la misma • Oportunidad: Amplio mercado consumidor de café a nivel internacional. 		<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo: Posible comprador que incumpla el pago o que pretenda que no ha recibido la mercancía • Riesgo: en el cambio de moneda causado por las fluctuaciones de la misma. • Oportunidad: Amplio mercado consumidor de café a nivel internacional. • Oportunidad: Creciente demanda de café orgánico
Debilidades/ Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Generalmente los ingresos del comercializador no dependen de un solo producto como el café sino de varios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad: Exporta 1 contenedor por año. • Fortaleza: Negociación directa con el cliente. • Fortaleza: Acceso a mercados internacionales • Fortaleza: Producto con estándares de calidad a pesar de no estar orientado a la producción orgánica. • Debilidad: Actualmente no cuenta con ningún tipo de certificación internacional. • Uso de incoterms como el FOB y CIF 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Generalmente los ingresos del comercializador no dependen de un solo producto como el café sino de varios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza: Exporta alrededor de 20 a 25 contenedores por año. • Fortaleza: Negociación directa con el cliente. • Fortaleza: Acceso a mercados especiales de café. • Fortaleza: Producto con estándares de calidad orientado a la producción orgánica. • Fortaleza: cuenta con Certificaciones internacionales por ejemplo: Fairtrade internacional (comercio justo); USDA (producción orgánica); Agricultura Ecológica (productos orgánicos y cuidado del medio ambiente) y SPP (símbolo de pequeños productores). • Uso de incoterms como el FOB

Fuente: Tabla 14 y tabla 20

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

g. Discusión

De acuerdo al Informe de Rendimientos Objetivos Café grano Oro (2019) dentro de las principales actividades productivas que se desarrollan en el Ecuador está la producción de café, con sembríos en 19 provincias del país debido a su importancia económica y generación de empleo. El rendimiento nacional durante el 2019 fue de 0,30 t/ha a nivel nacional, y 0,24t/ha en la provincia de Loja, si se compara con el 2018 el rendimiento nacional fue de 0,44t/ha, y de la misma manera en la provincia de Loja con 0,44 t/ha, lo cual evidencia un notable decrecimiento en la producción de café a nivel provincial.

Dentro de la cadena de valor del café en el cantón Loja se puede identificar dos modalidades de producción, la tradicional y asociativa, que pueden compararse a breves rasgos con la cadena de valor del café en el Ecuador establecida por Barrezueta-Unda, S., Moreira Blacio, W., & Quezada Abad, C (2018); la cadena de valor del café en el Ecuador posee tres eslabones, en el primero se integran los proveedores de insumos (fertilizantes, viveros, etc.) y los caficultores; el segundo eslabón es el más largo y de mayor incidencia en el beneficiado y calidad del producto, se estratifica en dos sub-eslabones, uno de minorista y de comercio informal y el otro es de exportación e industrias. El tercer eslabón son los mercados subdivididos en local e internacional.

En la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional del cantón Loja, se identificaron seis (6) eslabones, el primero integrado por proveedores que incluye maquinaria, insumos agrícolas y material vegetativo; el segundo incluye a los productores, que a su vez se subdividen en calificados y no calificados; el tercer eslabón está formado por los acopiadores; el cuarto por transformadores; el quinto eslabón comercializadores, a nivel nacional, y, exportadores a nivel internacional; y, finalmente, el sexto el consumidor. Así mismo, se analizó la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa, con pequeñas diferencias estructurales a la descrita anteriormente, cuenta con 6 eslabones, el primero proveedor de insumos agrícolas,

maquinaria y material vegetativo; el segundo, productor asociado; el tercero acopiador, que a su vez se subdivide en sectorial (APECAEL) y regional (FAPECAFES); el cuarto es el transformador; después se encuentra el comercializador a nivel nacional y exportador a nivel internacional; y, por último, el consumidor.

De acuerdo al Informe de Rendimientos Objetivos Café grano Oro (2019) desarrollado por el MAG y a la información obtenida se ha podido comparar al productor de la siguiente manera: el caficultor asociado tiene en promedio una edad de 64 años, el independiente de 56, y a nivel nacional el productor tiene 53, lo que indica que en el catón Loja los caficultores son más longevos que a nivel nacional. También se analiza el nivel de educación en donde el caficultor asociado, tradicional y a nivel nacional son semejantes pues, en promedio, alcanzaron la primaria o no tuvieron educación, lo que hace más difícil la adopción de nuevas técnicas de cultivo que vayan mejorando la productividad y calidad de café, es así que los pequeños productores independientes no calificados han adoptado técnicas ancestrales y en muchos de los casos dejan que las plantas se desarrollen para cosecharlas cuando sea hora.

En el Informe de Rendimientos Objetivos Café grano oro 2018 se determina que el 18% de productores a nivel nacional forman parte de una asociación (MAG, 2018). De acuerdo a la información obtenida el 38% de caficultores encuestados del cantón Loja pertenecen a una asociación, es decir, la gran mayoría prefiere trabajar de manera independiente, esto principalmente por la desconfianza y falta de credibilidad, como resultado de las falsas promesas, malos liderazgos, falta de trabajo en equipo, poder que se concentra en pocas manos y falta de comunicación entre los miembros, por lo que se ha creado una idea negativa de trabajar bajo esta modalidad.

Se ha identificado tres tipos de productores: asociado 38% y en la modalidad tradicional, el no calificado que representa el 56% y el calificado 6% de la población productora, si se compara los precios que se ofrecen en el mercado por un quintal de café

pergamino seco se tiene que al asociado se le paga \$195,00; para el productor no calificado \$125,00 y para el calificado \$350,00.

Se ha encontrado mayor ventaja competitiva en la cadena de valor bajo la modalidad asociativa, no solo al hablar de actores, actividades y relaciones sino porque se ha basado en el principio básico de que la unión hace la fuerza, entre las principales ventajas están: clientes fijos que ofrecen relaciones contractuales exclusivas o formales entre cada uno de los participantes de esta cadena de valor, dotación de maquinaria, accesibilidad al mercado y poder de negociación en el mismo, acceso a capacitaciones, pues el 100% de productores asociados fue asesorado en temas relacionados al café, impulsando la producción orgánica con estándares de calidad para ofrecer a mercados internacionales, además de beneficios de las ONGs e instituciones como la Cruz Roja y Colinas Verdes, que a través de su gestión han podido financiar y apoyar iniciativas de APECAEL, como la construcción de centros de acopio y la creación de viveros comunitarios.

En la cadena de valor bajo la modalidad tradicional se ha identificado inestabilidad del mercado interno a la hora de vender el café, causado porque las relaciones entre actores son principalmente esporádicas, quedando a expensas del intermediario, cuyo precio ha sido objeto de especulación por los actores de la extensa cadena de valor, quienes van añadiendo su margen de beneficio. Además se identificó prácticas de cultivo ancestrales que carecen de tecnificación de procesos en donde los productores se limitan a plantar sin ningún tipo de nutrición o cuidado y cosechar los frutos que logran florecer, así mismo la existencia de formas de secado en tierra o lugares no idóneos para preservar su calidad hacen que no se garantice la exportación del producto.

El productor sabe cómo cultivar la tierra, cuidar las plantas, cosechar y hasta cierto punto la post cosecha, pero su papel en muchas ocasiones termina al entregar su producción a

los acopiadores, pues desconocen de los procesos posteriores como transformación y comercialización.

En la investigación titulada “Análisis de cadenas de valor en el sector manufacturero en la provincia de Loja año 2009”, propuesto por Agila y Solís (pág. 99) “Las exportaciones son un rubro importante que favorece al crecimiento de la provincia y del país en general”, la calidad de un producto puede abrir puertas a mercados internacionales, es lo que sucede con el café, a mayores atributos y características, mayores son las oportunidades de comercialización a precios mucho mejores que los que se ofrece en el mercado interno; sin embargo, el mercado internacional requiere grandes cantidades que un solo productor muy difícilmente podrá satisfacer, es así que lo ideal es una asociación. Un claro ejemplo de ello es lo que sucede con APECAEL una organización a nivel sectorial que reúne la producción de sus asociados bajo ciertos parámetros de calidad entre ellos la producción estrictamente orgánica, tamaño del grano y comercio justo para formar lotes de venta, de donde el 3% de dicha producción, debajo de la malla 15 es transformada y comercializada a través de tiendas agroecológicas o de comercio justo a nivel nacional y el 97%, cuyo grano está sobre la malla 15, es enviada a FAPECAFES, acopiador regional y exportador que reúne la producción de las provincias de El Oro, Loja y Zamora a través de las 6 asociaciones base (APECAEL, PROCAP, APECAP, PROCAFEQ, APECAM y ACRIM) para exportar a diferentes partes del mundo alrededor de 20-25 contenedores al año bajo certificaciones internacionales como: **Fairtrade internacional** (comercio justo); **USDA** (producción orgánica); **Agricultura Ecológica** (productos orgánicos y cuidado del medio ambiente) y **SPP** (símbolo de pequeños productores).

Bajo la modalidad tradicional solo el 10% de productores independientes denominados calificados producen café de exportación, el 90% restante se queda para la comercialización interna, lo que muestra una clara falta de tecnificación de los cultivos que permita que obtener café con estándares y características para el mercado internacional.

h. Conclusiones

En la presente investigación se puede concluir lo siguiente

- La cadena de valor del café, tanto bajo la modalidad tradicional como asociativa, en el cantón Loja está constituida de manera general por 6 eslabones como se detalla a continuación: provisión, producción, acopio, transformación, comercialización y consumo.
- Se identificó una total desarticulación de la cadena de valor bajo la modalidad tradicional, pues cada uno de los actores hacen su trabajo y desconocen de los procesamientos posteriores del café y su destino, e inclusive no se han establecido relaciones contractuales con los demás actores, por ejemplo el productor en la mayoría de los casos sabe cómo producir y entregar el café al acopiador pero desconoce de la transformación, comercialización o exportación del café, vendiendo el producto al mejor postor; debido a esta falta de integración es que pierden poder de negociación, quedando a expensas de los actores más fuertes, entre mayor sea su integración con los distintos actores de la cadena, mayores serán sus oportunidades de aumentar sus ingresos y con esto el crecimiento económico en el campo.
- Se encontró diferencias entre proveedores, en la modalidad tradicional este papel es desempeñado por casas comerciales que desarrollan esta actividad con fines de lucro, lo contrario ocurre en la modalidad asociativa, que por ser una organización, recibe ayuda de otras instituciones, entre ellas Colinas Verdes o Cruz Roja, que a través de sus gestiones han podido financiar y apoyar iniciativas de APECAEL, con beneficio directo a los pequeños productores, como adquisición de maquinaria, elaboración de insumos orgánicos, capacitación, entre otros.
- Se evidenció desigualdad competitiva entre productores asociados y tradicionales, principalmente por falta de capacitación, lo que conlleva a realizar prácticas de cultivos

ancestrales, dando como resultado la baja productividad con estándares de calidad orientados al mercado nacional, de tal manera que el caficultor tradicional se encuentra a expensas del acopiador, lo que no sucede con el caficultor asociado, pues APECAEL brinda facilidades de comercialización, precios justos y cliente fijo, además de capacitación y asesoramiento técnico.

- Las principales estrategias de un caficultor son la asociatividad y la calidad del producto, la primera porque en conjunto se tiene mayor poder de negociación y competencia en el mercado; y la segunda porque en la actualidad los mercados de café de especialidad han desarrollado mayor fuerza y permiten adentrarse en ellos con un gran producto.
- Se puede identificar que de la población objeto de estudio el 62% no se encuentra asociado, debido a la desconfianza del trabajo en equipo y de la ausencia de espacios de diálogo para la identificación de objetivos comunes.
- Una combinación de factores, entre ellos los precios bajos del café, la migración del campo a la ciudad y los cambios de mentalidad, han creado una fuerza productiva con la notable falta de participación de las generaciones más jóvenes, dejando en los cultivos productores que no se han adaptado a las nuevas tecnologías y técnicas de cultivo.
- El sector cafetalero del cantón Loja posee gran potencial de crecimiento y calidad de taza, es así que bajo la modalidad asociativa el 97% de producción es para el mercado internacional y solo el 3% se queda en la asociación para ser procesado y distribuido en el mercado nacional; lo que no sucede con productores independientes, puesto que se ha identificado que solo el 10% producen café de exportación, el restante se queda para el mercado nacional, claramente las potencialidades del sector no han sido explotadas en su totalidad, causada por caficultores que no producen café con características de

exportación, ya sea por la falta de capacitación, producción tecnificada o por recursos financieros.

- Las organizaciones de apoyo que intervienen en el desarrollo de las cadenas de valor tanto asociativa como tradicional son de vital importancia para el impulso del sector cafetalero, sin embargo su apoyo es limitado y deficiente a tal punto que no ha logrado sus objetivos, sea esto por el mal manejo de recursos económicos, sociales, humanos o tecnológicos, un claro ejemplo es el proyecto denominado “Reactivación del Café y Cacao Nacional Fino de Aroma” a cargo del MAG, del cual han surgido quejas en torno a la falta de capacitación y caduco material genético de semillas donadas e insumos otorgados.
- Las organizaciones de regulación y control como INEN, ARCSA, AGROCALIDAD, SRI, SEPS y ADUANA se encargan de supervisar, inspeccionar y vigilar las actividades sean estas de producción, tributarias, financieras o comerciales, mediante el cumplimiento de normas lo que hace de vital importancia su participación en la creación de procesos organizados y claros que en vez de convertirse en obstáculos sean un impulso para la generación de mejoras en las actividades de cada uno de los actores de la cadena de valor del café.

i. Recomendaciones

- Es primordial que el Gobierno central apoye de manera eficiente al sector cafetalero a través del proyecto denominado “Reactivación del Café y Cacao Nacional Fino de Aroma” a cargo del MAG con garantías de material genético, brindando capacitación y asesoramiento técnico especializado, promoviendo la práctica de mejores niveles de calidad de acuerdo a los estándares que exige el mercado; y políticas crediticias flexibles que ayuden a perfeccionar y tecnificar el proceso productivo en cada una de los eslabones: producción, acopio, transformación y comercialización.
- Es importante que el Consejo Provincial y los GADs programen de manera continua expo-ferias, concursos y eventos de índole local, provincial y nacional que impulsen el sector cafetalero, así como crear espacios que faciliten la comercialización del café, apoyen el emprendimiento y fomenten el comercio justo.
- El MAG y las Universidades deben promover mediante actividades académicas, sociales, y culturales la importancia del agricultor y su valioso aporte en la cadena de valor, además de fomentar la participación de los jóvenes en el sector cafetalero a través de convenios educativos que permita al estudiante participar activamente en el desarrollo de investigaciones del café en cualquier etapa de su proceso productivo.
- Las organizaciones de regulación y control como INEN, ARCSA, AGROCALIDAD, SRI, SEPS y ADUANA son de vital importancia para el correcto funcionamiento de negocios, instituciones y organizaciones por lo que se hace necesario generar procesos más ordenados con la creación de normas claras, que sean socializadas con la ciudadanía a través de folletos de información, capacitaciones cortas y personal orientado a la atención ciudadana que asesoren de manera personalizada con los pasos, procedimientos y requisitos a cumplir.

- Se recomienda que los caficultores generen mayor valor agregado al café, sin necesidad de transformarlo, sino mejorando poco a poco los procesos de cultivo, cosecha y post cosecha, para ofrecer un producto de calidad, diferenciado con propiedades físicas y organolépticas, acorde a los requerimientos del mercado.
- Impulsar la creación de un centro de acopio en el cantón Loja, que reúna la producción del sector e impulse una nueva marca de café lojano, en donde saque a flote la potencialidad del sector, beneficiando principalmente a caficultores con un precio justo y una venta segura.
- Los proyectos desarrollados por el sector público como instituciones de apoyo, regulación y control, deben ser socializados y vinculados con el sector a beneficiar, antes y durante el proceso de ejecución, para asegurarse que el proyecto cumpla su objetivo y, sobre todo, evitar la dilatación de los recursos públicos.
- Difundir el presente estudio a instituciones públicas y privadas, para que a su vez ellos informen a los caficultores del cantón Loja y puedan ayudar positivamente al mejoramiento de la cadena de valor del café, dada su importancia a nivel cantonal y nacional.

j. Bibliografía

- Abarca, J. L., & Armendáriz, D. C. (2014). *Estudio de la cadena productiva de café de altura en la parroquia la Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura*.
- Agila, E., & Solís, M. (2009). *Análisis de cadenas de valor en el sector manufacturero en la provincia de Loja año 2009*.
- AGROCALIDAD. (s.f.). *BuenasPracticas Agrícolas BPA*. Quito.
- Amézaga, C., Rodríguez, D., Nuñez, M., & Herrera, D. (2013). Orientaciones Estratégicas para el Fortalecimiento de la Gestión Asociativa. (IICA, Ed.) *Cooperativas de las Américas*, 5. Recuperado el julio de 2019, de <http://repiica.iica.int/docs/B3246e/B3246e.pdf>
- Andrade, E. (2013). *Buenas prácticas agrícolas para café*. AGROCALIDAD, Quito. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/documentos/dia/guia-cafe.pdf>
- Arias, L. D. (2018). *Propuesta de mejoramiento en el manejo del cultivo de café en el barrio Cango Viejo parroquia Mercadillo cantón Puyango*. Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20854/1/LUIS%20DAVID%20ARIAS%20VILLAVICENCIO.pdf>
- Asociación Nacional de exportadores de café [anecafé]. (2019). *Exportaciones de café del Ecuador 2019*. Obtenido de <https://www.anecafe.org.ec/local/public/galeria/ACUM%20POR%20MES-2019.pdf>
- Banegas, K. Y. (2009). *Identificación de las fuentes de variación que tienen efecto sobre la calidad de café (Coffea arabica) en los municipios de El Paraíso y Alauca, Honduras*. Obtenido de https://agritrop.cirad.fr/556129/1/document_556129.pdf
- Barrezueta-Unda, C. S., Blacio, W. M., & Abad, C. C. Q. (2018). Análisis del cacao y café ecuatoriano desde su cadena de valor en el periodo 2010-2015. *Revista Científica Agroecosistemas*, 6(3), 6-17.

Blandón, G., Rodríguez, N., & Dávila, M. T. (1998). Caracterización microbiológica y físico-química de los subproductos del beneficio del café en proceso de compostaje. Obtenido de <http://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/753/3/arc049%2803%29169-185.pdf>

Bustamante, B. (2013). *Análisis del posicionamiento del café lojano en el mercado externo, y las proyecciones hacia nuevos mercados*. Loja. Obtenido de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7702/3/UTPL_Bustamante_Betty_1132250.pdf

CAFECOL [Centro Agroecológico del café A. C.]. (2008). *Clasificación de defectos físicos del café*. Obtenido de <http://cafecol.mx/documentos/TabloideDefectos.pdf>

Castillo, M. F. (2016). *Estudio técnico productivo del Café Ecológico en la asociación de artesanos el Colmenar en la parroquia San Antonio de las Aradas del Cantón Quilanga, provincia de Loja*. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec:9001/jspui/bitstream/123456789/17721/1/Manuel%20Florencio%20Castillo%20Calva.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

Colinas Verdes. (s.f.). *Colinas Verdes. org*. Obtenido de http://www.colinasverdes.org/loja_specialty_coffee.php

Cooperación Alemana al Desarrollo-GTZ. (2007). Manual ValueLinks. En D. G. Zusammenarbeit, *Metodología ValueLinks* (pág. 7). Recuperado el 23 de 10 de 2019, de www.cadenasdevaloryppp.org

Corporación Alemana al Desarrollo [GTZ]. (2009). *Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor*. Lima. Obtenido de <https://www.bivica.org/files/guia-metodologica-value-links.pdf>

Coscione, M. (2013). *El Símbolo de Pequeños Productores o cuando el Sur repiensa el comercio justo*. Obtenido de <https://www.altramerica.info/wp-content/uploads/2018/03/SPP.pdf>

Coscione, M. (2013). *Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5166585.pdf>

CTA, World Agroforestry Centre. (2013). *Guías para el desarrollo de cadenas de valor: una revisión comparativa*. Wageningen , The Netherlands.

Cumbicus Torres, E., & Jiménez Azuero, R. (2012). Análisis sectorial del café en la zona 7 del Ecuador.

El Productor. (30 de Enero de 2017). *Rendimiento de café en el Ecuador*. Obtenido de El Productor, el periodico del campo: <https://elproductor.com/estadisticas-agropecuarias/rendimiento-de-cafe-en-el-ecuador/>

Espacios. (01 de Abril de 2018). Aporte del sector agropecuario a la economía del Ecuador, Análisis crítico de su evolución en el período de dolarización. *Espacios, Vol. 39*((Nº 32)), 11. Recuperado el 7 de Octubre de 2019, de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p07.pdf>

FECD. (2011). *El retorno al café*. Quito-Ecuador.

Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur [FAPECAFES]. (s.f.). Obtenido de <https://fapecafes.org.ec/nosotros/>

Fondo Ecuatoriano de Cooperación para el Desarrollo [FECD]. (2011). *El retorno al café*. Obtenido de http://www.migration4development.org/sites/default/files/retorno_al_cafe.pdf

fórumcafé. (septiembre de 2013). *fórumcafé*. Obtenido de <http://www.forumdelcafe.com/biblioteca/variedades-comerciales-cafe>

Gobierno Provincial de Loja [GPL]. (s.f.). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Loja*. Loja. Obtenido de

[http://www.prefecturaloja.gob.ec/documentos/lotaip/2014/s\)_actas_y_planes_de_desarrollo/plan_de_desarrollo_y_ordenamiento_territorial01.pdf](http://www.prefecturaloja.gob.ec/documentos/lotaip/2014/s)_actas_y_planes_de_desarrollo/plan_de_desarrollo_y_ordenamiento_territorial01.pdf)

Gómez, O. (Septiembre de 2010). Guía para la innovación de la caficultura de lo convencional a lo orgánico. (R. Lemus, Ed.) Obtenido de https://bootcoffee.com/wp-content/uploads/2014/10/GUIA_CAFE_OK.pdf

Grupo Mesófilo A. C. (2016). *Manual de producción del café*. Obtenido de <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/01/manualcafe.pdf>

Hellin, J., & Meijer, M. (2006). Lineamientos para el análisis de cadena. Obtenido de http://www.fao.org/fileadmin/templates/esa/LISFAME/Documents/Ecuador/Guia_Cadena_Valor.pdf

Hernández, J. (2013). *Incoterms y su importancia en las actividades comerciales*. Obtenido de <https://docplayer.es/2277843-Incoterms-y-su-importancia-en-las-actividades-comerciales.html>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Iglesias, D. (2002). *Cadenas de Valor como estrategia: Las Cadenas de valor en el sector Agroalimentario*". Argentina: INTA. Obtenido 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>

INEC. (2018). *Indicadores Laborales*. Quito: ENEMDU. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Junio-2018/062018_Mercado%20Laboral.pdf

INEN. (s.f.). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/136-empresas-y-1249-productos-ecuatorianos-tienen-sellos-de-calidad-inen/>

Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE). (2011). *Guía técnica para el cultivo del Café*. Obtenido de <http://www.icafe.cr/wp-content/uploads/cicafe/documentos/GUIA-TECNICA-V10.pdf>

Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN]. (2006). *Café Verde en grano, Clasificación y Requisitos*. Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Normalización: <http://apps.normalizacion.gob.ec/descarga/>

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., & Massa-Sánchez, P. (2015). Producción de café y variables climáticas: El caso de Espíndola, Ecuador. *Economía*, 40(40), 117-137.

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>

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO]. (2012). *Análisis de Cadena de Valor del Café con enfoque de Seguridad Alimentaria y Nutricional*. Nicaragua: Swiss Contact. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-as545s.pdf>

MAG. (2018). *Informe de Rendimientos Objetivos Café grano oro 2018*.

MAG. (2018). *Poblacion economicamente activa*. LOJA.

MAG. (2019). *Informe de Rendimientos Objetivos Café grano oro 2019*. Obtenido de http://sipa.agricultura.gob.ec/descargas/estudios/rendimientos/cafe/rendimiento_informe_cafe_2019.pdf

MAG. (13 de Febrero de 2019). *Más de 2.800 títulos de propiedad de tierras se entregaron el año pasado en Cotopaxi*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <https://www.agricultura.gob.ec/mas-de-2-800-titulos-de-propiiedad-de-tierras-se-entregaron-el-ano-pasado-en-cotopaxi/>

MAG. (s. f.). *Estudio del consumo per cápita en Ecuador*. Obtenido de <file:///G:/2.%20Información%20café/Ecuador/Consumo%20de%20café%20en%20Ecuador.pdf>

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

Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG]. (2018). Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cafe>

Mosquera, D. (23 de abril de 2018). *APECAEL*. Obtenido de <http://apecael.blogspot.com/2016/04/asociacion-agroartesanal-de-pequenos.html>

Municipio de Loja . (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, actualización 2014-2022*. Loja- Ecuador.

Municipio de Loja. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial actualización 2014-2022*. Loja Ecuador. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>

Municipio de Loja. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Actualización 2014-2022*. Loja. Obtenido de <http://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>

Municipio de Loja. (2015). *Informe de Labores Rendición de Cuentas*. Loja. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/labores2015.pdf>

- Nutz, N., & Sievers, M. (2016). *Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor*. Ginebra: Primera publicación. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_541432.pdf
- Organismo Salvadoreño de Reglamentación Técnica. (2018). *Reglamento Técnico Salvadoreño. Café Verde (Café Oro), Requisitos de calidad*. El Salvador. Obtenido de https://members.wto.org/crnattachments/2018/SPS/SLV/18_6014_00_s.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2012). *Análisis de Cadena de Valor del Café con enfoque de Seguridad Alimentaria y Nutricional*. Nicaragua: Swiss Contact. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-as545s.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2015). *Desarrollo de cadenas de valor alimentarias sostenibles, principios rectores*. Roma: FAO 2015. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i3953s.pdf>
- Organización Internacional del Café [OIC]. (2019). *Informe de mercado del café septiembre 2019*. Obtenido de <http://www.ico.org/documents/cy2018-19/cmr-0919-c.pdf>
- Akaki, P. P., & Huacuja, F. E. (2006). Cadenas globales y café en México. *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*, 38(1), 69-86.
- Porter, M. E. (1990). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (Segunda Edición 2015 ed.). (J. P. Hernández, Trad.) Ciudad de México, México: Grupo Editorial Patria. Recuperado el julio de 2019
- PRO ECUADOR. (25 de junio de 2013). *Guía de certificaciones internacionales*. Obtenido de <https://issuu.com/pro-ecuador/docs/guiacertificacionesh>
- PROCOLOMBIA. (s.f.). *Guía práctica para conocer las certificaciones que se requieren para exportación de agroalimentos*. Obtenido de https://procolombia.co/sites/default/files/certificaciones_para_exportar_agroalimentos.pdf

- Quiliguango, R. M. (2013). *Influencia de cuatro métodos de beneficio sobre la calidad físicas y organoléptica del café Arábigo (Coffea arabica L.) en dos pisos altitudinales del noroccidente de Pichincha*. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1042/1/T-UCE-0004-21.pdf>
- Rizzuto, M. L. Q., & Rosales, M. (2014). El mercado mundial del café: tendencias recientes, estructura y estrategias de competitividad. *Visión gerencial*, (2), 291-307.
- Rosenberg, N. (1982). *Inside the black box Technology and economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri>
- Springer-Heinze, A. (2007). *ValueLinks Manual: The methodology of value chain promotion*. Swisscontact, Ministerio de Industrias y Productividad [MIPRO]. (2016). *Manual básico de buenas prácticas para el tostado del café*. Loja. Obtenido de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Ecuador/Documents/Content/ManualTuesteCafe.pdf
- Toro, D. F. (2 de febrero de 2014). *formulación gradosbrix rendimiento*. Obtenido de <http://proceali.blogspot.com/2014/02/formulacion-grados-brix-rendimiento.html>
- Vaca, P. (2016). *Comportamiento Agronómico de cinco variedades de café (Coffea arábigo L), sometido a difernetes aplicaciones foliares de biol*. Santo Domingo de los Tsáchilas. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11296/1/T-ESPE-002795.pdf>
- Valarezo, O. (29 de mayo de 2019). Reseña cafetalera. *El diario*. Obtenido de ¿Cuándo y cómo llegó el café a Loja?: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/503211-resena-cafetera/>
- Value Chain Analysis for Development [VCA4D]. (2018). *Análisis de la cadena de valor de café en Honduras*. Honduras. Obtenido de <https://europa.eu/capacity4dev/file/79812/download?token=bnHqqeEf>

Sánchez, S. V., Bueno, D. O., & Jara, P. P. (2018). La realidad ecuatoriana en la producción de café. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 2(2), 72-91.

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

Weiskopf, B., & Landero, M. (2011). *Guía metodológica Implementación del Proceso de Fomento de Cadena de Valor*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/426445571/Guia-Metodologica-Implementacion-Del-Proceso-de-Fomento-de-Cadena-de-Valor>

k. Anexos***Anexo 1******Proyecto de tesis*****1. TEMA:**

Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Loja, provincia de Loja, en el periodo 2019-2020.

2. PROBLEMÁTICA

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2019), la agricultura desempeña un papel crucial en la economía de un país, es la columna vertebral del sistema económico; no sólo proporciona alimentos y materias primas, sino también oportunidades de empleo para una importante cantidad de la población. Según datos establecidos en el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2018) el 29,4% de la Población Económicamente Activa Nacional, representan a la actividad de Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, en la que concentra mayor participación de empleo, ya que más de 1,6 millones de personas laboran en el sector.

Según la revista Espacios (2018) el Banco Central del Ecuador en sus boletines estadísticos mensuales señala que esta actividad 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 productos principales de exportación del Ecuador.

Dentro de las principales actividades agrícolas que se realiza en el Ecuador se encuentra el cultivo de café, debido a su importancia económica y social en la generación de divisas y empleo. Se encuentra entre los diez cultivos con mayor superficie, además, es sembrado en 21 provincias del país.

Ante la importancia del cultivo, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) puso en marcha el Operativo de Rendimientos Objetivos de Café, su objetivo es proporcionar información actualizada acerca de la producción y factores productivos del cultivo en el país, permitiendo facilitar y fundamentar la toma de decisiones en beneficio del sector.

En referencia a lo expuesto, el informe de “Rendimientos de Café Grano Seco en el Ecuador 2018” refleja el nivel de productividad de las especies de café Arábigo y Robusta a nivel nacional, en el año 2018. Los principales resultados obtenidos indican que durante el periodo de análisis, la especie de café Arábigo representó el 65% de la producción nacional de café y presentó un rendimiento de 0.44 t/ha. El café Robusta constituyó el 35% del total producido a nivel nacional y cuenta con una productividad de 0.53 t/ha. (El Productor, 2017)

La provincia de Loja, desde hace casi 100 años, ha sido la tierra del café. Un siglo atrás, el café ingresó por vez primera a estos campos, cuyas características geográficas eran propicias para su cultivo, con suelos enriquecidos, condiciones climáticas adecuadas y de ser reconocido como el cultivo de uno de los mejores cafés a nivel nacional e internacional, (FECD, 2011). Aun con todas estas condiciones el cultivo no ha sido explotado al máximo, 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. Otro factor importante ha sido la falta de definición de la cadena de valor en la producción del café, más aun cuando la provincia de Loja es parte de este mercado con un rendimiento de 0,44 t/ha.

Desde este punto una cadena de valor puede ser definida como:

Todo el conjunto de actividades que son requeridas para llevar un producto o servicio que 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 sector cafetalero se desarrolla principalmente bajo dos modalidades, tradicional y asociativa.

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

El cantón Loja no ha sido diferente al resto de la provincia, con 384,43 hectáreas de cultivo de café que representan el 7,25% (Municipio de Loja, 2014) de cultivos en el sector, concentrado especialmente en las parroquias de Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Quinara, Malacatos y Yangana, en donde los pequeños productores cultivan el grano de café con poca o ninguna técnica. Por años la gente plantó y dejó sin cuidado sus plantas para que crezcan y cuando ya era hora, cosechaban frutos esporádicos de aquellas que lograban florecer, (FECD, 2011).

Esa situación, poco a poco fue mermando la capacidad de producción de los arbustos, las cosechas se dañaban, los cultivos eran escasos y la gente cada vez contaba con menos ingresos. Más aún si luego de ser cosechados no existía tampoco un adecuado proceso que permitiera producir un café de alta calidad. (FECD, 2011)

Bajo la modalidad asociativa desarrollada en el cantón los pequeños productores, juntan sus cosechas para cumplir con pedidos grandes; de otra manera, sería imposible y todo el esfuerzo realizado para obtener un café de calidad, quedaría recluido en las parcelas individuales. De esta manera la comercialización asociativa ha ayudado a regular el mercado, pues los intermediarios que antes abusaban y pagaban bajos precios, ahora tienen que acercarse al nivel de precio justo que paga el centro de acopio de la asociación. (FECD, 2011)

Uno de los hechos más notorios al hablar de cadenas de valor es que a lo largo del tiempo los productores se han quedado cada vez con menor participación en el precio del café siendo opacados por la notable intervención de comerciantes tanto mayoristas como minoristas que al final del día suelen obtener mayores ganancias, es así, que la carente investigación y la deficiente articulación de la cadena de valor del café en cada uno de los eslabones priva de conocimientos a los productores que genera cultivos que no reúnen condiciones para competir y obtener adecuados niveles de rentabilidad, pues la mayor parte del tiempo el agricultor está a expensas del mercado dependiendo de la oferta y la demanda así como los precios fijados, y si a esto se le añade la participación de intermediarios quienes obtienen mayores ganancias, se tiene, un producto no competitivo.

El desconocimiento de la cadena de valor del café conlleva a que el desarrollo del sector cafetalero no esté vinculado adecuadamente con las dinámicas del mercado, generando el comercio injusto, pérdida de oportunidades, y por ende productos poco competitivos que no favorecen el sector.

Los puntos importantes a considerar para el desarrollo del presente trabajo serán en torno a las siguientes interrogantes:

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

Esta investigación está justamente interesada en llevar adelante un estudio de la cadena de valor de tipo asociativa del café y la tipo tradicional, lo que permitirán entender las características de la cadena de valor del café y determinar si estos tipos de cadenas de valor 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 en el cantón Loja 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 a al sector cafetalero de una fuerza y visión que permite definir acciones para su fomento.

Identificar la generación de empleo derivada de esta actividad productiva, más aun cuando la predominancia de modelo tradicional se ve envuelta en la participación conjunta de las familias del cantón Loja, tomando siempre en cuenta cómo se desarrolla el denominado “comercio justo”, y la efectividad de la cadena de valor empleada para la generación de la estabilidad económica y laboral.

Finalmente se espera que esta investigación ayude a acrecentar el acervo de conocimiento respecto a las dinámicas territoriales que estas cadenas de valor del café han generado en nuestro país. Y por otra parte, se espera generar información rigurosa, veraz y pertinente, que pueda generar debate y ser aprovechada para la toma de decisiones por los distintos actores o eslabones que directa o indirectamente participan en la cadena de valor del café en el cantón Loja, principalmente a las familias que viven de esta actividad productiva.

4. OBJETIVOS

4.1.Objetivo general

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

5. METODOLOGÍA

El presente proyecto se basará en investigación de tipo descriptiva en torno a la cadena de valor que utilizan los productores de café asociados y no asociados, que se desarrollará en el cantón Loja, provincia de Loja, se utilizarán métodos y técnicas con el fin de dar cumplimiento a los objetivos planteados, especialmente para recabar información primaria y secundaria.

5.1. Técnicas a utilizar

- Observación a las actividades y actitudes de los productores de café del cantón Loja.
- Entrevista a todos los actores involucrados en cada eslabón en la cadena de valor, como los presidentes de las asociaciones, técnico del MAG, presidente de la junta parroquial del cantón Loja.
- Encuestas a todos los actores involucrados en la cadena de valor desde proveedores, productores, acopiadores, transformadores, comercializadores y consumidores, para obtener variables y características que se pretende analizar de la producción de café en el cantón Loja.

5.2. 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 el cantón Loja; en esta instancia se conocerá cuantos de los productores de café, pertenecen a una asociación y cuántos no pertenecen.

Para el desarrollo de la investigación se hará uso de la metodología propuesta en el Manual 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 cadena

de valor, que servirá como medio de enlace para la recopilación de datos e información. Además esta guía proporciona varios diagramas, cuadros de texto y cuadros que presentan conceptos clave para el mapeo, siendo un factor determinante en el análisis de resultados inmediatos relacionados con la caracterización.

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

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

Finalmente describir resultados y presentarlos.

5.3.Población objeto de estudio

En el desarrollo de la investigación se tomará como población objetivo, a 9.671 agricultores y trabajadores calificados del cantón Loja, en donde 5.310,3 hectáreas son empleadas para la actividad agrícola, y solo 384,43 hectáreas son aprovechadas para la producción de café. (Municipio de Loja , 2014).

6. CRONOGRAMA

Objetivo/actividad	Octubre					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	1	2	3	4
Elaboración de la revisión de Literatura: marco teórico, referencial y conceptual			■	■	■																								
Elaboración de los instrumentos de investigación: observación, encuestas y entrevistas					■																								
Realizar la visita de observación en el cantón Loja para establecer la ubicación de productores independientes						■																							
Reunión de acercamiento con el presidente de la asociación de cafetaleros						■																							
Diseño de cronograma de visitas para aplicación de las encuestas a los actores de cada uno de los eslabones de la cadena de valor de la producción de café en el cantón Loja.							■																						
Aplicación de encuestas a cada uno de los actores de la cadena de valor.								■	■	■	■	■	■																
Entrevista con el presidente o representante de la asociación y con sus asociados.												■	■																
Tabulación de la información obtenida en la investigación												■	■	■															
Análisis e interpretación de los resultados tabulados.														■															
Identificar los actores que intervienen en la cadena de valor bajo la modalidad tradicional y asociativa.															■	■													
Describir la cadena de valor bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Loja.																■	■												
Diagramar la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa en el cantón Loja.																	■	■											
Comparar las cadenas de valor del café bajo las modalidades asociativa y tradicional en el cantón Loja.																		■	■	■	■								
Establecer conclusiones y recomendaciones																				■	■								
Elaborar y presentación del informe final.																					■								
presentación del borrador de tesis																						■	■	■	■	■			

7. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

7.1.PRESUPUESTO

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

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Viajes técnicos			
Alimentación	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

Tabla Nro. 2 Presupuesto. La autora

7.2. FINANCIAMIENTO

El presupuesto será financiado por la autora del proyecto

Depreciaciones

Depreciación USB

Activo	% Depreciación	Vida Útil	Costo	Depreciación Anual	Valor Residual
USB	33,33%	3	\$15,00	\$5,00	-

Depreciación mensual es de 0,14

Depreciación por los 5 meses 0,69

Depreciación laptop

Activo	% Depreciación	Vida Útil	Costo	Depreciación Anual	Valor Residual
LAPTOP	33,33%	3	\$650,00	\$216,67	-

Depreciación mensual es de 6,02

Depreciación por los 5 meses 30,10

Depreciación cámara digital

Activo	% Depreciación	Vida Útil	Costo	Depreciación Anual	Valor Residual
CÁMARA DIGITAL	33,33%	3	\$290,00	\$96,67	-

Depreciación mensual es de 2,69

Depreciación por los 5 meses 13,43

9. BIBLIOGRAFÍA

INEN. (s.f.). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/136-empresas-y-1249-productos-ecuatorianos-tienen-sellos-de-calidad-inen/>

Abarca, J. L., & Armendáriz, D. C. (2014). *Estudio de la cadena productiva de café de altura en la parroquia la Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura*.

Agila, E., & Solís, M. (2009). *Análisis de cadenas de valor en el sector manufacturero en la provincia de Loja año 2009*.

AGROCALIDAD. (s.f.). *BuenasPracticas Agrícolas BPA*. Quito.

Akaki, P., & Huacuja, F. (2006). Cadenas globales y café en México. *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*, 70. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/171/17103804.pdf>

Amézaga, C., Rodríguez, D., Nuñez, M., & Herrera, D. (2013). Orientaciones Estratégicas para el Fortalecimiento de la Gestión Asociativa. (IICA, Ed.) *Cooperativas de las Américas*, 5. Recuperado el julio de 2019, de <http://repiica.iica.int/docs/B3246e/B3246e.pdf>

Andrade, E. (2013). *Buenas prácticas agrícolas para café*. AGROCALIDAD, Quito. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/documentos/dia/guia-cafe.pdf>

Arias, L. D. (2018). *Propuesta de mejoramiento en el manejo del cultivo de café en el barrio Cango Viejo parroquia Mercadillo cantón Puyango*. Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20854/1/LUIS%20DAVID%20ARIAS%20VILLAVICENCIO.pdf>

Asociación Nacional de exportadores de café [anecafé]. (2019). *Exportaciones de café del Ecuador 2019*. Obtenido de <https://www.anecafe.org.ec/local/public/galeria/ACUM%20POR%20MES-2019.pdf>

Banegas, K. Y. (2009). *Identificación de las fuentes de variación que tienen efecto sobre la calidad de café (Coffea arabica) en los municipios de El Paraíso y Alauca, Honduras.*

Obtenido de https://agritrop.cirad.fr/556129/1/document_556129.pdf

Barrezueta-Und, S., Moreira, W., & Quezada, C. (2018). Análisis del cacao y café ecuatoriano desde su cadena de valor en el periodo 2010-2015. *Revista Científica Agroecosistemas*, Volumen 6, 10. Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/330520473_Analisis_del_cacao_y_cafe_ecuatoriano_desde_su_cadena_de_valor_en_el_periodo_2010-2015

Blandón, G., Rodríguez, N., & Dávila, M. T. (1998). Caracterización microbiológica y físico-química de los subproductos del beneficio del café en proceso de compostaje.

Obtenido de <http://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/753/3/arc049%2803%29169-185.pdf>

Bustamante, B. (2013). *Análisis del posicionamiento del café lojano en el mercado externo, y las proyecciones hacia nuevos mercados.* Loja. Obtenido de

http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7702/3/UTPL_Bustamante_Betty_1132250.pdf

CAFECOL [Centro Agroecológico del café A. C.]. (2008). *Clasificación de defectos físicos del café*. Obtenido de <http://cafecol.mx/documentos/TabloideDefectos.pdf>

Castillo, M. F. (2016). *Estudio técnico productivo del Café Ecológico en la asociación de artesanos el Colmenar en la parroquia San Antonio de las Aradas del Cantón*

Quilanga, provincia de Loja. Obtenido de

<http://dspace.unl.edu.ec:9001/jspui/bitstream/123456789/17721/1/Manuel%20Florencio%20Castillo%20Calva.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
- Colinas Verdes. (s.f.). *Colinas Verdes. org*. Obtenido de http://www.colinasverdes.org/loja_specialty_coffee.php
- Corporación Alemana al Desarrollo [GTZ]. (2009). *Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor*. Lima. Obtenido de <https://www.bivica.org/files/guia-metodologica-value-links.pdf>
- Coscione, M. (2013). *El Símbolo de Pequeños Productores o cuando el Sur repiensa el comercio justo*. Obtenido de <https://www.altramerica.info/wp-content/uploads/2018/03/SPP.pdf>
- Coscione, M. (2013). *Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5166585.pdf>
- CTA, World Agroforestry Centre. (2013). *Guías para el desarrollo de cadenas de valor: una revisión comparativa*. Wageningen , The Netherlands.
- Cumbicus, E., & Jiménez, R. (2012). *Análisis Sectorial del Café en la Zona 7 del Ecuador*. Loja. Obtenido de <https://docplayer.es/13921431-Analisis-sectorial-del-cafe-en-la-zona-7-del-ecuador.html>
- El Productor. (30 de Enero de 2017). *Rendimiento de café en el Ecuador*. Obtenido de El Productor, el periódico del campo: <https://elproductor.com/estadisticas-agropecuarias/rendimiento-de-cafe-en-el-ecuador/>
- Espacios. (01 de Abril de 2018). Aporte del sector agropecuario a la economía del Ecuador, Análisis crítico de su evolución en el período de dolarización. *Espacios*, Vol.

39(N° 32)), 11. Recuperado el 7 de Octubre de 2019, de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p07.pdf>

FECD. (2011). *El retorno al café*. Quito-Ecuador.

Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur [FAPECAFES]. (s.f.). Obtenido de <https://fapecafes.org.ec/nosotros/>

Fondo Ecuatoriano de Cooperación para el Desarrollo [FECD]. (2011). *El retorno al café*.

Obtenido de http://www.migration4development.org/sites/default/files/retorno_al_cafe.pdf

fórumcafé. (septiembre de 2013). *fórumcafé*. Obtenido de <http://www.forumdelcafe.com/biblioteca/variedades-comerciales-cafe>

GIZ- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (ex GTZ). (2007).

Manual de Valuelinks, Metodología para el Fomento de la Cadena de Valor. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/004114306a5bbd6b10340>

Gobierno Provincial de Loja [GPL]. (s.f.). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Loja*. Loja. Obtenido de [http://www.prefectura Loja.gob.ec/documentos/lotaip/2014/s\)_actas_y_planes_de_desarrollo/plan_de_desarrollo_y_ordenamiento_territorial01.pdf](http://www.prefectura Loja.gob.ec/documentos/lotaip/2014/s)_actas_y_planes_de_desarrollo/plan_de_desarrollo_y_ordenamiento_territorial01.pdf)

Gómez, O. (Septiembre de 2010). Guía para la innovación de la caficultura de lo convencional a lo orgánico. (R. Lemus, Ed.) Obtenido de https://bootcoffee.com/wp-content/uploads/2014/10/GUIA_CAFE_OK.pdf

Grupo Mesófilo A. C. (2016). *Manual de producción del café*. Obtenido de <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/01/manualcafe.pdf>

Hellin, J., & Meijer, M. (2006). Lineamientos para el análisis de cadena. Obtenido de http://www.fao.org/fileadmin/templates/esa/LISFAME/Documents/Ecuador/Guia_Cadena_Valor.pdf

Hernández, J. (2013). *Incoterms y su importancia en las actividades comerciales*. Obtenido de <https://docplayer.es/2277843-Incoterms-y-su-importancia-en-las-actividades-comerciales.html>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Iglesias, D. (2002). *Cadenas de Valor como estrategia: Las Cadenas de valor en el sector Agroalimentario*". Argentina: INTA. Obtenido 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>

INEC. (2018). *Indicadores Laborales*. Quito: ENEMDU. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Junio-2018/062018_Mercado%20Laboral.pdf

Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE). (2011). *Guía técnica para el cultivo del Café*. Obtenido de <http://www.icafe.cr/wp-content/uploads/cicafe/documentos/GUIA-TECNICA-V10.pdf>

Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN]. (2006). *Café Verde en grano, Clasificación y Requisitos*. Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Normalización: <http://apps.normalizacion.gob.ec/descarga/>

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, A., & Massa, P. (Julio de 2015). Producción de café y variables climáticas: El caso de Espíndola, Ecuador. 118. 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>

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO]. (2012). *Análisis de Cadena de Valor del Café con enfoque de Seguridad Alimentaria y Nutricional*. Nicaragua: Swiss Contact. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-as545s.pdf>

MAG. (2018). *Informe de Rendimientos Objetivos Café grano oro 2018*.

MAG. (2018). *Poblacion economicamente activa*. LOJA.

MAG. (2019). *Informe de Rendimientos Objetivos Café grano oro 2019*. Obtenido de http://sipa.agricultura.gob.ec/descargas/estudios/rendimientos/cafe/rendimiento_informe_cafe_2019.pdf

MAG. (13 de Febrero de 2019). *Más de 2.800 títulos de propiedad de tierras se entregaron el año pasado en Cotopaxi*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganaderia: <https://www.agricultura.gob.ec/mas-de-2-800-titulos-de-propiedad-de-tierras-se-entregaron-el-ano-pasado-en-cotopaxi/>

MAG. (s. f.). *Estudio del consumo per cápita en Ecuador*. Obtenido de <file:///G:/2.%20Información%20café/Ecuador/Consumo%20de%20café%20en%20Ecuador.pdf>

Manuel Rojas, C. R. (2009). *Guía Metodológica de Facilitación en Cadenas de Valor*. Lima: El Comercio S. A. Recuperado el Octubre de 25 de 2019

Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG]. (2018). Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cafe>

Mosquera, D. (23 de abril de 2018). *APECAEL*. Obtenido de <http://apecael.blogspot.com/2016/04/asociacion-agroartesanal-de-pequenos.html>

Municipio de Loja . (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, actualización 2014-2022*. Loja- Ecuador.

Municipio de Loja. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial actualización 2014-2022*. Loja Ecuador. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>

Municipio de Loja. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Actualización 2014-2022*. Loja. Obtenido de <http://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>

Municipio de Loja. (2015). *Informe de Labores Rendición de Cuentas*. Loja. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/labores2015.pdf>

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

Organismo Salvadoreño de Reglamentación Técnica. (2018). *Reglamento Técnico Salvadoreño. Café Verde (Café Oro), Requisitos de calidad*. El Salvador. Obtenido de https://members.wto.org/crnattachments/2018/SPS/SLV/18_6014_00_s.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2012). *Análisis de Cadena de Valor del Café con enfoque de Seguridad Alimentaria y Nutricional*. Nicaragua: Swiss Contact. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-as545s.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2015). *Desarrollo de cadenas de valor alimentarias sostenibles, principios rectores*.

Roma: FAO 2015. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i3953s.pdf>

Organización Internacional del Café [OIC]. (2019). *Informe de mercado del café septiembre 2019*. Obtenido de <http://www.ico.org/documents/cy2018-19/cmr-0919-c.pdf>

Porter, M. E. (1990). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (Segunda Edición 2015 ed.). (J. P. Hernández, Trad.) Ciudad de México, México: Grupo Editorial Patria. Recuperado el julio de 2019

PRO ECUADOR. (25 de junio de 2013). *Guía de certificaciones internacionales*.

Obtenido de <https://issuu.com/pro-ecuador/docs/guiacertificacionesh>

PROCOLOMBIA. (s.f.). *Guía práctica para conocer las certificaciones que se requieren para exportación de agroalimentos*. Obtenido de https://procolombia.co/sites/default/files/certificaciones_para_exportar_agroalimentos.pdf

Quiliguango, R. M. (2013). *Influencia de cuatro métodos de beneficio sobre la calidad físicas y organoléptica del café Arábigo (Coffea arabica L.) en dos pisos altitudinales del noroccidente de Pichincha*. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1042/1/T-UCE-0004-21.pdf>

Quintero, M., & Rosales, M. (julio de 2014). El mercado mundial del café: tendencias recientes, estructura y estrategias de competitividad. *Visión Gerencial*, 295, 300.

Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545897005.pdf>

Rosenberg, N. (1982). *Inside the black box Technology and economics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri>

- Springer-Heinze. (2007). Manual ValueLinks. En D. G. Zusammenarbeit, *Metodología ValueLinks* (pág. 7). Recuperado el 23 de 10 de 2019, de www.cadenasdevaloryppp.org
- Swisscontact, Ministerio de Industrias y Productividad [MIPRO]. (2016). *Manual básico de buenas prácticas para el tostado del café*. Loja. Obtenido de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Ecuador/Documents/Content/ManualTuesteCafe.pdf
- Toro, D. F. (2 de febrero de 2014). *formulación gradosbrix rendimiento*. Obtenido de <http://proceali.blogspot.com/2014/02/formulacion-grados-brix-rendimiento.html>
- Vaca, P. (2016). *Comportamiento Agronómico de cinco variedades de café (Coffea arabica L), sometido a difernetes aplicaciones foliares de biol*. Santo Domingo de los Tsáchilas. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11296/1/T-ESPE-002795.pdf>
- Valarezo, O. (29 de mayo de 2019). Reseña cafetalera. *El diario*. Obtenido de ¿Cuándo y cómo llegó el café a Loja?: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/503211-resena-cafetera/>
- Value Chain Analysis for Development [VCA4D]. (2018). *Análisis de la cadena de valor de café en Honduras*. Honduras. Obtenido de <https://europa.eu/capacity4dev/file/79812/download?token=bnHqqeEf>
- Venega, S., Orellana, D., & Pérez, P. (mayo de 2018). La realidad Ecuatoriana en la producción de café. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 2(2), 77. doi:10.26820/recimundo/2.(2).2018.72-91
- Vorley, B., Del Pozo - Vergnes, E., & Barnett, A. (2013). *Agricultores de pequeña en el mercado globalizado: tomando decisiones en un mundo cambiante*. International Institute for Environment and Development, La Paz, Bolivia. Obtenido de <https://pubs.iied.org/pdfs/16543IIED.pdf>

Weiskopf, B., & Landero, M. (2011). *Guía metodológica Implementación del Proceso de Fomento de Cadena de Valor*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/426445571/Guia-Methodologica-Implementacion-Del-Proceso-de-Fomento-de-Cadena-de-Valor>

Guía de preguntas

Productores

1. ¿Cuáles son sus funciones dentro de la cadena?
2. ¿La semilla que utiliza para la siembra es propia o comprada, de ser así, de dónde?
3. ¿A quiénes vende su producto? ¿Cómo se relaciona con ellos?
4. ¿Con qué otros actores de la cadena se relaciona? ¿Cómo es esta relación?
5. ¿Trabajan como productores individuales o están organizados?
6. ¿Qué organizaciones lo apoyan?
7. ¿Cómo lo apoyan las instituciones públicas?
8. ¿Qué dificultades encuentra como productor y miembro de esta cadena?
9. ¿Qué otras fuente de ingreso tiene?
10. ¿La producción es familiar? De ser así, ¿cuántos miembros de su familia intervienen?
11. ¿Cuántos hombres y cuántas mujeres? ¿Qué tiempo dedica cada uno?
12. ¿De dónde obtiene los insumos y las herramientas?
13. ¿Cuenta con créditos? ¿De qué tipo? (formal, informal, adelantos, etc.) ¿Bajo qué condiciones?
14. ¿A quién le vende su producto? (acopiador, asociación, planta de procesamiento, detallar el porcentaje de cada uno).
15. ¿A qué precio vende su producto? ¿Le pagan al contado o a crédito?
16. ¿Conoce sus costos de producción?
17. ¿Tiene en cuenta el cuidado del medio ambiente en su proceso productivo?
18. ¿Su parcela cuenta con alguna certificación? (orgánica, Fairtrade, etc.).
19. ¿Cuál es el volumen de la producción?
20. ¿Cuál es el precio de sus productos?
21. ¿Cómo le pagan por su producto?
22. ¿Tiene algún contrato formal?

Los Acopiadores

1. ¿Cuáles son sus funciones dentro de la cadena?
2. ¿Cuántos acopiadores hay en la zona?
3. ¿Qué tipo de relación tiene con los productores? (económica, técnica, social y financiera).
4. ¿Con qué otros miembros de la cadena se relaciona? ¿Cómo es esa relación?
5. ¿Usted procesa o transforma el producto antes de comercializarlo? ¿Lo compra o vende con algún grado de procesamiento o en fresco?
6. ¿Acopia usted directamente en finca o a través de otros intermediarios?
7. ¿Usted cuenta también con áreas de producción propia o arrendada?
8. ¿La comercialización se realiza mediante contratos?
9. ¿Este trabajo lo realiza solo, en familia, como empresa? ¿Cuántos hombres y mujeres participan?
10. ¿A qué empresas vende el producto? ¿Cómo es su relación con estas empresas?
11. ¿En cuánto compra el producto y a cuánto lo vende?
12. ¿Cuál es su forma de pago y en qué plazo, utiliza documentos como facturas o boletas?
13. ¿Qué organizaciones lo apoyan?
14. ¿Cómo lo apoyan las instituciones públicas?
15. ¿Qué dificultades encuentra como acopiador miembro de esta cadena?
16. ¿Cómo se siente usted en la cadena? ¿Qué sugiere?

Los Transformadores

1. ¿Cuáles son sus funciones dentro de la cadena?
2. ¿Dónde y a quién le compra usted su materia prima? (productores/intermediarios, entrega en planta o recolección de fincas/carretera).
3. ¿Qué líneas de proceso tiene? (uno o más productos o subproductos).
4. ¿Cuenta con una marca propia para el mercado?
5. ¿Cuántas personas trabajan en las oficinas o la planta? ¿Cuántos son hombres y mujeres y cuáles son sus funciones?
6. ¿Con qué tecnología cuenta? ¿La planta tiene alguna certificación? (ISO, HACCP, etc.).
7. ¿Trabaja con capital propio o tiene fuentes de financiamiento externo? ¿Cuáles?
8. ¿Cuál es su capacidad de planta? ¿Trabaja con capacidad ociosa durante alguna época del año? 9. ¿La transacción de compra es con boletas o facturas? ¿Se firma un contrato?
10. ¿A qué precio compra usted el producto y a qué precio lo vende?
11. ¿Qué exigencias de calidad establecen sus clientes? ¿Se fijan estas en contratos? ¿Dónde se evalúa esa calidad? (en planta y/o en el destino final).
12. ¿Qué problemas de calidad tiene con mayor frecuencia?
13. ¿Con qué actores de la cadena se relaciona más? ¿Cómo es esa relación?
14. ¿A qué mercados vende? (nacional/internacional, porcentaje colocado en cada uno).
15. ¿Sabe usted cómo valoran el producto sus clientes o consumidores?
16. ¿La cadena responde a las exigencias del mercado?
17. ¿Qué dificultades encuentra usted como parte de la cadena? (calidad, abastecimiento, entorno legal/tributario, etc.) ¿Qué sugiere?
18. ¿Cómo cree que los consumidores prefieren el producto?
19. ¿Mantiene stocks en la planta? ¿Cuántos meses? ¿A qué se debe?
20. ¿Qué organizaciones lo apoyan? ¿Cómo apoya el sector público? ¿Qué otras organizaciones deberían apoyar?
21. ¿Cómo se manejan los desechos de la planta? ¿El proceso productivo genera impactos negativos al medio ambiente?

Exportadoras del Producto

1. ¿Es usted procesador o exportador?
2. ¿Cuáles son sus funciones dentro de la cadena?
3. ¿Exporta en forma individual o asociada?
4. ¿Qué volúmenes exporta por campaña/año? 5. ¿Cuáles son sus mercados de destino?
6. ¿Qué medios de transporte utiliza para la exportación y cuál es su ruta?
7. ¿Cuenta con un área de exportación o terceriza este servicio?
8. ¿Qué exigencias tienen sus mercados de destino?
9. ¿Dónde y a quién le compra usted su materia prima? (productores/intermediarios, entrega en planta o recolección de fincas/carretera).
10. ¿Qué líneas de producto exporta y en qué formas de presentación? (uno o más productos o subproductos).
11. ¿Cuántas personas trabajan en las oficinas o la planta? ¿Cuántos son hombres y mujeres y cuáles son sus funciones?
12. ¿Con qué tecnología cuenta? ¿Su planta tiene alguna certificación? (ISO, HACCP, etc.).
13. ¿Su producto está destinado a mercados especiales? (Fairtrade, orgánico, otros nichos... detallar porcentaje para cada uno)
14. ¿Trabaja con capital propio o tiene fuentes de financiamiento externo? ¿Cuáles?
15. ¿Cómo obtiene información sobre el mercado?
16. ¿Qué mecanismos de promoción o contactos comerciales utiliza? (Ferias, misiones comerciales, Internet, folletos, etc.).
17. ¿Qué percepción tiene de las tendencias del mercado para el producto de la CV?
18. ¿La transacción de compra es con boletas o facturas? ¿Se firma un contrato?
19. ¿A qué precio compra usted el producto y a qué precio lo vende? (valor FOB y CIF).
20. ¿Qué mecanismos de pago negocia con sus clientes? (adelantos, carta de crédito, warrants, etc.).
21. ¿Qué exigencias de calidad establecen sus clientes? ¿Se fijan estas en contratos? ¿Dónde se evalúa la calidad? (en planta, puerto de embarque y/o en el destino final).
22. ¿Su producto pasa por algún control por parte del Estado? (Digesa, Senasa, Aduanas, Sunat, etc.).

23. ¿Qué problemas de calidad tiene con mayor frecuencia?
24. ¿Con qué actores de la cadena se relaciona más? ¿Cómo es esa relación?
25. ¿A qué mercados vende? (nacional/internacional, porcentaje colocado en cada uno).
26. ¿Sabe usted cómo valoran el producto sus clientes o consumidores?
27. ¿La cadena responde a las exigencias del mercado?
28. ¿Qué dificultades encuentra usted como parte de la cadena? (calidad, abastecimiento, entorno legal/tributario, etc.) ¿Qué sugiere?
29. ¿Cómo cree que los consumidores prefieren el producto?
30. ¿Mantiene stocks en la planta? ¿Cuántos meses? ¿A qué se debe?
31. ¿Qué organizaciones lo apoyan? ¿Cómo apoya el sector público? ¿Qué otras organizaciones deberían apoyar?

Instituciones de Apoyo

1. ¿Cuáles son sus funciones dentro de la cadena?
2. ¿Cuáles son sus objetivos institucionales?
3. ¿Qué tipo de apoyo o servicios ofrece?
4. ¿Con qué actores de la cadena se relaciona más?
5. ¿Cómo financian los servicios ofrecidos?
6. ¿Cobran por los servicios prestados?
7. ¿Cuánto personal dedica al apoyo de la cadena? ¿Qué perfil/especialidad tiene este personal?
8. ¿Qué presupuesto anual tienen asignado a la cadena?
9. ¿A qué eslabón de la CV apoyan? (producción, transformación, etc.).
10. ¿Qué tiempo tienen apoyando la cadena?
11. ¿Qué logros considera que han alcanzado hasta el momento?
12. ¿Cómo se dan las relaciones con los otros actores?
13. ¿Qué dificultades encuentra para ofrecer un mejor apoyo o servicio?
14. ¿Qué otras organizaciones deberían apoyar?
15. ¿Qué potencialidades identifica en la cadena de valor?
16. ¿Qué sugiere para lograr mejores resultados de la cadena?

Supermercados o Comerciantes de las Ferias

1. ¿Cuáles son sus funciones dentro de la cadena?
2. ¿Qué tipo de clientes consumen este producto? (nivel socioeconómico, edad, otros...).
3. ¿A quién le compra usted el producto?
4. ¿La transacción de compra es con boletas o facturas? ¿Se firma un contrato?
5. ¿A qué precio compra usted el producto y a qué precio lo vende?
6. ¿Con qué actores de la cadena se relaciona más? ¿Cómo es esa relación?
7. ¿Sabe usted cómo valoran el producto los consumidores?
8. ¿La cadena responde a las exigencias del mercado?
9. ¿Qué dificultades encuentra usted como último eslabón de la cadena? ¿Qué sugiere?
10. ¿Cómo cree que los consumidores prefieren el producto?
11. ¿La venta del producto es rápida, lenta...?
12. ¿Cuál es el costo del producto?
13. ¿Qué organizaciones apoyan la cadena?
14. ¿Cómo apoya el sector público a la CV? ¿Qué otras organizaciones deberían apoyar?

PROVEEDORES

PROVEEDOR DE SEMILLA/ PLÁNTULAS

Anexo 2

Tabla 28 Información de proveedores de semilla

N°	PARROQUIA DE UBICACIÓN	NOMBRE DEL PROPIETARIO	NOMBRE DEL LOCAL	TIPO DE PROVEEDOR QUE SE CONSIDERA	PRINCIPALES CLIENTES
1	Vilcabamba	Elvira Camacho	Jardín Vivero El Picaflor	Mayorista	A nivel cantonal y provincial
2	Vilcabamba	Juan Torres	Flowers and Fruit	Mayorista	

Fuente: Encuesta realizada a proveedores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 3

Tabla 29 Meses de mayor venta

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
100%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	50%	100%

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%.

Fuente: Encuesta realizada a proveedores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 4

Tabla 30 Garantías dadas al cliente

DEVOLUCIÓN POR DEFECTOS	ASISTENCIA TÉCNICA	CAPACITACIÓN	TOTAL
25%	50%	25%	100%

Fuente: Encuesta realizada a proveedores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 5**Tabla 31** El precio se establece en base ha:

MARGEN DE UTILIDAD	DEMANDA DEL PRODUCTO	COMPETENCIA	TOTAL
100%	0%	0%	100%

Fuente: Encuesta realizada a proveedores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 6**Tabla 32** Subvariedades arábigas que más vende y precio promedio

	CATURRA ROJO	CATIMOR	CATUAHÍ ROJO	TÍPICA MEJORADO	BORBÓN ROJO	TOTAL
Proveedores	29%	29%	14%	14%	14%	100%
Precio	\$ 0,38	\$ 0,38	\$ 0,35	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,38
Precio promedio	\$ 0,34					

Fuente: Encuesta realizada a proveedores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 7**Tabla 33** Tipo de información que le brinda al cliente.

NOMBRE DE LA VARIEDAD	CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN	MANEJO DEL PRODUCTO	MANEJO DE PLAGAS Y ENFERMEDADES	TOTAL
25%	25%	25%	25%	100%

Fuente: Encuesta realizada a proveedores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

PROVEEDORES DE INSUMOS

Anexo 8

Tabla 34 Información de proveedores de insumos

N°	PARROQUIA DE UBICACIÓN	NOMBRE DEL PROPIETARIO	NOMBRE DEL LOCAL	TIPO DE PROVEEDOR QUE SE CONSIDERA	GARANTIAS QUE OFRECE AL CLIENTE	FORMA DE PAGO QUE OFRECE A SUS CLIENTES
1	Malacatos	Jean Ojeda Piedra	Agrocampo	Mayorista	Asistencia técnica informal	Crédito y efectivo
2	Vilcabamba	Klever Ruiloba	El Huerto	Mayorista		
3	Vilcabamba	Manual Jaramillo	Agroinsumos Jaramillo	Mayorista		

Fuente: Encuesta realizada a proveedores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 9

Tabla 35 Meses de mayor venta

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	100%	100%

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%.

Fuente: Encuesta realizada a proveedores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 10

Tabla 36 Insumos agroquímicos de venta

N°	INSUMO	NOMBRE	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO DE VENTA
1	HERBICIDA	PARACUAT	Litro	\$ 5,50
		GLIFOSATO	Litro	\$ 5,00
2	ABONO	ORGÁNICO	Quintal	\$ 8,00
		BIOABOR	Quintal	\$ 8,00
3	FERTILIZANTE	15-30-15	Quintal	\$ 36,00
		UREA	Quintal	\$ 25,00
		12-30-12	Quintal	\$ 22,00
4	INSECTICIDAS	ACTELIC	Litro	\$ 14,50

5	FUNGICIDAS	ALTO 100	Litro	\$	11,00
---	------------	----------	-------	----	-------

Fuente: Encuesta realizada a proveedores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 11

Tabla 37 Maquinaria

N°	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	PRECIO
1.	Trilladora Morteadora de café pergamino o bola	Capacidad 50 kg/h, motor de 1,2 hp acero inoxidable	\$2.640,00
2.	Despulpadora	Capacidad 50 Kilos por hora Motor eléctrico , acero inoxidable	\$1.790,00
3.	Medidor de humedad	Pantalla multilenguaje, alimentación de baterías de 9 voltios	\$500,00
4.	Tostadora de café	Capacidad 25 libras cilindro giratorio de acero inoxidable	\$2.870,00
5.	Tanque de plástico	Capacidad 55galones	\$22,00

Fuente: Encuesta realizada a proveedores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

PRODUCTORES

Anexo 12

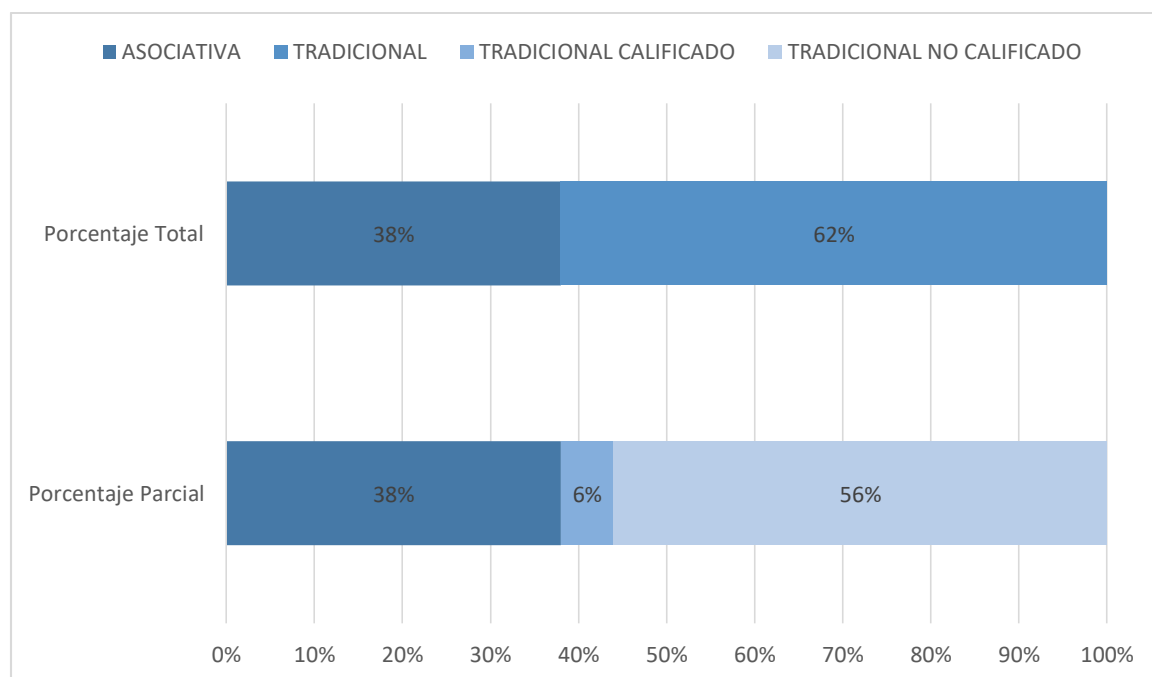
Tabla 38 Modalidad de trabajo

MODALIDAD DE TRABAJO	FRECUENCIA PARCIAL	FRECUENCIA TOTAL	PORCENTAJE PARCIAL	PORCENTAJE TOTAL
ASOCIATIVA	(18)	18	38%	38%
TRADICIONAL	-	-	-	-
Tradicional no calificado	(26)	29	56%	62%
Tradicional calificado	(3)		6%	
TOTAL	47	47	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 21 Modalidad de trabajo



Fuente: Tabla 41

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 13

Tabla 39 Modalidad de trabajo, Productor tradicional

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRODUCTOR NO CALIFICADO	26	90%
PRODUCTOR CALIFICADO	3	10%
TOTAL	29	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 14

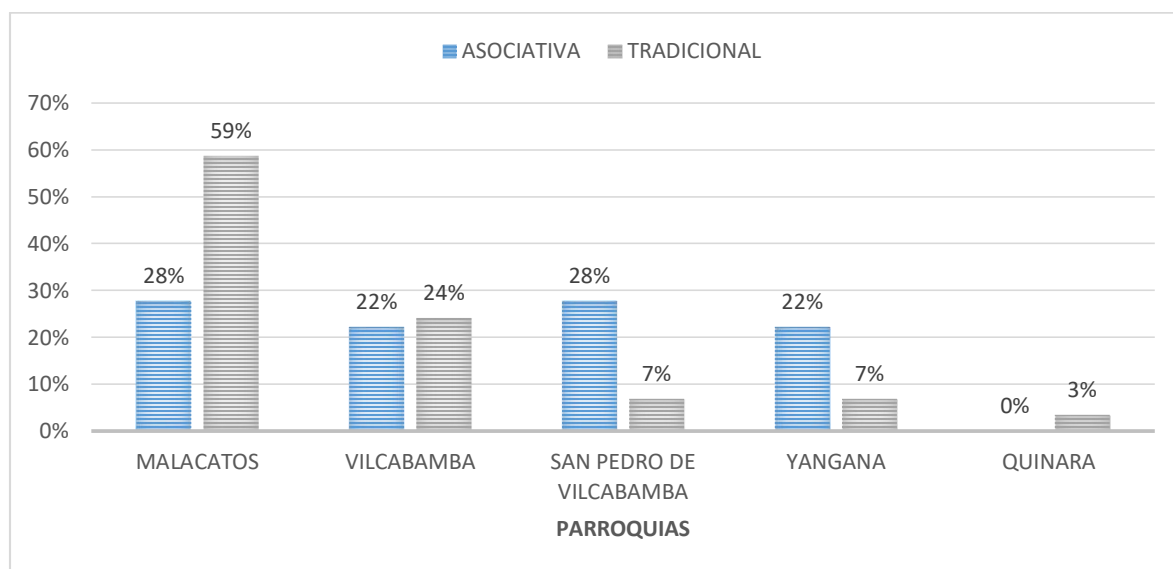
Tabla 40 Parroquias productoras de café en el Cantón Loja

	MALACATO S	VILCABAM BA	SAN PEDRO DE VILCABAMBA	YANGANA	QUINARA	TOTAL
ASOCIATIVA	28%	22%	28%	21%	1%	100%
TRADICIONAL	59%	24%	7%	7%	3%	100%
TOTAL	47%	23%	15%	13%	2%	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 22 Parroquias productoras de café en el Cantón Loja



Fuente: Tabla 42

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 15

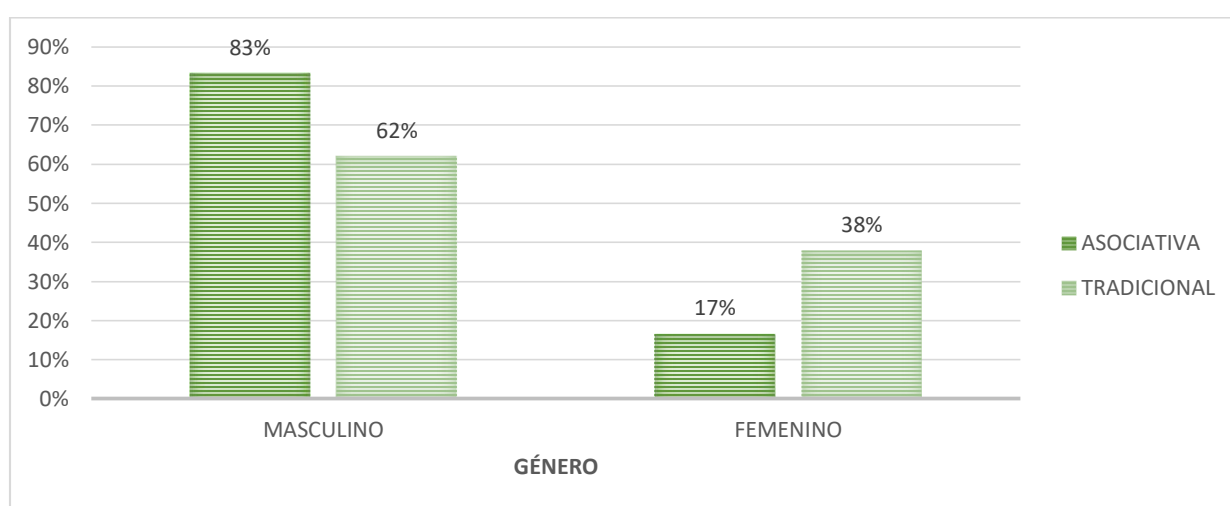
Tabla 41 Género del caficultor

	MASCULINO		FEMENINO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	15	83%	3	17%	18	100%
TRADICIONAL	18	62%	11	38%	29	100%
TOTAL	33	70%	14	30%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 23 Género del caficultor.



Fuente: Tabla 43

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 16

Tabla 42 Género del caficultor, Productor tradicional.

	MASCULINO		FEMENINO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
PRODUCTOR NO CALIFICADO	15	58%	11	42%	26	100%
PRODUCTOR CALIFICADO	3	100%	0	0%	3	100%
TOTAL	18	62%	11	38%	29	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 17

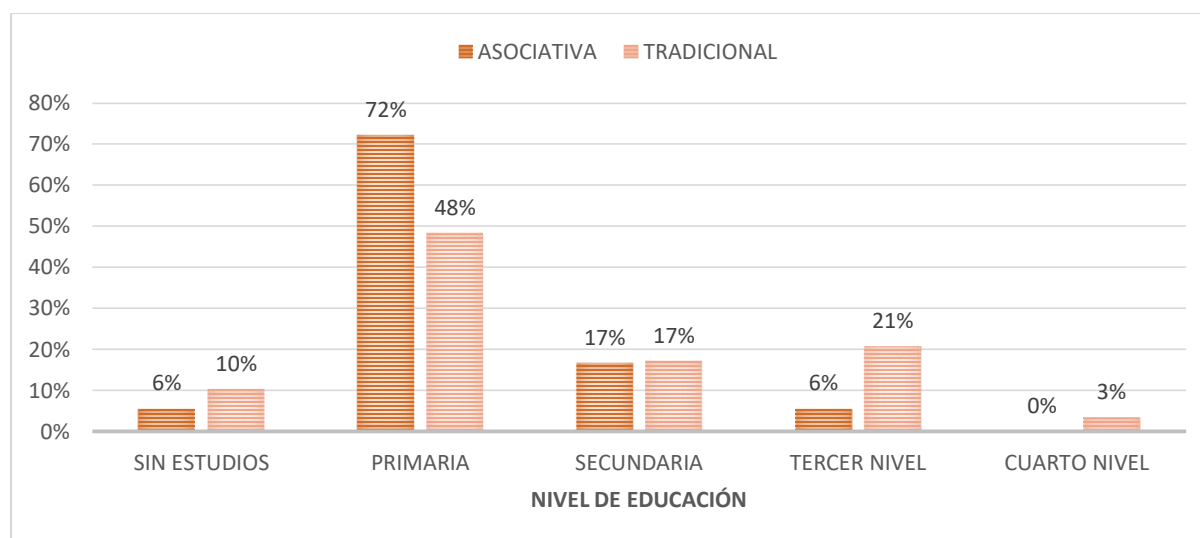
Tabla 43 Nivel de educación.

	SIN ESTUDIOS		PRIMARIA		SECUNDARIA		TERCER NIVEL		CUARTO NIVEL		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	1	6%	13	72%	3	16%	1	6%	0	0%	18	100%
TRADICIONAL	3	10%	14	48%	5	17%	6	21%	1	3%	29	100%
TOTAL	4	9%	27	57%	8	17%	7	15%	1	2%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 24 Nivel de educación.



Fuente: Tabla 45

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 18**Tabla 44** Nivel de educación, Productor tradicional

	SIN ESTUDIOS		PRIMARIA		SECUNDARIA		TERCER NIVEL		CUARTO NIVEL		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
PRODUCTOR NO CALIFICADO	3	12%	14	54%	5	19%	4	15%	0	0%	26	100%
PRODUCTOR CALIFICADO	0	0%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	3	100%
TOTAL	3	10%	14	48%	5	17%	6	21%	1	3%	29	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

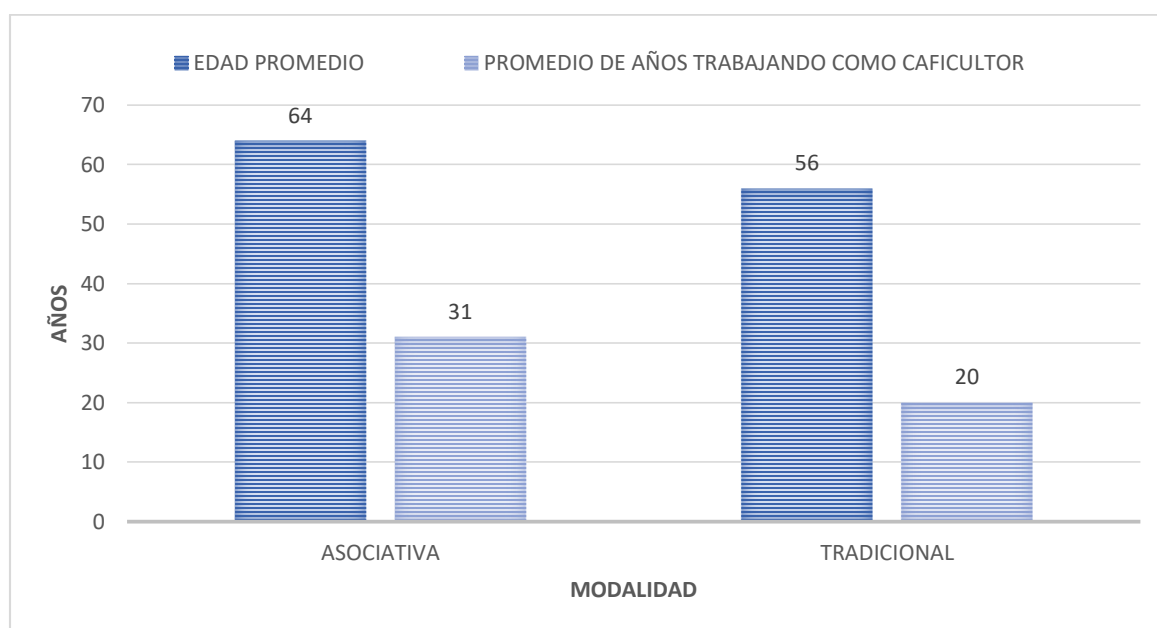
Anexo 19

Tabla 45 Edad promedio y años como caficultor.

	EDAD PROMEDIO	PROMEDIO DE AÑOS TRABAJANDO COMO CAFICULTOR
ASOCIATIVA	64	31
TRADICIONAL	56	20
TOTAL	60	26

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 25 Edad promedio y años como caficultor.



Fuente: Tabla 47

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 20

Tabla 46 Edad promedio y años como caficultor, Productor tradicional.

	EDAD PROMEDIO	PROMEDIO DE AÑOS TRABAJANDO COMO CAFICULTOR
PRODUCTOR NO CALIFICADO	58	21
PRODUCTOR CALIFICADO	42	10
TOTAL	50	16

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

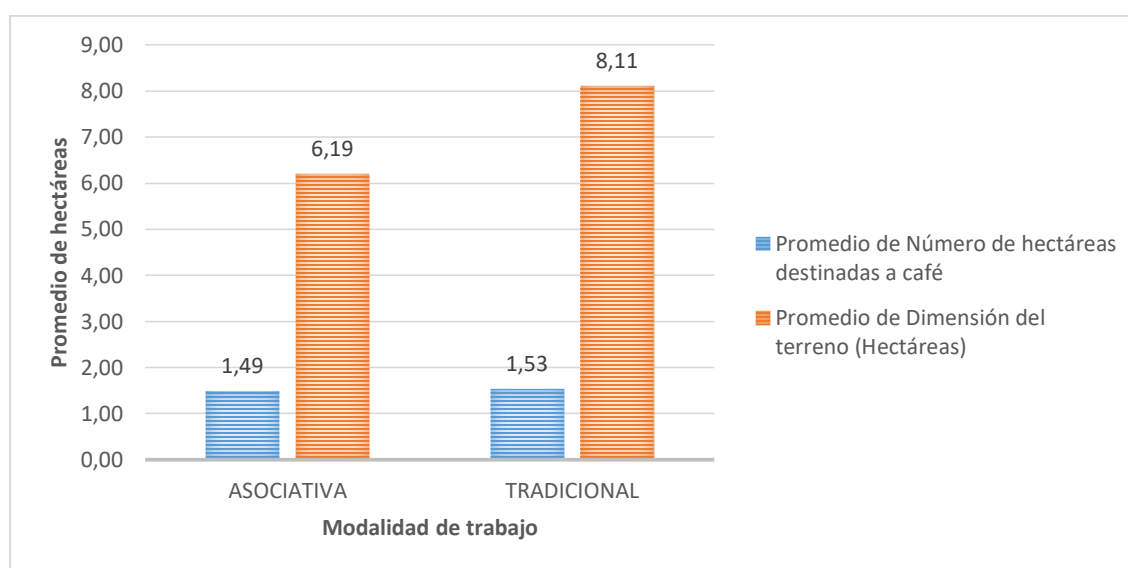
Anexo 21

Tabla 47 Dimensión del terreno y de hectáreas destinadas al café

	Promedio de Número de hectáreas destinadas a café	Promedio de Dimensión del terreno (Hectáreas)
ASOCIATIVA	1,49	6,19
TRADICIONAL	1,47	8,11
TOTAL	1,48	7,15

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 26 Dimensión del terreno y de hectáreas destinadas al café.



Fuente: Tabla 49

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 22

Tabla 48 Dimensión del terreno y de hectáreas destinadas al café, Productor tradicional.

	Promedio de Número de hectáreas destinadas a café	Promedio de Dimensión del terreno (Hectáreas)
PRODUCTOR NO CALIFICADO	1	8
PRODUCTOR CALIFICADO	5	11
TOTAL	3	10

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

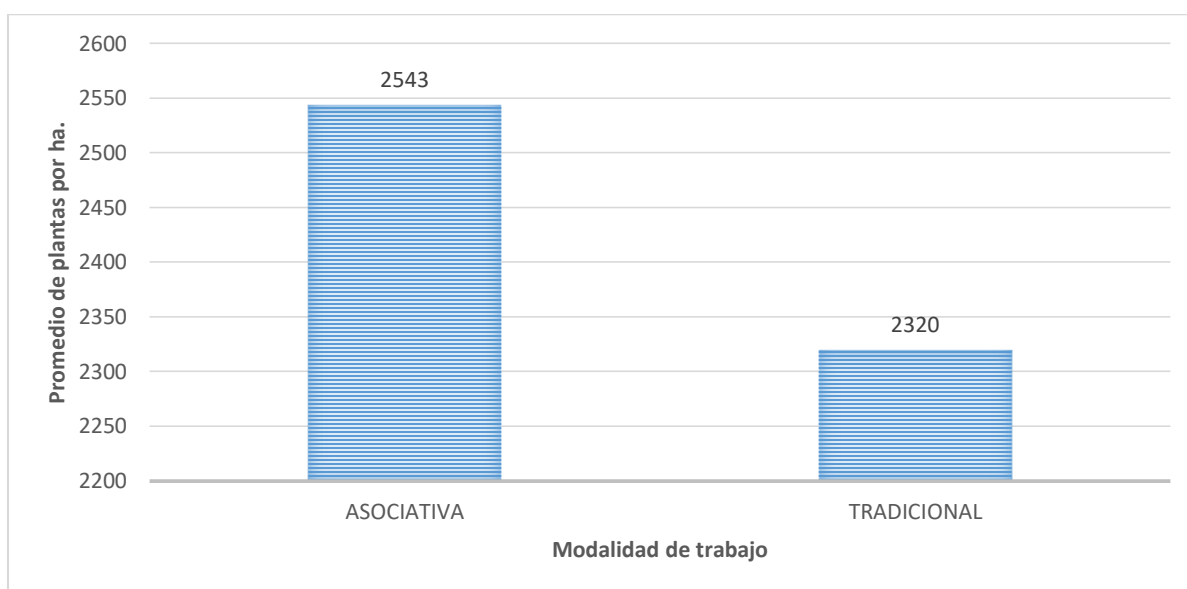
Anexo 23

Tabla 49 Número de plantas por hectárea.

	PROMEDIO DE NÚMERO DE PLANTAS POR HECTÁREA
ASOCIATIVA	2.543
TRADICIONAL	2.320
TOTAL	2.372

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 27 Número de plantas por hectárea.



Fuente: Tabla 51
Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 24

Tabla 50 Cadena de valor tradicional, número de plantas por hectárea

	PROMEDIO DE NÚMERO DE PLANTAS POR HECTÁREA
PRODUCTOR NO CALIFICADO	2.222
PRODUCTOR CALIFICADO	3.167
TOTAL	2.695

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 25

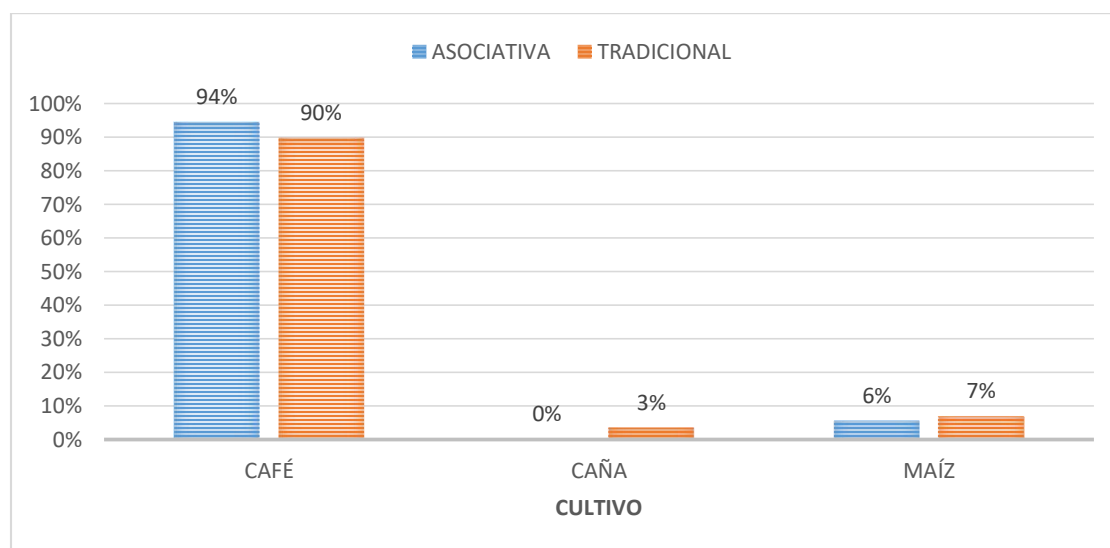
Tabla 51 Predominancia de cultivo.

	CAFÉ		CAÑA		MAÍZ		TOTAL	
	FRECUE NCIA	%	FRECUE NCIA	%	FRECU ENCIA	%	FRECU ENCIA	%
ASOCIATIVA	17	94%	0	0%	1	6%	18	100%
TRADICIONA L	26	90%	1	3%	2	7%	29	100%
TOTAL	43	91%	1	2%	3	6%	47	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 28 Predominancia de cultivo.



Fuente: Tabla 53

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 26

Tabla 52 Servicios básicos en la finca

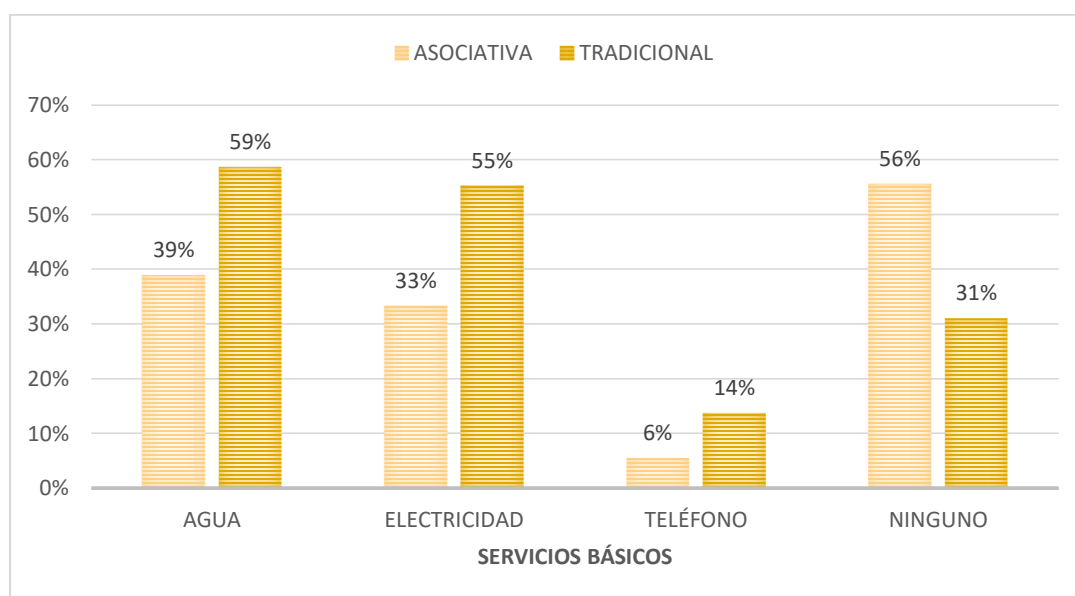
	AGUA		ELECTRICIDAD		TELÉFONO		NINGUNO		TOTAL	
	# RESPUESTAS	%	# RESPUESTAS	%	# RESPUESTAS	%	# RESPUESTAS	%	# RESPUESTAS	Personas encuestadas
ASOCIATIVA	7	39%	6	33%	1	6%	10	56%	24	18
TRADICIONAL	17	59%	16	55%	4	14%	9	31%	46	29
TOTAL	24	51%	22	47%	5	11%	19	40%	70	47

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%.

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 29 Servicios básicos en la finca.



Fuente: Tabla 54

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 27

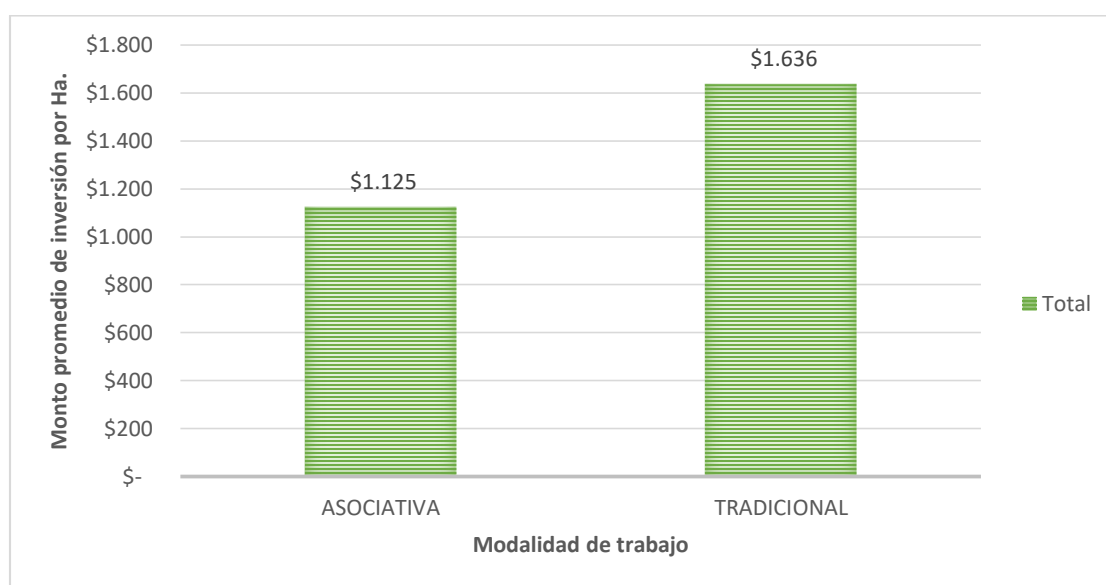
Tabla 53 Monto de inversión anual

	Número de encuestados	Promedio de Monto de inversión por producción
ASOCIATIVA	18	\$ 1.125
TRADICIONAL	29	\$ 1.636
TOTAL	47	\$ 1.381

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 30 Monto de inversión anual.



Fuente: Tabla 55

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 28

Tabla 54 Monto de inversión anual, Productor tradicional

	Número de encuestados	Promedio de Monto de inversión por producción
PRODUCTOR NO CALIFICADO	26	\$ 1.394,23
PRODUCTOR CALIFICADO	3	\$ 3.733,33
TOTAL	29	\$ 2.563,78

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 29

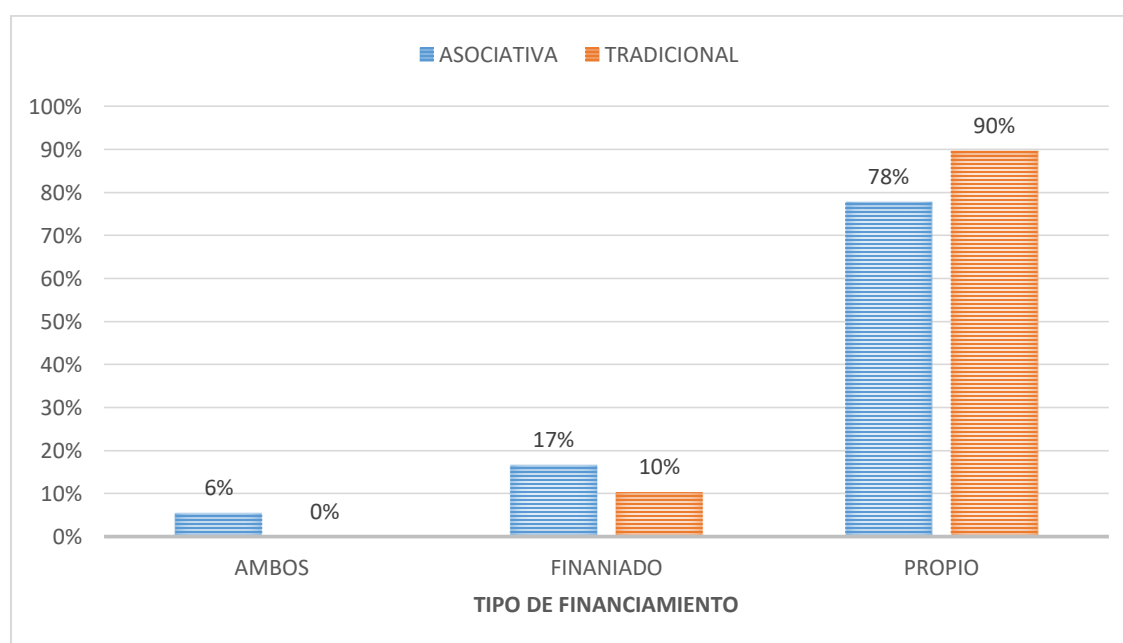
Tabla 55 Origen Capital

	AMBOS		FINANCIADO		PROPIO		TOTAL	
	FRECUE CIA	%	FRECUE NCIA	%	FRECUE NCIA	%	FRECUE NCIA	%
ASOCIATIVA	1	6%	3	17%	14	78%	18	100%
TRADICIONAL	0	0%	3	10%	26	90%	29	100%
TOTAL	1	2%	6	13%	40	85%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 31 Origen Capital.



FUENTE: Tabla 57

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 30

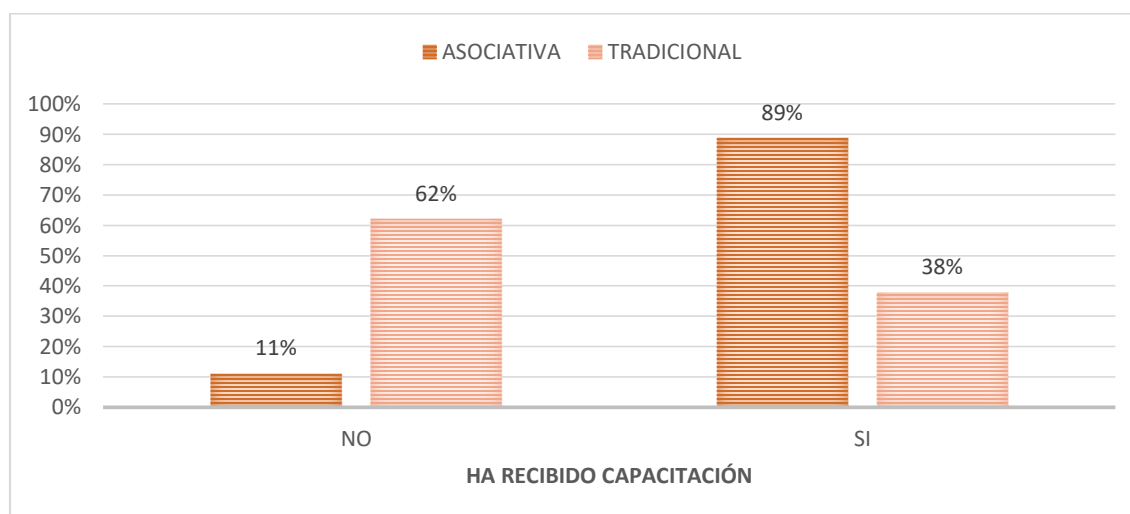
Tabla 56 Capacitación.

	NO		SI		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	0	0%	18	100%	18	100%
TRADICIONAL	18	62%	11	38%	29	100%
TOTAL	18	38%	29	62%	47	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 32 Capacitación.



Fuente: Tabla 58

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 31

Tabla 57 Capacitación, Productor tradicional

	NO		SI		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
PRODUCTOR NO CALIFICADO	17	65%	9	35%	26	100%
PRODUCTOR CALIFICADO	1	33%	2	67%	3	100%
TOTAL	18	62%	11	38%	29	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 32

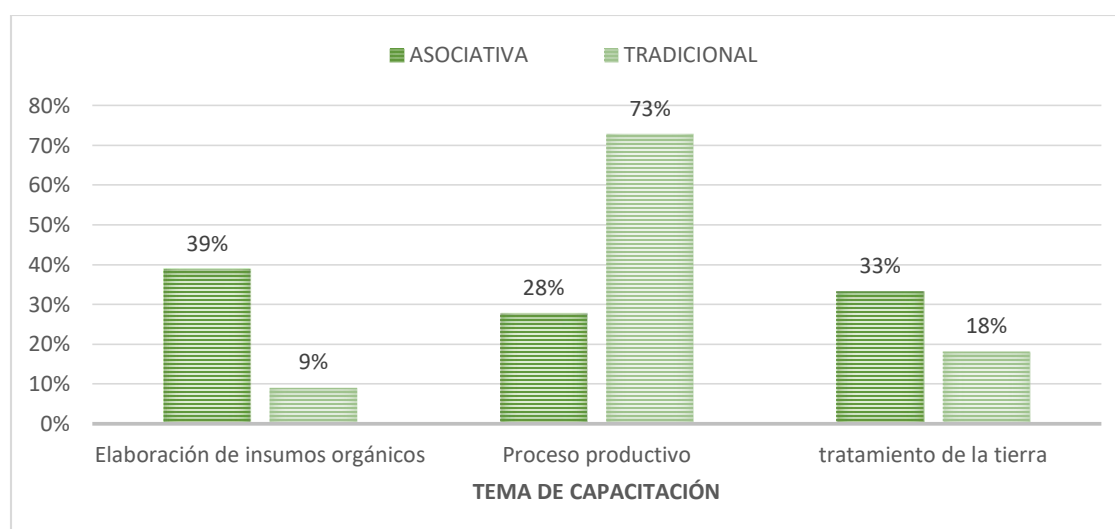
Tabla 58 Tema de capacitación.

	ELABORACIÓN DE INSUMOS ORGÁNICOS		PROCESO PRODUCTIVO		TRATAMIENTO DE LA TIERRA		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	7	39%	5	28%	6	33%	18	100%
TRADICIONAL	1	9%	8	73%	2	18%	11	100%
TOTAL	8	28%	13	45%	8	28%	29	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 33 Tema de capacitación.



FUENTE: Tabla 60

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 33

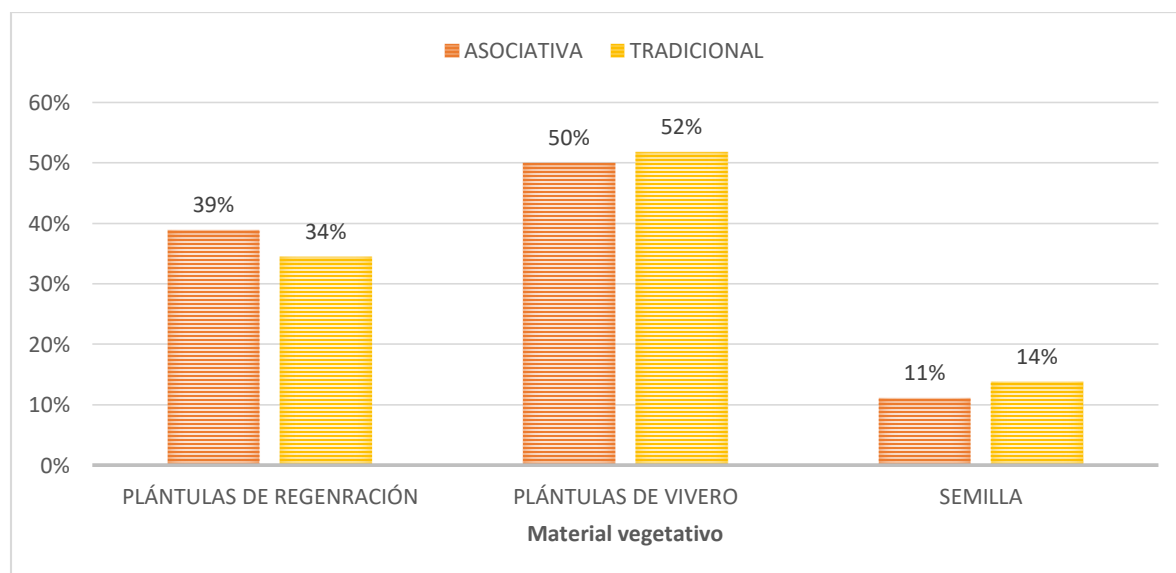
Tabla 59 Material vegetativo

	PLÁNTULAS DE REGENERACIÓN		PLÁNTULAS DE VIVERO		SEMILLA		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	7	39%	9	50%	2	11%	18	100%
TRADICIONAL	10	34%	15	52%	4	14%	29	100%
TOTAL	17	36%	24	51%	6	13%	47	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 34 Material vegetativo



Fuente: Tabla 61

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 34

Tabla 60 Subvariedad (Arábigo) usada

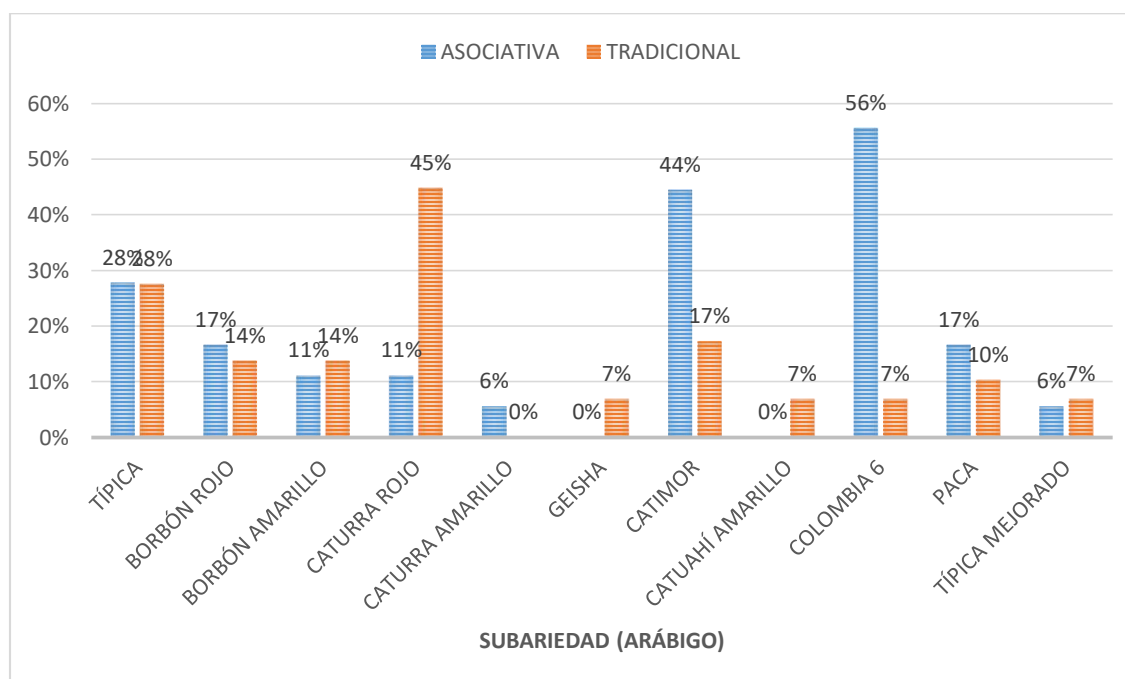
	TÍPICA	BORBÓN ROJO	BORBÓN AMARILLO	CATURRA ROJO	CATURRA AMARILLO	GEISHA	CATIMOR	CATUAHÍ AMARILLO	COLOMBIA 6	PACA	TÍPICA MEJORADO
ASOCIATIVA	28%	17%	11%	11%	6%	0%	44%	0%	56%	17%	6%
TRADICIONAL	28%	14%	14%	45%	0%	7%	17%	7%	7%	10%	7%

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%.

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 35 Subvariedad (Arábigo) usada.



Fuente: Tabla 62

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 35

Tabla 61 Subvariedad (Arábica) usada, Productor tradicional.

	TÍPICA	BORBÓN ROJO	BORBÓN AMARILLO	CATURRA ROJO	CATURRA AMARILLO	GEISHA	CATIMOR	CATUAHÍ AMARILLO	COLOMBIA 6	PACA	TÍPICA MEJORADO
PRODUCTOR NO CALIFICADO	31%	12%	12%	38%	4%	0%	19%	8%	8%	12%	4%
PRODUCTOR CALIFICADO	0%	34%	33%	100%	0%	67%	0%	0%	0%	0%	33%

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%.

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 36

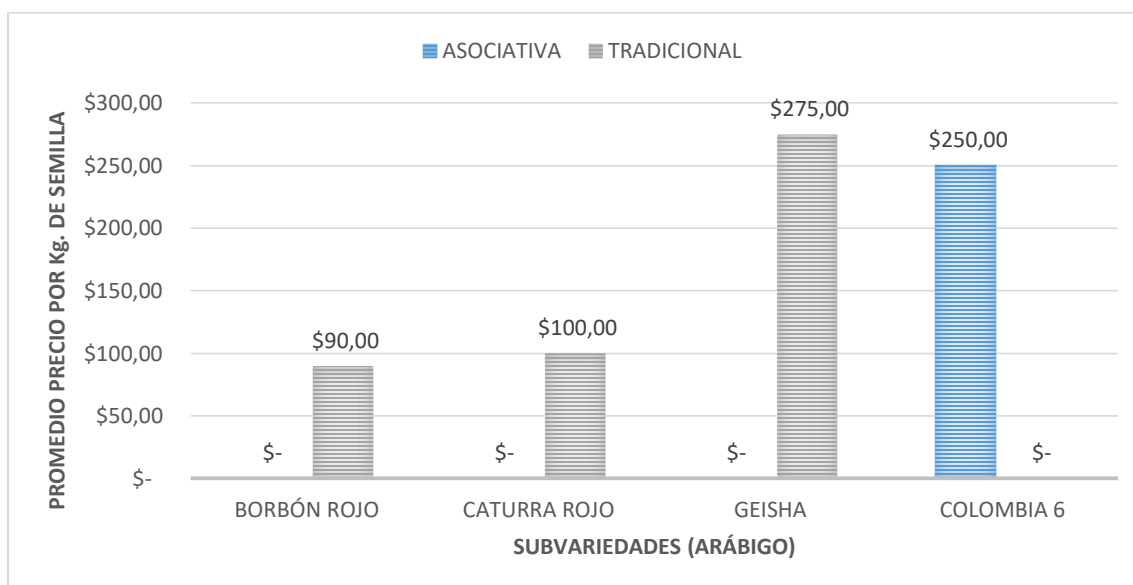
Tabla 62 Precio Kg. Semilla

	BORBÓN ROJO	CATURRA ROJO	GEISHA	COLOMBIA 6
ASOCIATIVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 250,00
TRADICIONAL	\$ 90,00	\$ 100,00	\$ 275,00	\$ -
TOTAL	\$ 90,00	\$ 100,00	\$ 275,00	\$ 250,00

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 36 Precio Kg. Semilla.



Fuente: Tabla 64

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 37

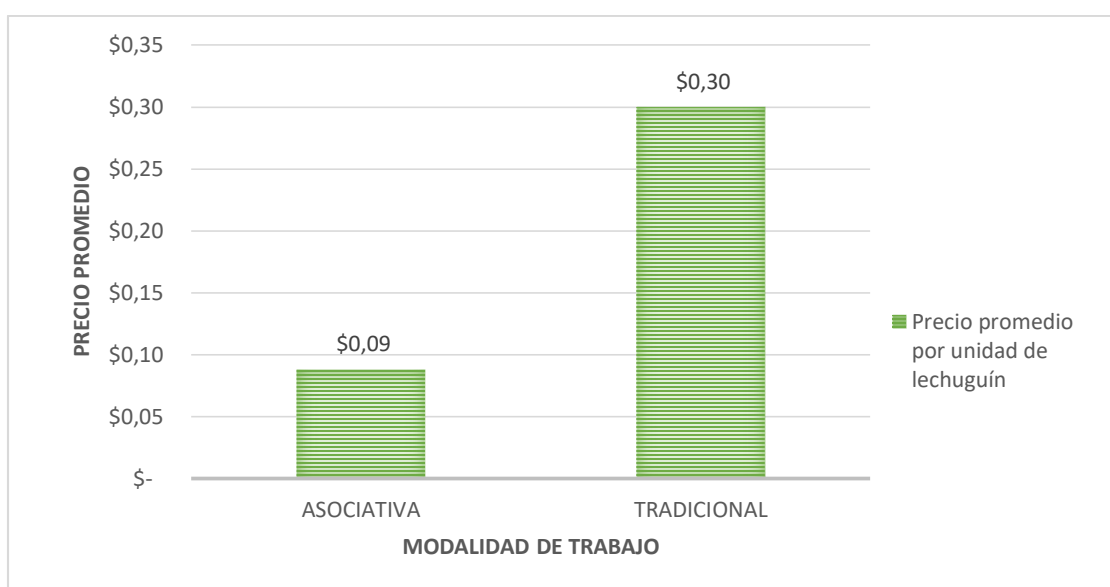
Tabla 63 Precio promedio de cada plántula

Precio promedio de cada plántula	
ASOCIATIVA	\$ 0,09
TRADICIONAL	\$ 0,30
TOTAL	\$ 0,19

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 37 Precio promedio de cada plántula



Fuente: Tabla 65

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 38

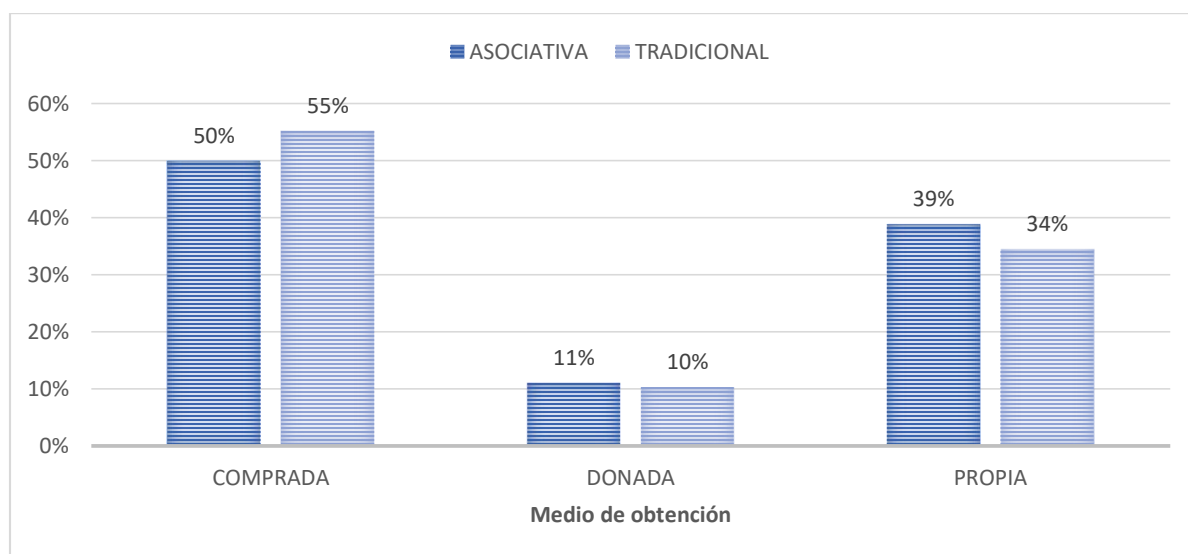
Tabla 64 Medio de obtención de material vegetativo

	COMPRADA		DONADA		PROPIA		TOTAL	
	FRECUE NCIA	%	FRECU ENCIA	%	FRECUE NCIA	%	FRECUE NCIA	%
ASOCIATIVA	9	50%	2	11%	7	39%	18	100%
TRADICIONA L	16	55%	3	10%	10	34%	29	100%
TOTAL	25	53%	5	11%	17	36%	47	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 38 Medio de obtención de material vegetativo.



Fuente: Tabla 66

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 39

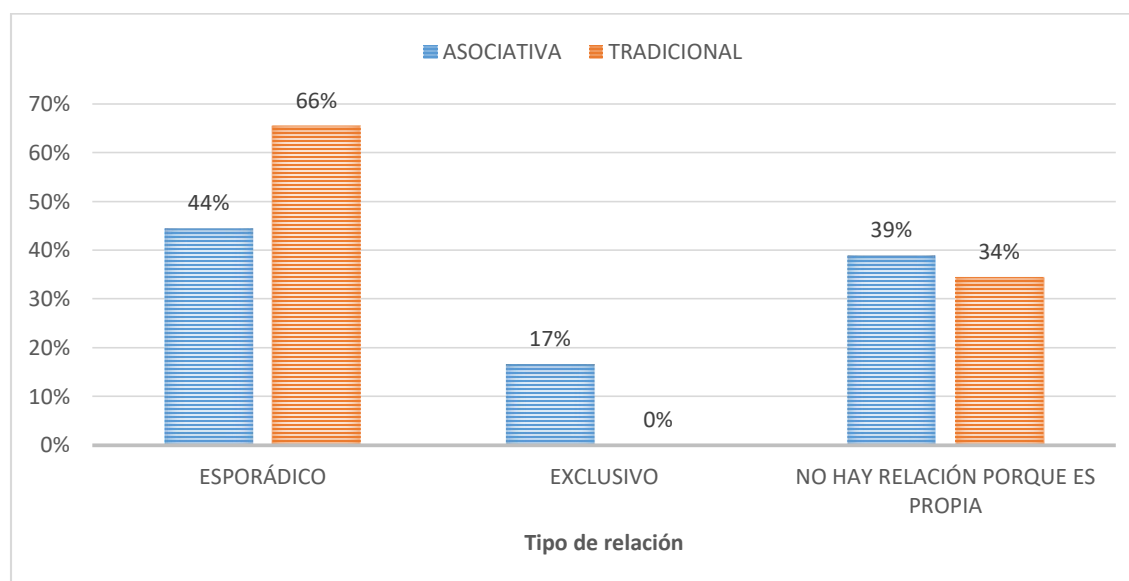
Tabla 65 Forma de acuerdo contractual con los proveedores de materia prima vegetativa.

	ESPORÁDICO		EXCLUSIVO		NO HAY RELACION		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	8	44%	3	17%	7	39%	18	100%
TRADICIONAL	19	66%	0	0%	10	34%	29	100%
TOTAL	27	57%	3	6%	17	36%	47	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 39 Forma de acuerdo contractual con los proveedores de materia prima vegetativa



Fuente: Tabal 67

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 40

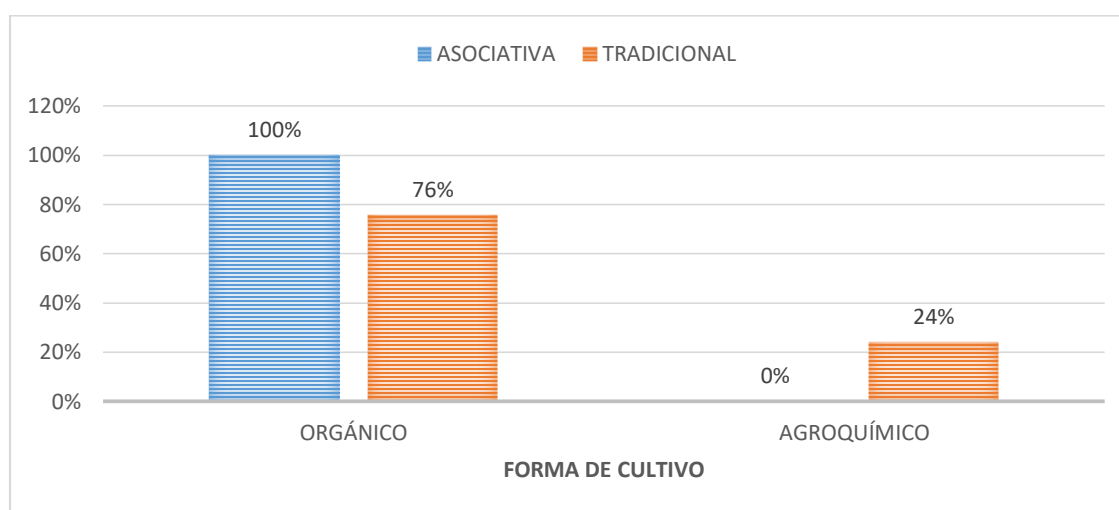
Tabla 66 Tipo de cultivo

	ORGÁNICO		AGROQUÍMICO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	18	100%	0	0%	18	100%
TRADICIONAL	22	76%	7	24%	29	100%
TOTAL	40	85%	7	15%	47	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 40 Tipo de cultivo.



Fuente: Tabla 68

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 41

Tabla 67 Tipo de cultivo, Productor tradicional

	ORGÁNICO		AGROQUÍMICO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
PRODUCTOR NO CALIFICADO	19	73%	7	27%	26	100%
PRODUCTOR CALIFICADO	2	67%	1	33%	3	100%
TOTAL	21	72%	8	28%	29	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 42

Tabla 68 Uso de insumos

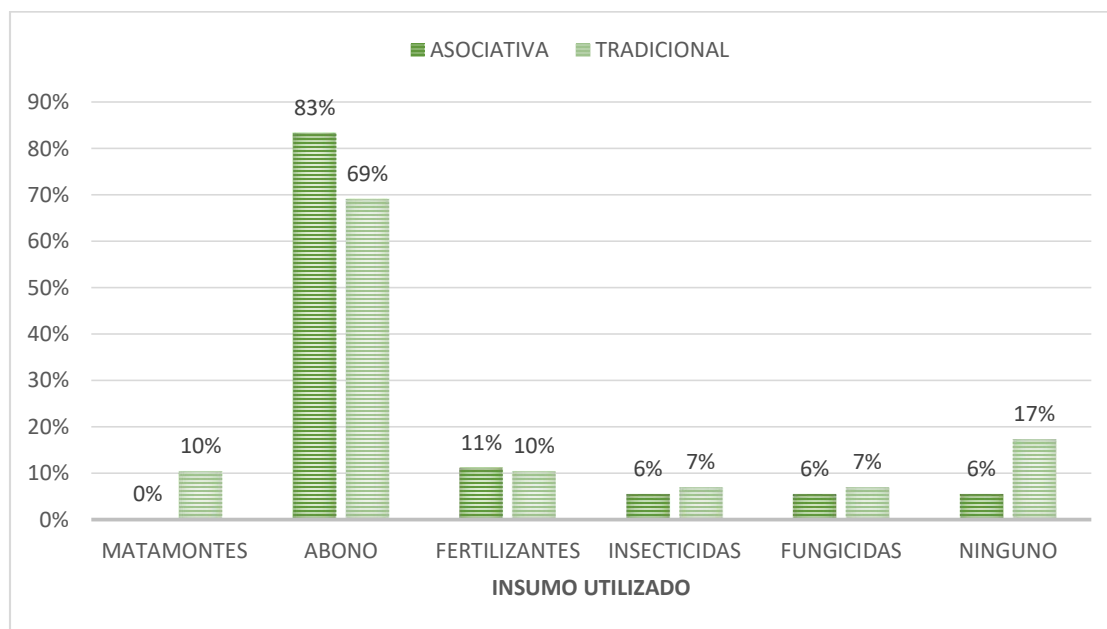
	MATAMONTES		ABONO		FERTILIZANTES		INSECTICIDAS		FUNGICIDAS		NINGUNO	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	0	0%	15	83%	2	11%	1	6%	1	6%	1	6%
TRADICIONAL	3	10%	20	69%	3	10%	2	7%	2	7%	5	17%
TOTAL	3	6%	35	74%	5	11%	3	6%	3	6%	6	13%

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%.

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 41 Uso de insumos.



Fuente: Tabla 70

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 43

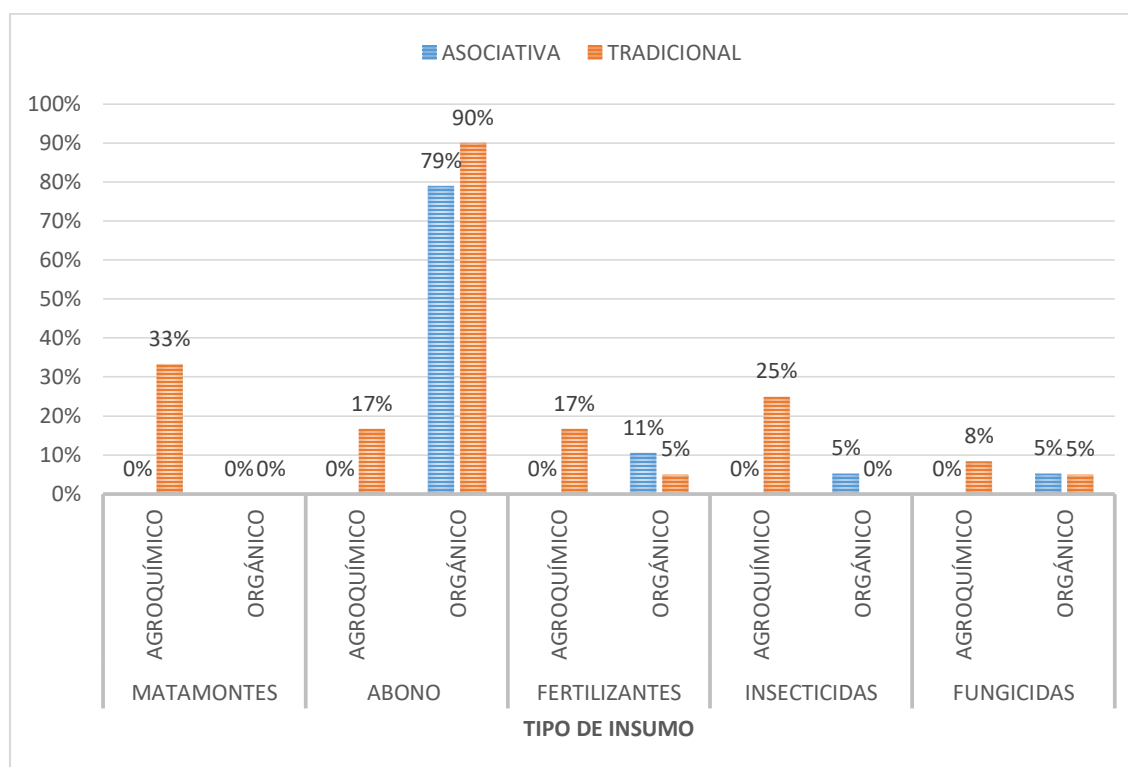
Tabla 69 Tipo de insumo

	MATAMONTES		ABONO		FERTILIZANTES		INSECTICIDAS		FUNGICIDAS		TOTAL	
	AGROQUÍMICO	ORGÁNICO	AGROQUÍMICO	ORGÁNICO	AGROQUÍMICO	ORGÁNICO	AGROQUÍMICO	ORGÁNICO	AGROQUÍMICO	ORGÁNICO	AGROQUÍMICO	ORGÁNICO
ASOCIATIVA	0%	0%	0%	79%	0%	11%	0%	5%	0%	5%	0%	100%
TRADICIONAL	33%	0%	17%	90%	17%	5%	25%	0%	8%	5%	100%	100%
TOTAL	33%	0%	17%	85%	17%	8%	25%	3%	8%	5%	100%	100%

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 42 Tipo de insumo



Fuente: Tabla 71

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 44

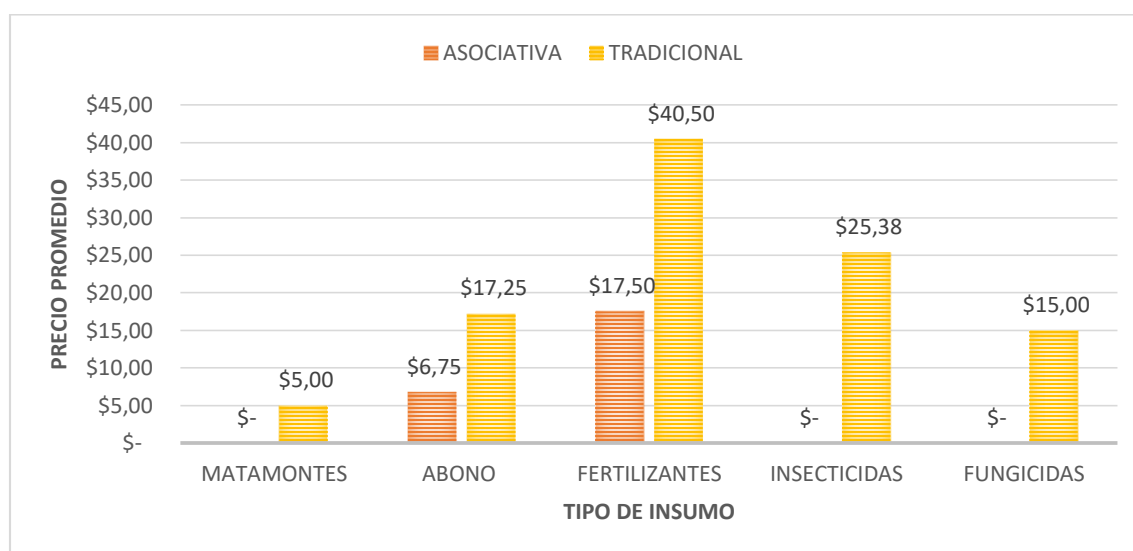
Tabla 70 Precio de insumos

	MATAMONT ES	ABONO	FERTILIZANTES	INSECTICIDAS	FUNGICIDAS
ASOCIATIV A	\$ --	\$ 6,75	\$ 17,50	\$ --	\$ --
TRADICION AL	\$ 5,00	\$ 17,25	\$ 40,50	\$ 25,38	\$ 15,00
TOTAL	\$ 5,00	\$ 12,00	\$ 29,00	\$ 25,38	\$ 15,00

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 43 Precio de insumos



Fuente: Tabla 72

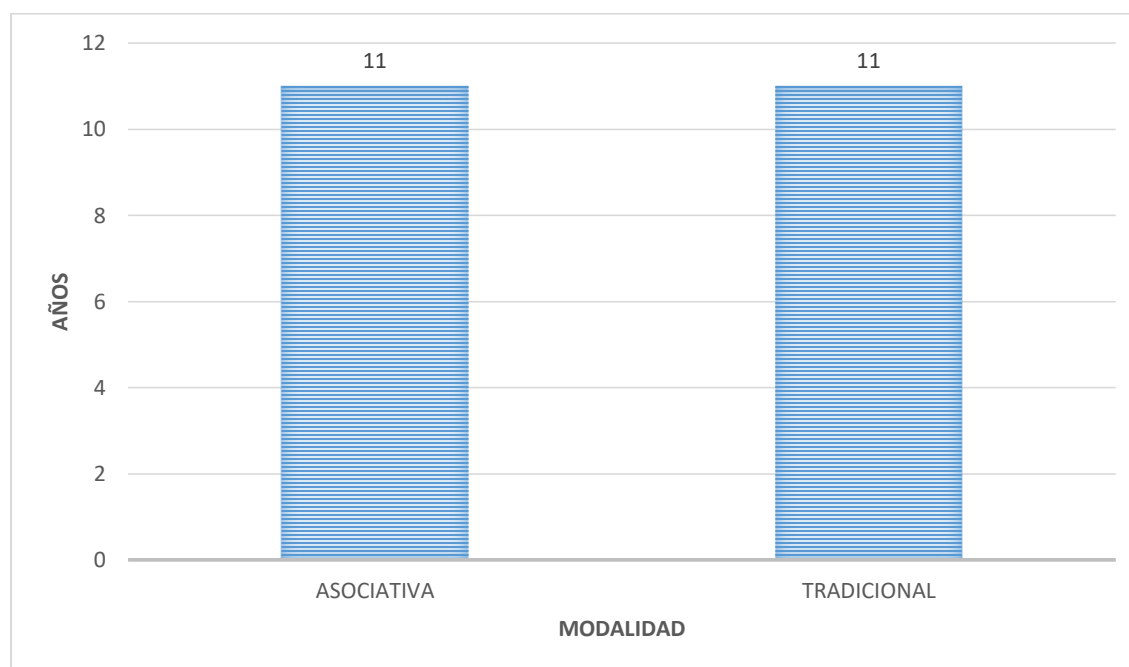
Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 45**Tabla 71** Edad de la plantación de café

	AÑOS PROMEDIO
ASOCIATIVA	11
TRADICIONAL	11
TOTAL	11

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 44 Edad de la plantación de café

Fuente: Tabla 73

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 46**Tabla 72** Edad de la plantación de café, Productor tradicional.

	AÑOS PROMEDIO
PRODUCTOR NO CALIFICADO	12
PRODUCTOR CALIFICADO	3
TOTAL	5

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 47

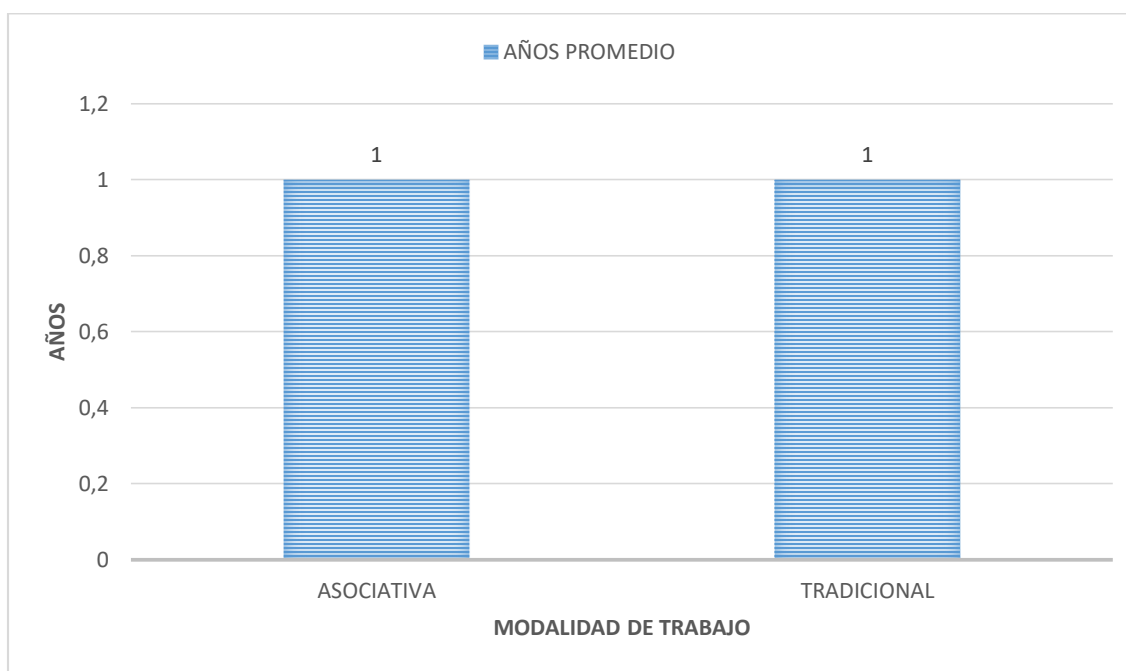
Tabla 73 Renovación del cultivo

	AÑOS PROMEDIO
ASOCIATIVA	1
TRADICIONAL	1
TOTAL	1

Fuente: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 45 Renovación del cultivo.



Fuente: Tabla 75

Elaborado por: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

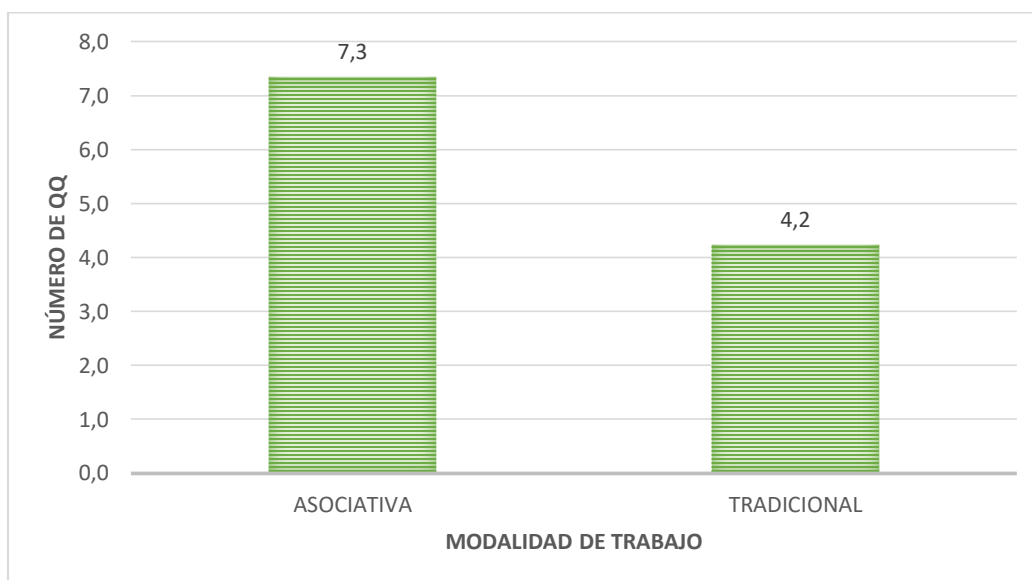
Anexo 48

Tabla 74 Rendimiento quintales por hectárea.

	NÚMERO DE QQ
ASOCIATIVA	7,3
TRADICIONAL	4,2
TOTAL	5,8

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 46 Rendimiento quintales por hectárea.



FUENTE: Tabla 76
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 49

Tabla 75 Rendimiento quintales por hectárea, Productor tradicional

	NÚMERO DE QQ
PRODUCTOR NO CALIFICADO	4,0
PRODUCTOR CALIFICADO	9,0
TOTAL	6,5

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

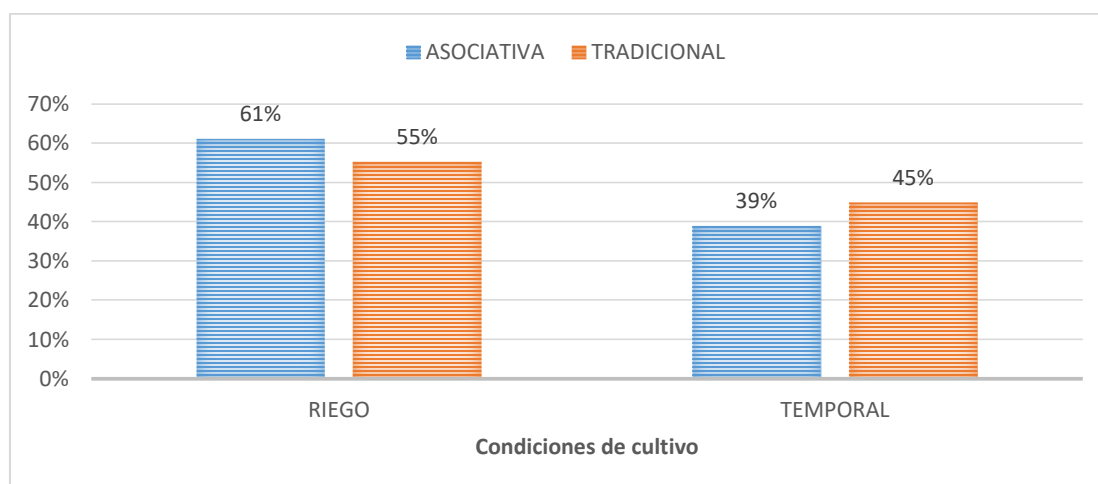
Anexo 50

Tabla 76 Condiciones de cultivo

	RIEGO		TEMPORAL		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	11	61%	7	39%	18	100%
TRADICIONAL	16	55%	13	45%	29	100%
TOTAL	27	57%	20	43%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 47 Condiciones de cultivo.



FUENTE: Tabla 78
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 51

Tabla 77 Condiciones de cultivo, Productor tradicional

	RIEGO		TEMPORAL		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
PRODUCTOR NO CALIFICADO	13	50%	13	50%	26	100%
PRODUCTOR CALIFICADO	3	100%	0	0%	3	100%
TOTAL	16	55%	13	45%	29	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

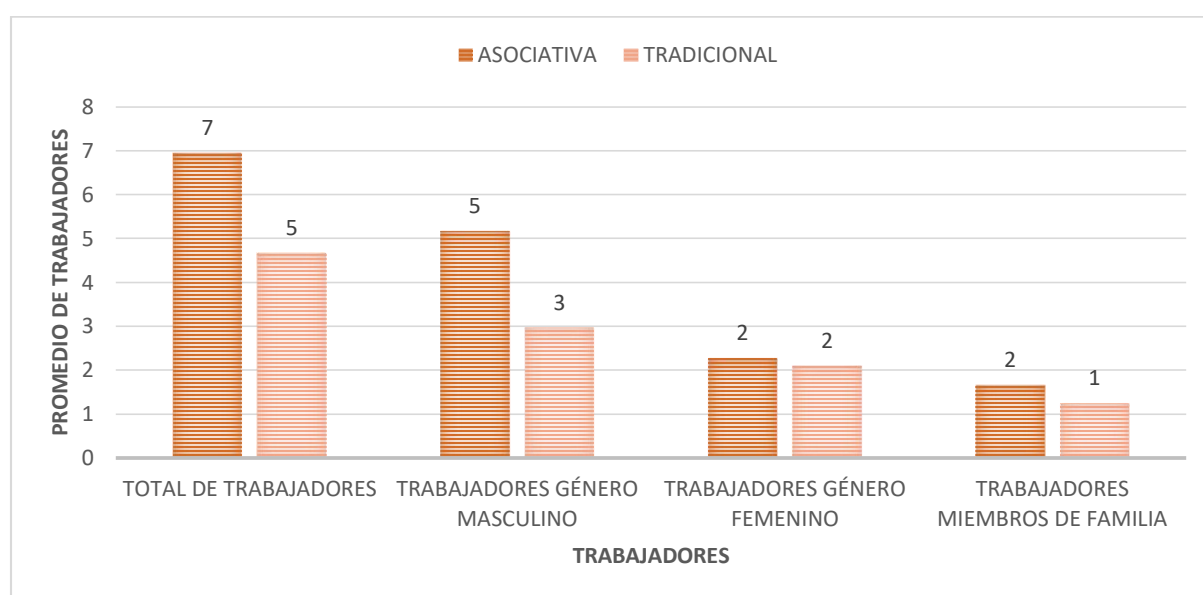
Anexo 52

Tabla 78 Trabajadores

	TOTAL DE TRABAJADORES	TRABAJADORES GÉNERO MASCULINO	TRABAJADORES GÉNERO FEMENINO	TRABAJADORES MIEMBROS DE FAMILIA
ASOCIATIVA	7	5	2	2
TRADICIONAL	5	3	2	1
TOTAL	6	4	2	1

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
 ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 48 Trabajadores



FUENTE: Tabla 80
 ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 53

Tabla 79 Modalidad de trabajo (obreros).

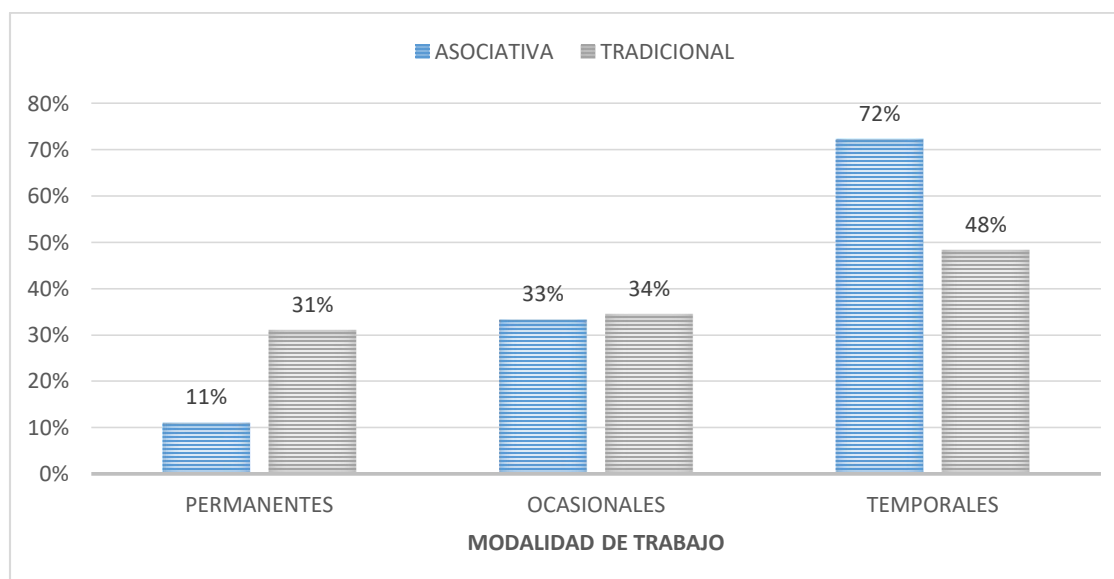
	PERMANENTES		OCASIONALES		TEMPORALES	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	2	11%	6	33%	13	72%
TRADICIONAL	9	31%	10	34%	14	48%
TOTAL	11	23%	16	34%	27	57%

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%.

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 49 Modalidad de trabajo (obreros).



FUENTE: Tabla 81

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 54

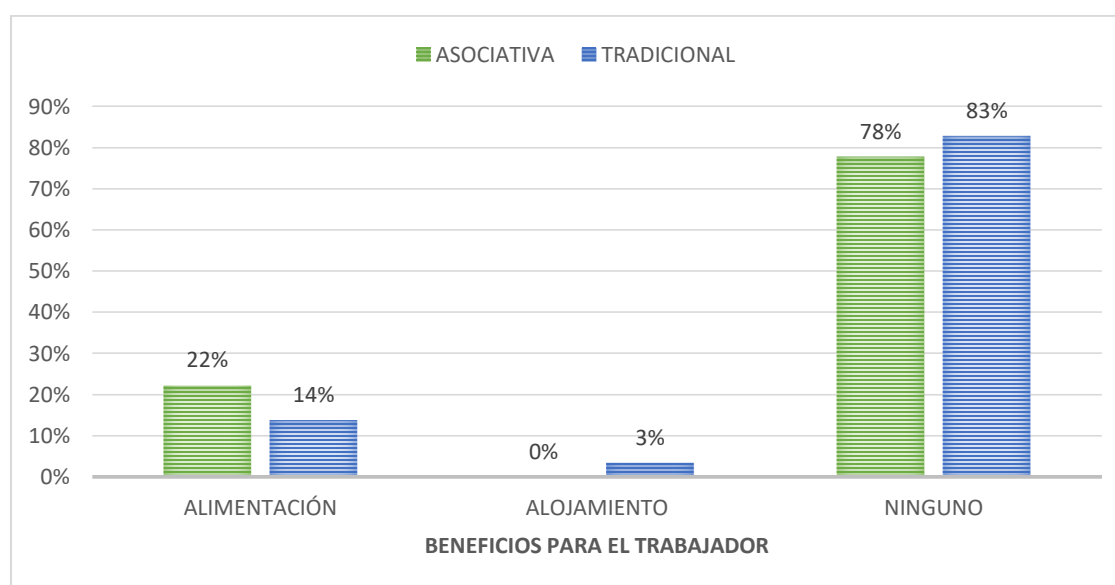
Tabla 80 Beneficios para el trabajador.

	ALIMENTACIÓN		ALOJAMIENTO		NINGUNO		TOTAL	
	FRECUE NCIA	%	FRECUE NCIA	%	FRECUE NCIA	%	FRECUE NCIA	%
ASOCIATIVA	4	22%	0	0%	14	78%	18	100%
TRADICIONAL	4	14%	1	3%	24	83%	29	100%
TOTAL	8	17%	1	2%	38	81%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 50 Beneficios para el trabajador.



FUENTE: Tabla 82

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

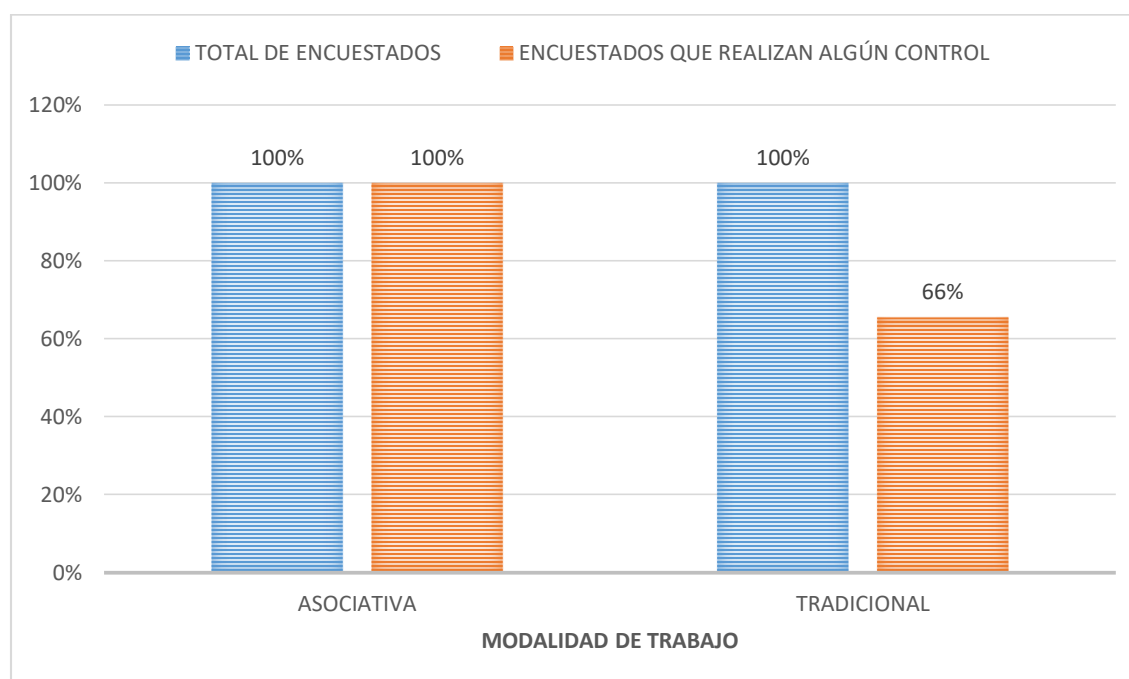
Anexo 55

Tabla 81 Realiza algún tipo de control a la plantación.

	TOTAL DE ENCUESTADOS		ENCUESTADOS QUE REALIZAN ALGÚN CONTROL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	18	100%	18	100%
TRADICIONAL	29	100%	19	66%
TOTAL	47	100%	37	79%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 51 Realiza algún tipo de control a la plantación.

FUENTE: Tabla 83

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

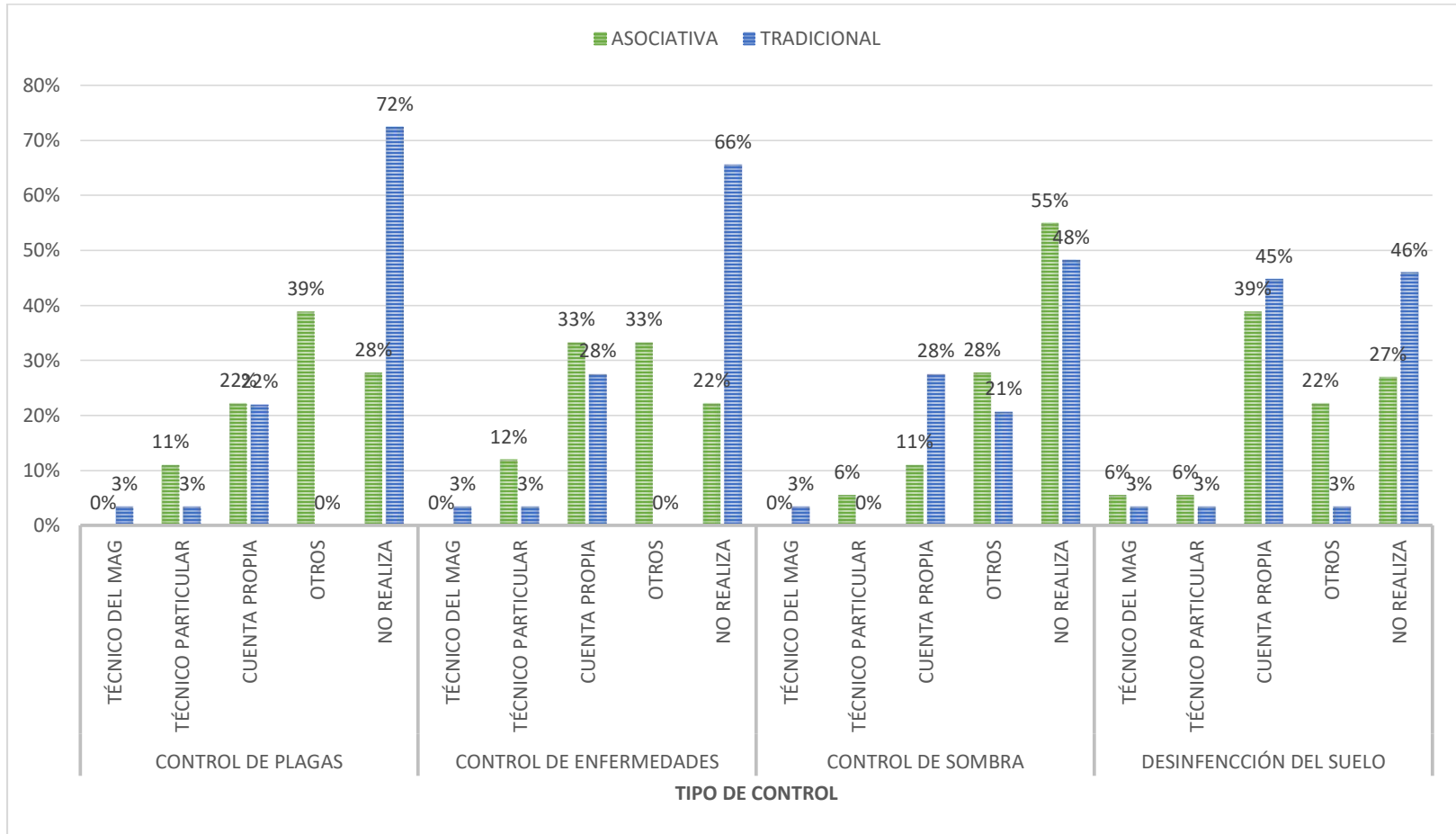
Anexo 56

Tabla 82 Encargado del control.

	CONTROL DE PLAGAS					TOTAL	CONTROL DE ENFERMEDADES					TOTAL	CONTROL DE SOMBRA					TOTAL	DESINFENCIÓN DEL SUELO					TOTAL
	TÉCNICO DEL MAG	TÉCNICO PARTICULAR	CUENTA PROPIA	OTROS	NO REALIZA		TÉCNICO DEL MAG	TÉCNICO PARTICULAR	CUENTA PROPIA	OTROS	NO REALIZA		TÉCNICO DEL MAG	TÉCNICO PARTICULAR	CUENTA PROPIA	OTROS	NO REALIZA		TÉCNICO DEL MAG	TÉCNICO PARTICULAR	CUENTA PROPIA	OTROS	NO REALIZA	
ASOCIATI	0%	11	22	39	28%	100	0%	12	33%	33	22%	100	0	6%	11%	28%	55	100	6%	6%	39%	22%	27	100
VA	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
TRADICIO	3%	3%	22	0%	72%	100	3%	3	28%	0	66%	100	3	0%	28%	21%	48	100	3%	3%	45%	3%	46	100
NAL	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
 ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 52 Encargado del control.



FUENTE: Tabla 84

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 57

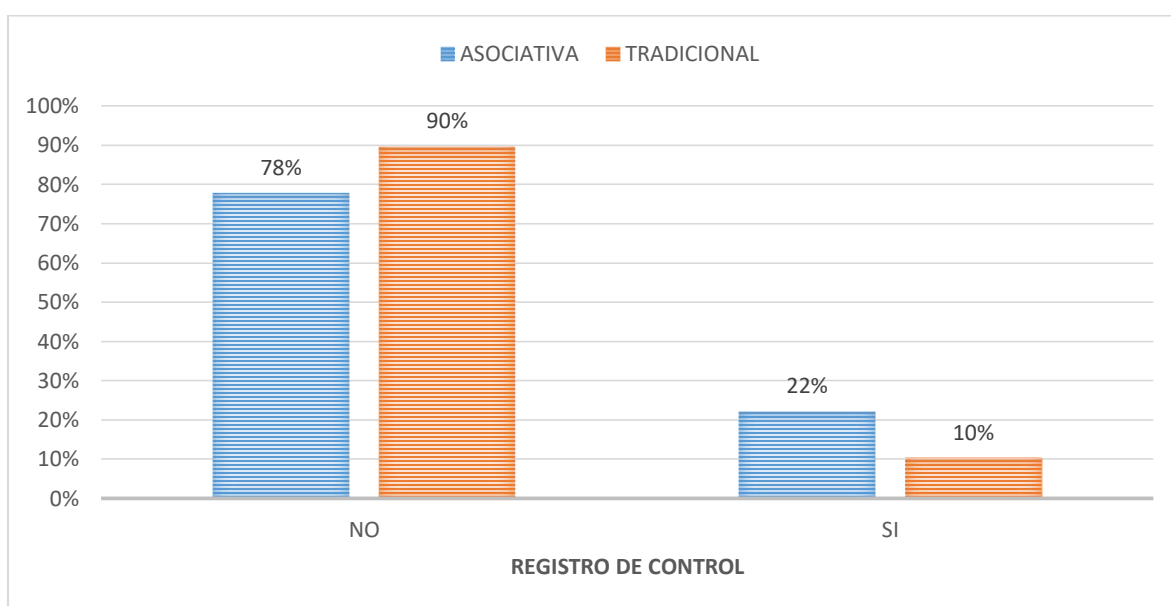
Tabla 83 Registro de los controles aplicados.

	NO		SI		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	14	78%	4	22%	18	100%
TRADICIONAL	26	90%	3	10%	29	100%
TOTAL	40	85%	7	15%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 53 Registro de los controles aplicados.



FUENTE: Tabla 85

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 58

Tabla 84 Maquinaria que posee

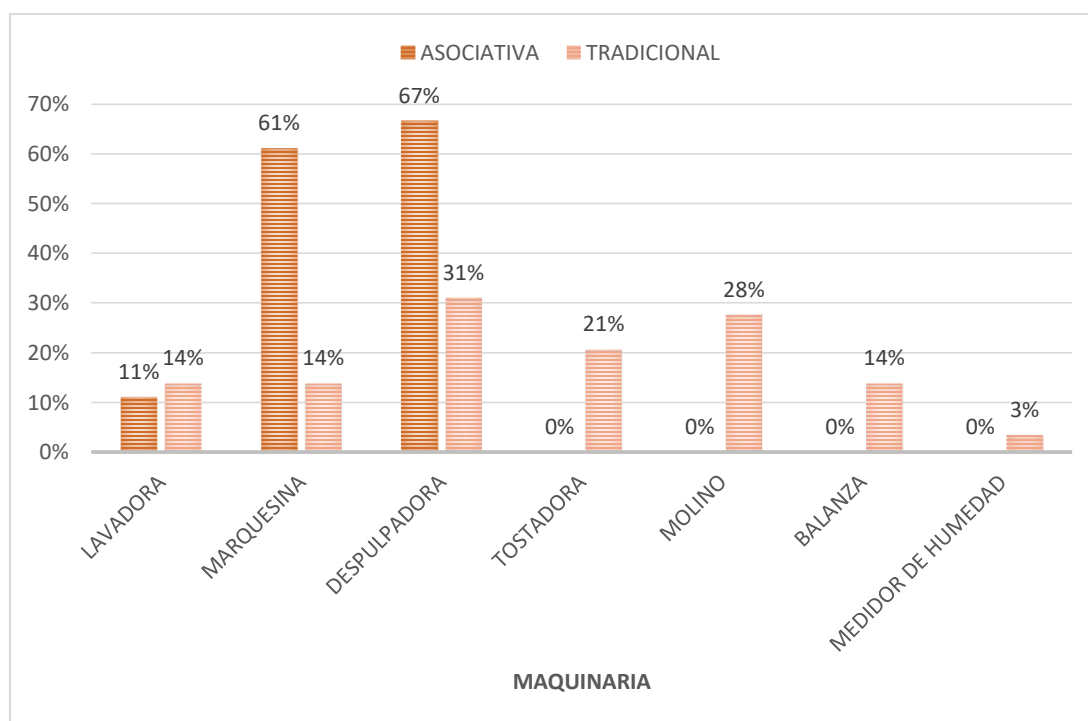
	LAVADORA	MARQUESINA	DESPULPADORA	TOSTADORA	MOLINO	BALANZA	MEDIDOR DE HUMEDAD
ASOCIATIVA	11%	61%	67%	0%	0%	0%	0%
TRADICIONAL	14%	14%	31%	21%	28%	14%	3%
TOTAL	13%	32%	45%	13%	17%	9%	2%

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%.

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 54 Maquinaria que posee



FUENTE: Tabla 86

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 59

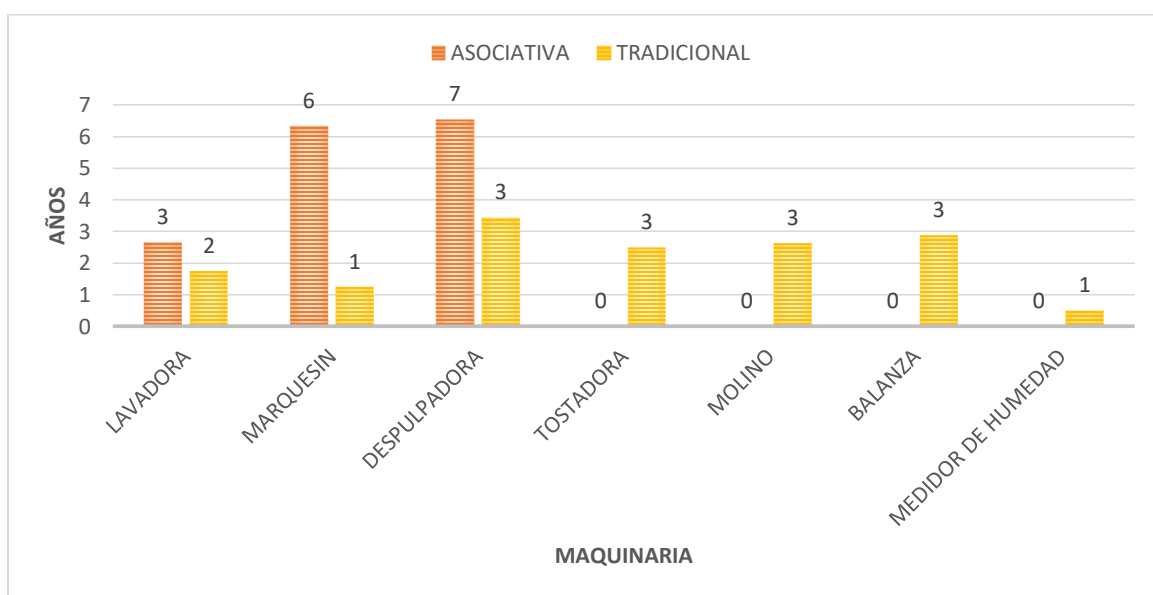
Tabla 85 Años de uso de la maquinaria

	Lavadora	Marquesina	Despulpadora	Tostadora	Molino	Balanza	Medidor de humedad
ASOCIATIVA	3	6	7	0	0	0	0
TRADICIONAL	2	1	3	3	3	3	1
TOTAL	2	5	5	3	3	3	1

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 55 Años de uso de la maquinaria.



FUENTE: Tabla 87

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 60

Tabla 86 Estado en que vende el café.

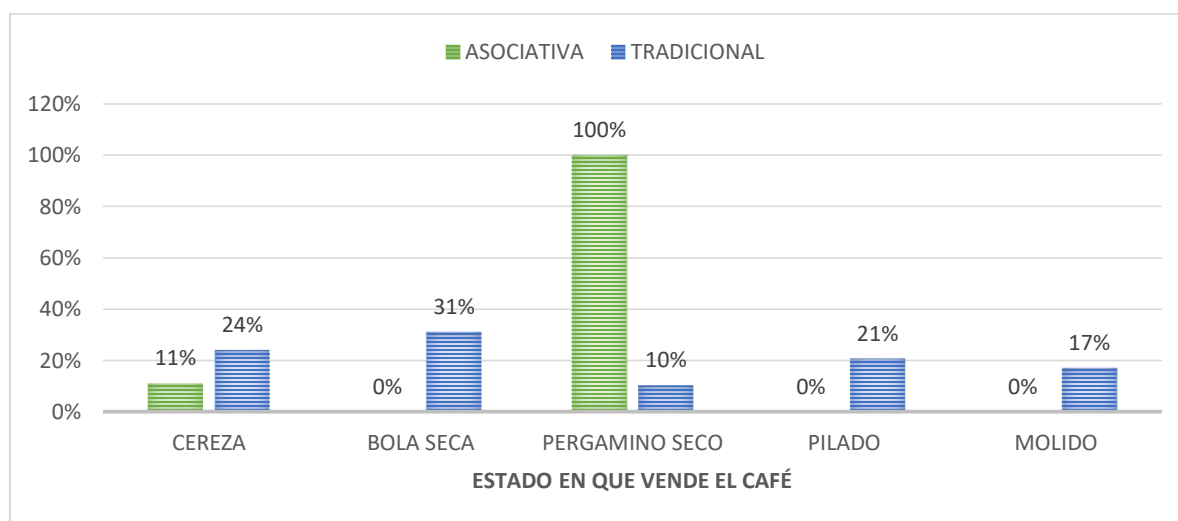
	CEREZA		BOLA SECO		PERGAMINO SECO		PILADO		MOLIDO	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	2	11%	0	0%	18	100%	0	0%	0	0%
TRADICIONAL	7	24%	9	31%	3	10%	6	21%	5	17%
TOTAL	9	19%	9	19%	21	45%	6	13%	5	11%

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%.

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 56 Estado en que vende el café.



FUENTE: Tabla 88

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 61

Tabla 87 Estado en que vende el café, Productor tradicional.

	CEREZA		BOLA SECO		PERGAMINO SECO		PILADO		MOLIDO	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
PRODUCTOR NO CALIFICADO	7	27%	9	35%	1	4%	5	19%	5	19%
PRODUCTOR CALIFICADO	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	0	0%
TOTAL	7	23%	9	30%	3	10%	6	20%	5	17%

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%.

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 62

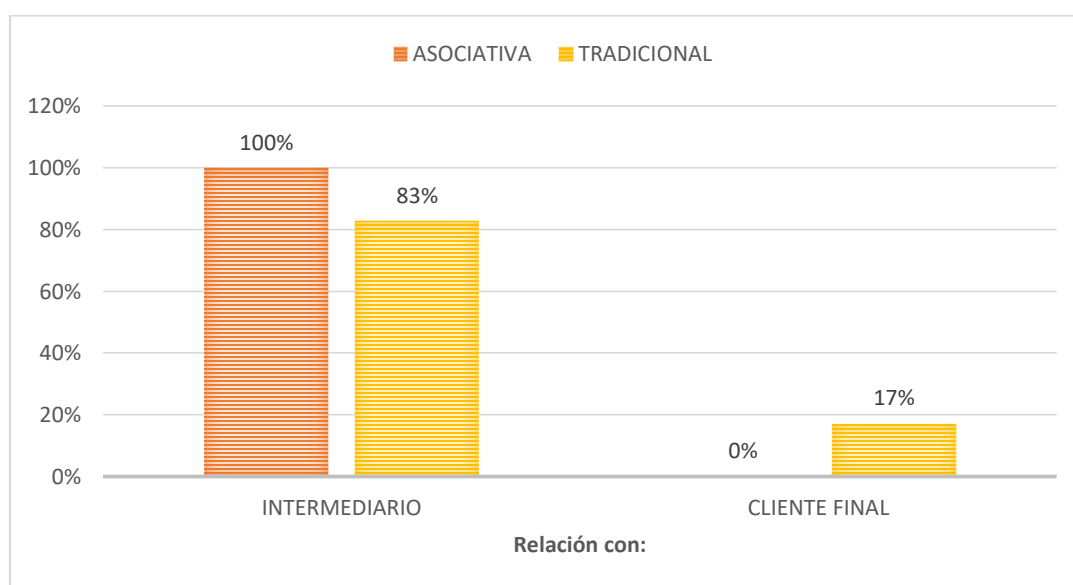
Tabla 88 Relación con:

	ACOPIADOR		CLIENTE FINAL		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	18	100%	0	0%	18	100%
TRADICIONAL	24	83%	5	17%	29	100%
TOTAL	42	89%	5	11%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 57 Relación con:



FUENTE: Tabla 90

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 63

Tabla 89 Productor tradicional, Relación con:

	ACOPIADOR/INTERMEDIARIO		CLIENTE		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
PRODUCTOR NO CALIFICADO	21	81%	5	19%	26	100%
PRODUCTOR CALIFICADO	2	67%	1	33%	3	100%
TOTAL	23	79%	6	21%	29	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 64

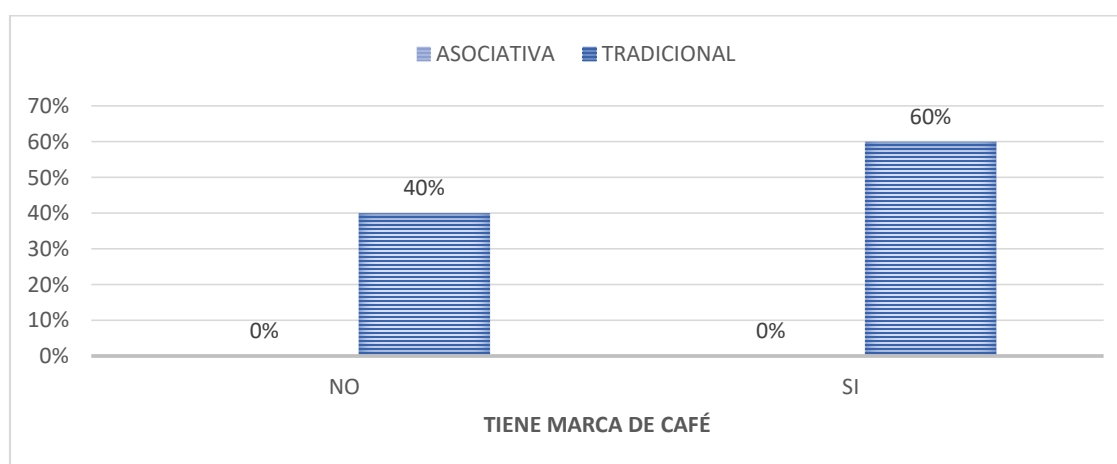
Tabla 90 Tiene marca de café.

	SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	0	0%	0	0%	0	0%
TRADICIONAL	3	60%	2	40%	5	100%
TOTAL	3	60%	2	40%	5	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 58 Tiene marca de café.



FUENTE: Tabla 92

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 65

Tabla 91 Tiene marca de café, Productor tradicional.

	SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
PRODUCTOR NO CALIFICADO	3	60%	2	40%	5	100%
PRODUCTOR CALIFICADO	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	3	60%	2	40%	5	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 66

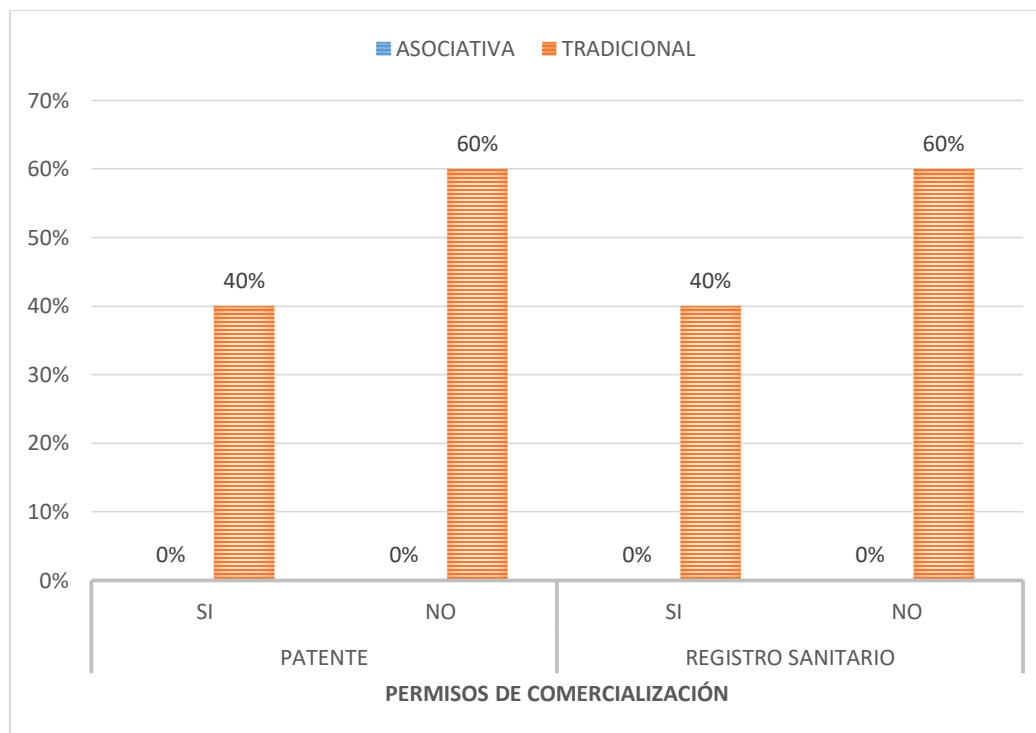
Tabla 92 La marca tiene permisos de comercialización.

	PATENTE			# ENCUESTADOS	REGISTRO SANITARIO			# ENCUESTADOS
	SI	NO	TOTAL		SI	NO	TOTAL	
ASOCIATIVA	0%	0%	0%	0	0%	0%	0%	0
TRADICIONAL	40%	60%	100%	5	40%	60%	100%	5
TOTAL	40%	60%	100%	5	40%	60%	100%	5

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 59 La marca tiene permisos de comercialización.



FUENTE: Tabla 94

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 67

Tabla 93 Precio del café según el estado en que se encuentra

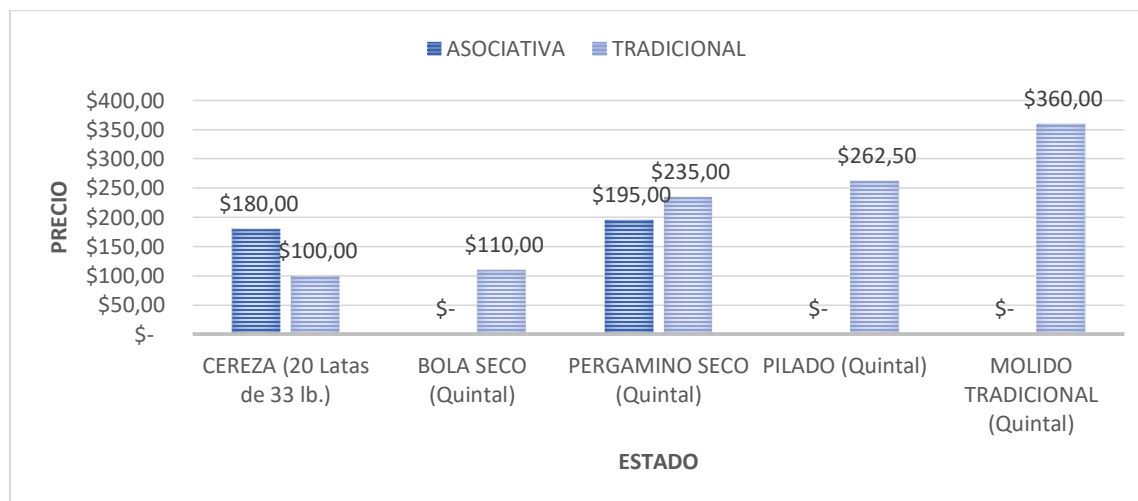
	CEREZA (20 latas de 33 lb.)	BOLA SECO (Quintal)	PERGAMIN O SECO (quintal)	PILADO (quintal)	MOLIDO COMERCIAL (quintal)
ASOCIATIVA	\$ 180,00	\$ -	\$ 195,00	\$ -	\$ -
TRADICIONAL	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 235,00	\$ 262,50	\$ 360,00
TOTAL	\$ 140,00	\$ 110,00	\$ 215,00	\$ 262,50	\$ 360,00

Se estima que 20 latas de café cereza de aproximadamente 33 libras equivalen a un quintal de café pergamino seco, el precio de cada lata en la modalidad tradicional es de \$5,00 y en la modalidad asociativa \$9,00

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 60 Precio del café según el estado en que se encuentra.



FUENTE: Tabla 95

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 68

Tabla 94 Precio del quintal de café según el estado en que se encuentra, Productor tradicional.

	CEREZA (20 latas de 33 lb.)	BOLA SECO (Quintal)	PERGAMINO SECO (Quintal)	PILADO (Quintal)	MOLIDO COMERCIAL (Quintal)
PRODUCTOR NO CALIFICADO	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 120,00	\$ 125,00	\$ 360,00
PRODUCTOR CALIFICADO	\$ -	\$ -	\$ 350,00	\$ 400,00	\$ -
TOTAL	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 235,00	\$ 262,50	\$ 360,00

Se estima que 20 latas de café cereza de aproximadamente 33 libras equivalen a un quintal de café pergamino seco, el precio de cada lata en la modalidad tradicional es de \$5,00.

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 69**Tabla 95** Forma de acuerdo contractual entre la asociación y los productores.

	ASOCIATIVA		
	FORMAL	ESPORÁDICO	EXCLUSIVO
CEREZA	0%	0%	11%
BOLA SECO	0%	0%	0%
PERGAMINO SECO	0%	6%	83%
PILADO	0%	0%	0%
MOLIDO TRADICIONAL	0%	6%	0%
SUBTOTAL	0%	6%	94%
TOTAL		100%	

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 70**Tabla 96** Forma de acuerdo contractual con los compradores modalidad tradicional.

	TRADICIONAL		
	FORMAL	ESPORÁDICO	EXCLUSIVO
CEREZA	0%	23%	0%
BOLA SECO	3%	3%	0%
PERGAMINO SECO	0%	33%	0%
PILADO	3%	13%	0%
MOLIDO TRADICIONAL	3%	13%	3%
SUBTOTAL	10%	87%	3%
TOTAL		100%	

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 71

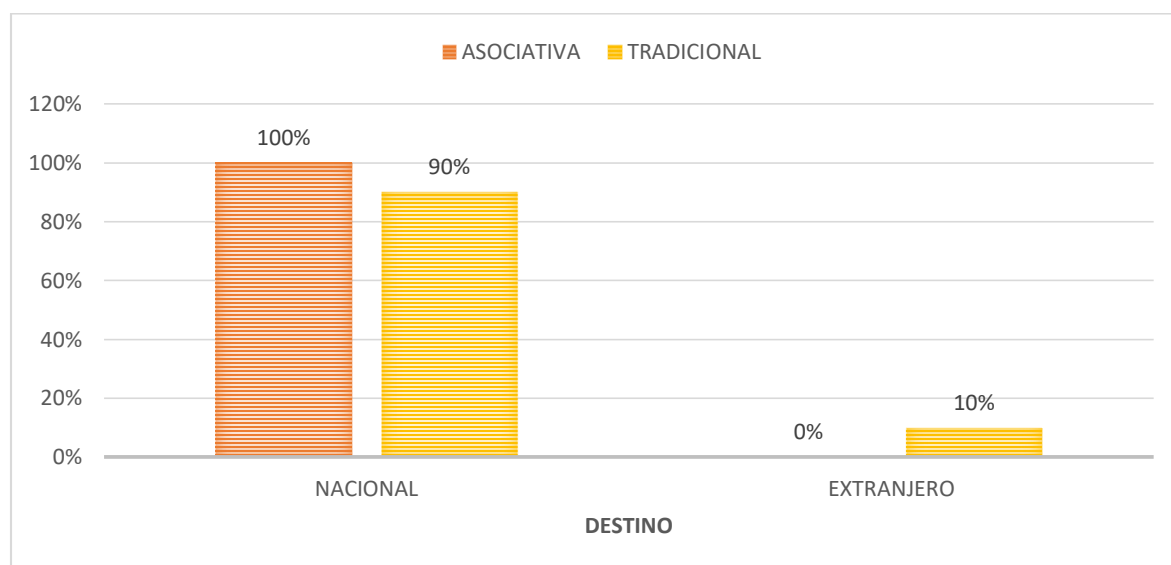
Tabla 97 Destino del café

	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL
ASOCIATIVA	100%	0%	100%
TRADICIONAL	90%	10%	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 61 Destino del café



FUENTE: Tabla 99

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 72

Tabla 98 Destino del café, Productor independiente

	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL
PRODUCTOR NO CALIFICADO	100%	0%	100%
PRODUCTOR CALIFICADO	0%	100%	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 73

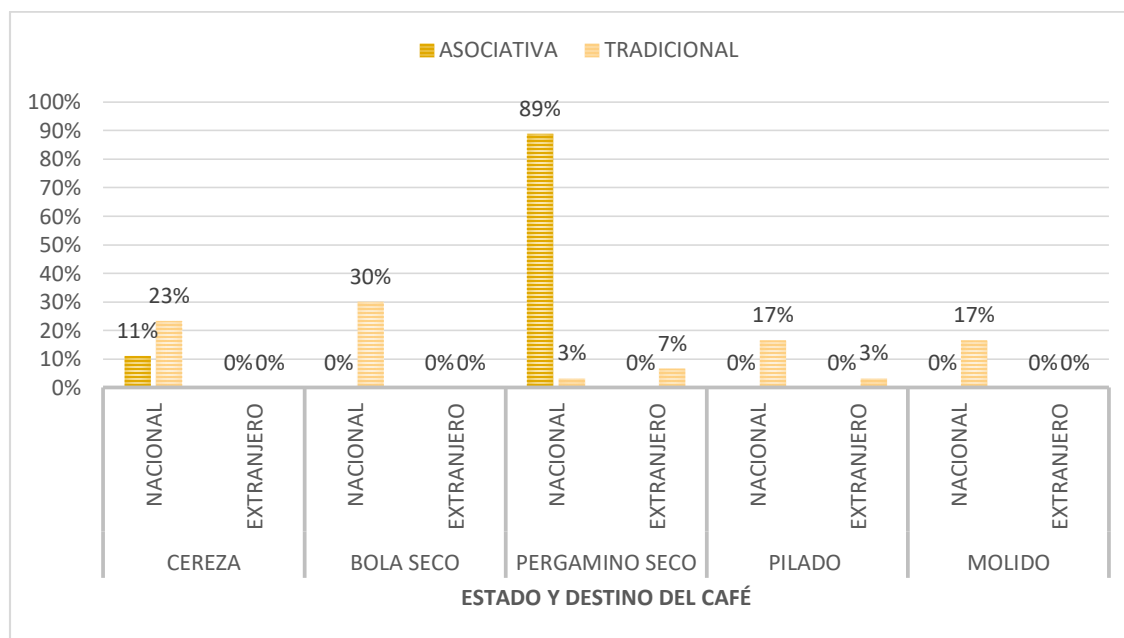
Tabla 99 Destino del café según el estado en que se encuentra.

	CEREZA		BOLA SECO		PERGAMIN O SECO		PILADO		MOLIDO		TOTAL	
	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO
ASOCIATIVA	11%	0%	0%	0%	89%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
TRADICIONAL	23%	0%	30%	0%	3%	7%	17%	3%	17%	0%	90%	10%
TOTAL	19%	0%	19%	0%	35%	4%	10%	2%	10%	0%	94%	6%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 62 Destino del café según el estado en que se encuentra.



FUENTE: Tabla 101

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 74

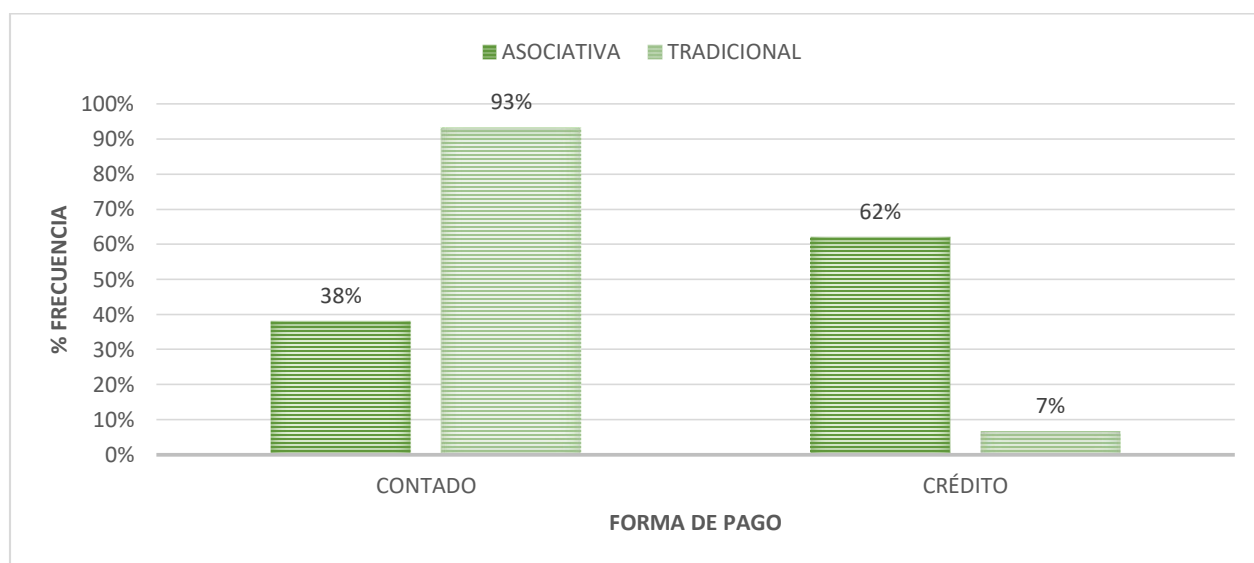
Tabla 100 Forma de pago

	CONTADO		CRÉDITO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	8	38%	13	62%	21	100%
TRADICIONAL	28	93%	2	7%	30	100%
TOTAL	36	71%	15	29%	51	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 63 Forma de pago



FUENTE: Tabla 102

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 75

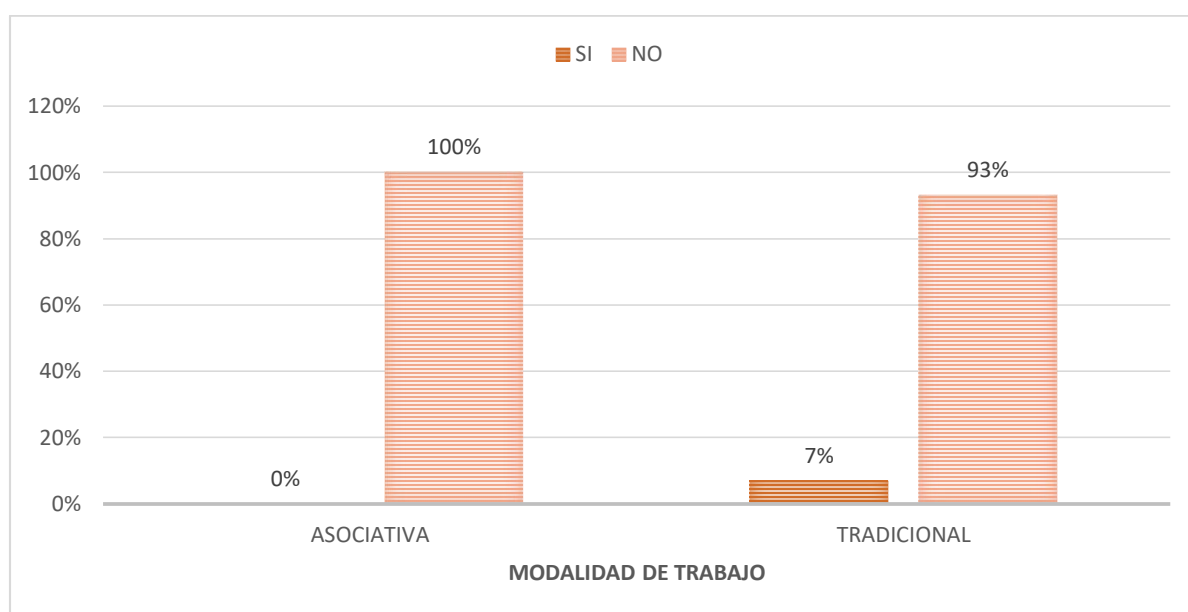
Tabla 101 Posee algún tipo de certificación.

	SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	0	0%	18	100%	18	100%
TRADICIONAL	2	7%	27	93%	29	100%
TOTAL	2	4%	45	96%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 64 Posee algún tipo de certificación.



FUENTE: Tabla 103

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 76

Tabla 102 Bajo que exigencias vende su producto.

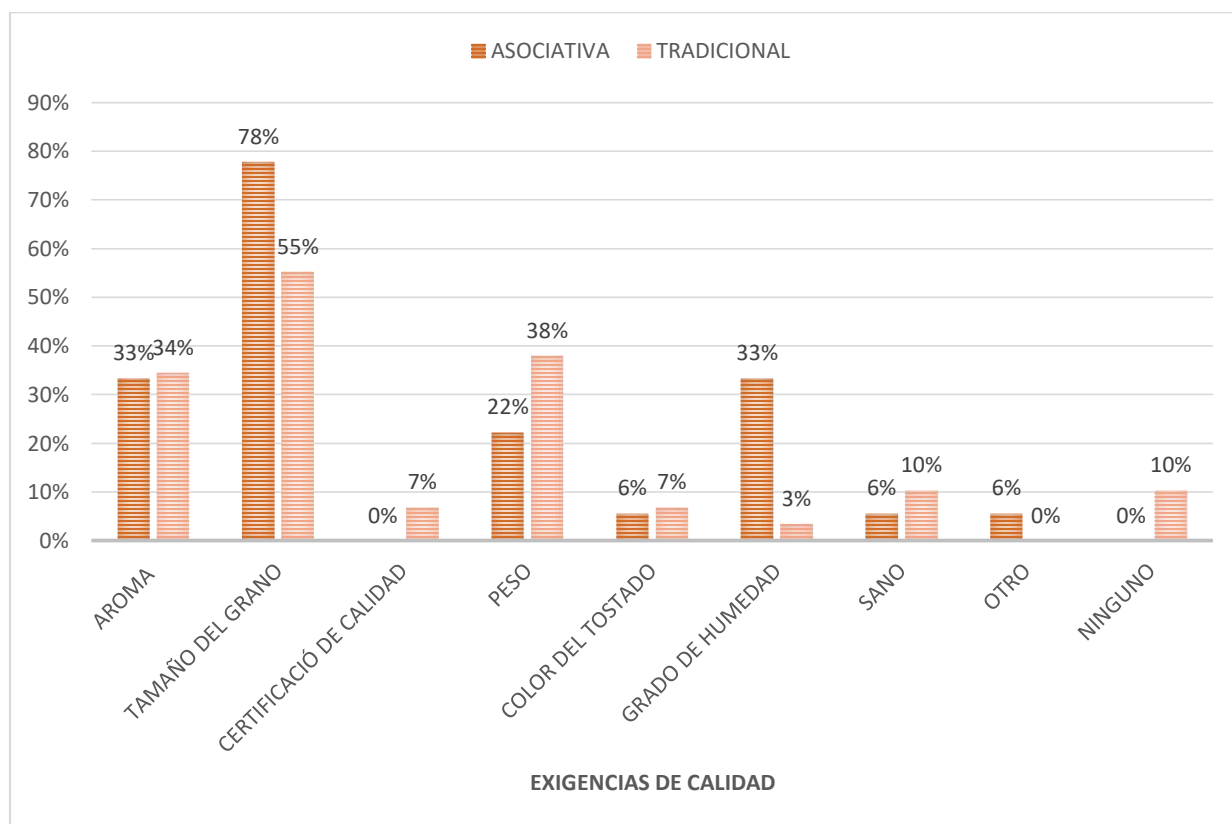
	AROMA	TAMAÑO DEL GRANO	CERTIFICACIÓN	PESO	COLOR DEL TOSTADO	GRADO DE HUMEDAD	SAÑO	OTRO	NINGUNO
ASOCIATIVA	33%	78%	0%	22%	6%	33%	6%	6%	0%
TRADICIONAL	34%	55%	7%	38%	7%	3%	10%	0%	10%

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%.

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 65 Bajo que exigencias vende su producto.



FUENTE: Tabla 104

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 77

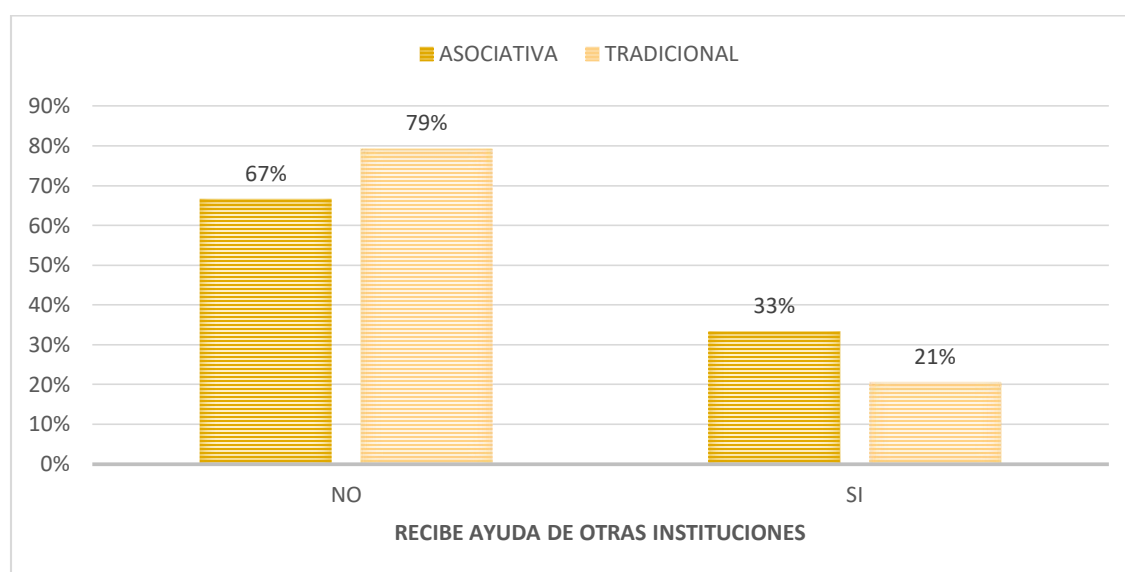
Tabla 103 Recibe ayuda de otras instituciones.

	NO		SI		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	12	67%	6	33%	18	100%
TRADICIONAL	23	79%	6	21%	29	100%
TOTAL	38	81%	9	19%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 66 Recibe ayuda de otras instituciones.



FUENTE: Tabla 105

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 78

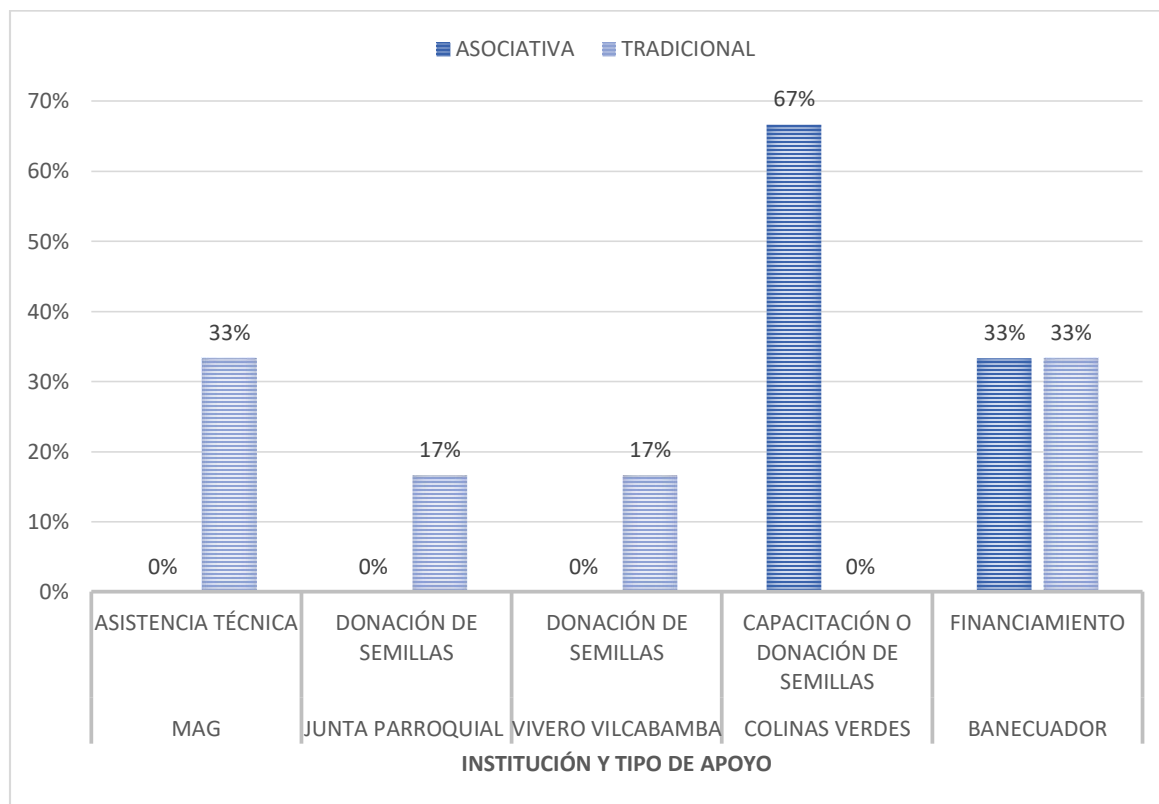
Tabla 104 Instituciones de las que recibió ayuda y tipo de ayuda.

	MAG		JUNTA PARROQUIAL		VIVERO VILCABAMBA		COLINAS VERDES		BANECUADOR		TOTAL	
	ASISTENCIA TÉCNICA		DONACIÓN DE SEMILLA		DONACIÓN DE SEMILLA		CAPACITACIÓN O DONACIÓN DE SEMILLA		FINANCIAMIENTO		FRECUENCIA	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
ASOCIATIVA	0	0%	0	0%	0	0%	4	67%	2	33%	6	100%
TRADICIONAL	2	33%	1	17%	1	17%	0	0%	2	33%	6	100%
TOTAL	2	17%	1	8%	1	8%	4	33%	4	33%	2	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 67 Instituciones de las que recibió ayuda y tipo de ayuda.



FUENTE: Tabla 106

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 79

Tabla 105 Problemas como caficultor.

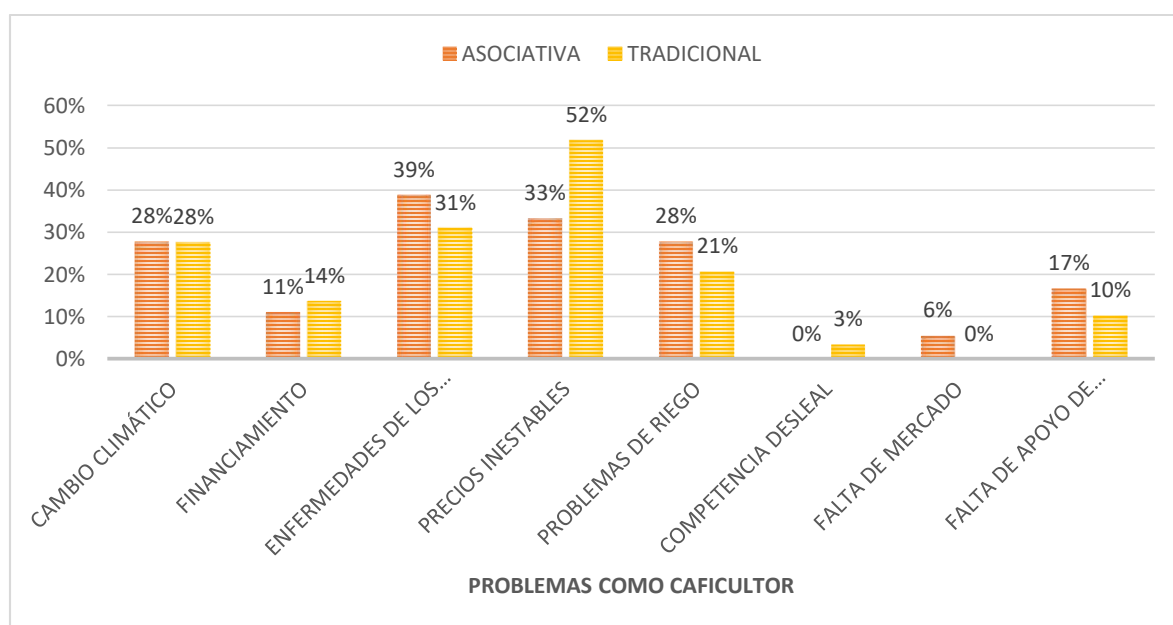
	CAMBIO CLIMÁTICO	FINANCIAMIENTO	ENFERMEDADES DE LOS CULTIVOS	PRECIOS INESTABLES	PROBLEMAS DE RIEGO	COMPETENCIA DESLEAL	FALTA DE MERCADO	FALTA DE APOYO DE ENTIDADES
ASOCIATIVA	28%	11%	39%	33%	28%	0%	6%	17%
TRADICIONAL	28%	14%	31%	52%	21%	3%	0%	10%

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%.

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 68 Problemas como caficultor



FUENTE: Tabla 107

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 80

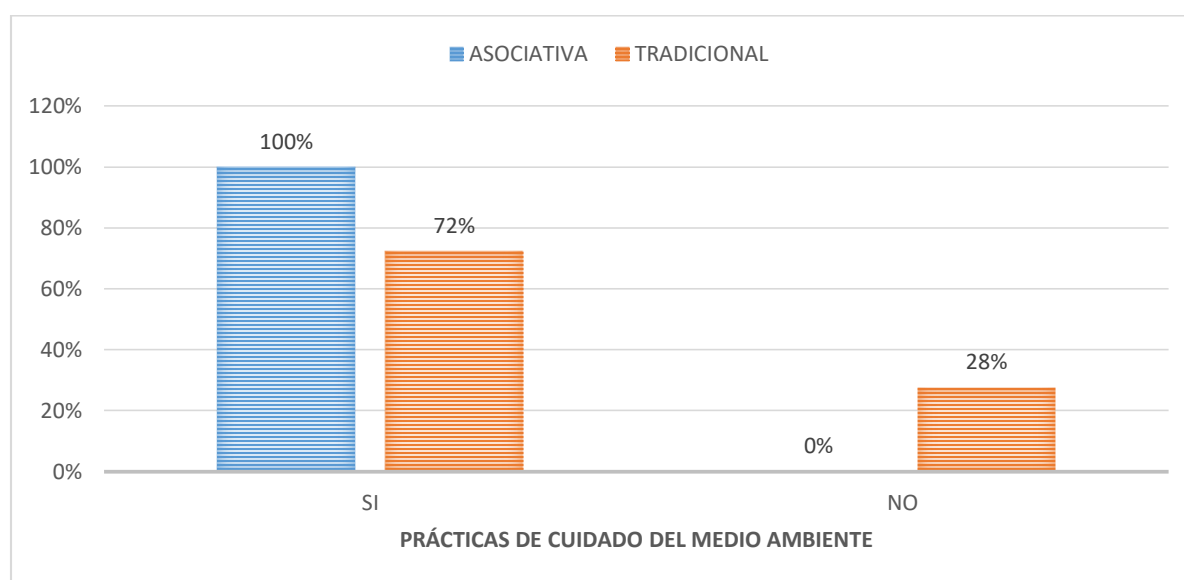
Tabla 106 Prácticas de cuidado del medio ambiente.

	SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	18	100%	0	0%	18	100%
TRADICIONAL	21	72%	8	28%	29	100%
TOTAL	39	83%	8	17%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 69 Prácticas de cuidado del medio ambiente.



FUENTE: Tabla 108

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 81

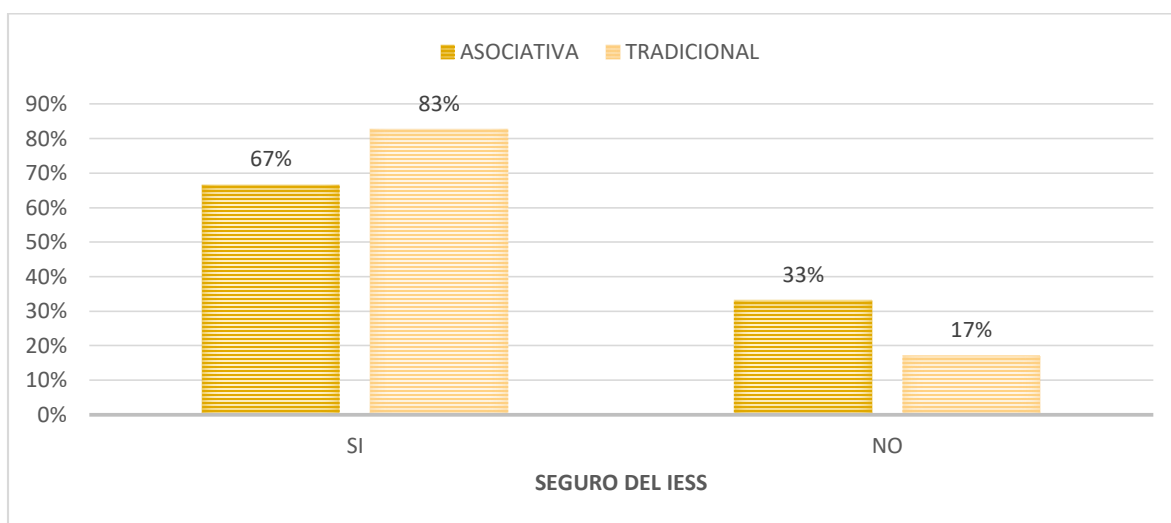
Tabla 107 Tiene seguro del IESS.

	SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ASOCIATIVA	12	67%	6	33%	18	100%
TRADICIONAL	24	83%	5	17%	29	100%
TOTAL	36	77%	11	23%	47	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 70 Tiene seguro del IESS.



FUENTE: Tabla 109

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 82

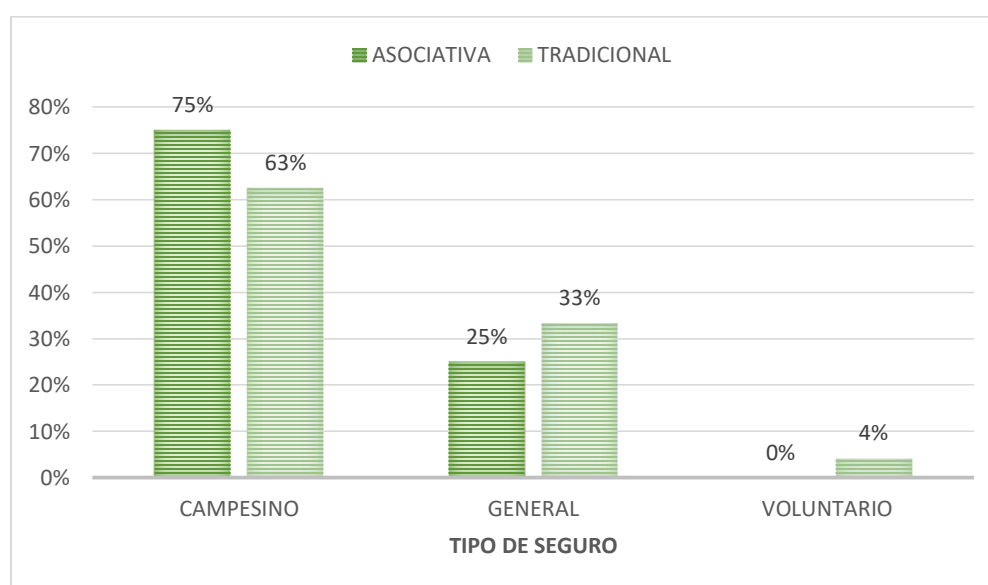
Tabla 108 Tipo de seguro.

	CAMPESINO		GENERAL		VOLUNTARIO		TOTAL	
	FRECUENCI A	%	FRECUENCI A	%	FRECUENCI A	%	FRECUENCI A	%
ASOCIATIVA	9	75%	3	25%	0	0%	12	100%
TRADICIONAL	15	63%	8	33%	1	4%	24	100%
TOTAL	24	67%	11	31%	1	3%	36	100%

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 71 Tipo de seguro.



FUENTE: Tabla 110

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

ACOPIADORES

Anexo 83

Tabla 109 Ubicación de los centros de acopio y nombre del propietario.

N°	PARROQUIA EN QUE SE ENCUENTRA	NOMBRE DEL PROPIETARIO
1	Malacatos	José Merino
2	Malacatos	Victor Guamán
3	Vilcabamba	Ángel Rentería
4	Vilcabamba	Diego Cumbicus
5	Loja	Roberto Jiménez
6	Cariamanga	Jorge Cumbicus
7	Cariamanga	Rodrigo Salazar

FUENTE: Encuesta realizada a acopiadores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 84

Tabla 110 Procedencia del café.

	MISMA PARROQUIA		PARROQUIAS ALEDAÑAS		CANTONES ALEDAÑOS		OTRA PROVINCIA	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
ACOPIADOR	5	71%	3	43%	3	43%	1	14%
LUGAR ESPECÍFICO	Vilcabamba/Malacatos		Yangana/San Pedro de Vilcabamba		Cariamanga/Sozoranga		Zamora	

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%.

FUENTE: Encuesta realizada a acopiadores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 85

Tabla 111 Estado en que compra el café.

CEREZA		BOLA SECA		PERGAMINO SECO		PILADO		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
2	29%	1	14%	3	43%	1	14%	7	100%

FUENTE: Encuesta realizada a acopiadores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 86**Tabla 112 Forma de trabajo.**

FAMILIAR		INDEPENDIENTE		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
4	57%	3	43%	7	100%

FUENTE: Encuesta realizada a acopiadores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 87**Tabla 113 Destino del café.**

MERCADO NACIONAL		MERCADO INTERNACIONAL		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
6	86%	1	14%	7	100%

FUENTE: Encuesta realizada a acopiadores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 88**Tabla 114 Tipo de acuerdo con los compradores.**

FORMAL		ESPORÁDICO		EXCLUSIVO		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
2	29%	4	57%	1	14%	7	100%

FUENTE: Encuesta realizada a acopiadores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 89**Tabla 115 Precio promedio y estado en que lo compra.**

	CEREZA 20 latas de 33 lb.	BOLA SECO (Quintal)	PERGAMINO SECO (Quintal)	PILADO (Quintal)
MERCADO NACIONAL	\$ 100,00	\$110	\$ 120,00	\$ 125,00
MERCADO INTERNACIONAL	\$ --		\$ 350,00	\$ 400,00

FUENTE: Encuesta realizada a acopiadores del cantón Loja
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

*Anexo 90**Tabla 116 Dificultades como acopiador.*

CALIDAD DE LA MATERIA PRIMA		INESTABILIDAD DEL MERCADO		NINGUNO		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
3	43%	2	29%	2	29%	7	100%

FUENTE: Encuesta realizada a acopiadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

TRANSFORMADORES

Anexo 91

Tabla 117 Ubicación de las empresas transformadoras según la parroquia.

MALACATOS		VILCABAMBA		YANGANA		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
5	56%	2	22%	2	22%	9	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 92

Tabla 118 Tipo de transformador.

INDUSTRIALIZADO		ARTESANAL		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
6	67%	3	33%		100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 93

Tabla 119 Tiene marca propia con registro sanitario.

TIPO DE TRANSFORMADOR	SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Transformador Industrializado	6	100%	0	0%	6	100%
Transformador Artesanal	0	0%	3	100%	3	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 94

Tabla 120 Propietario y nombre de la marca.

NOMBRE DEL PROPIETARIO	NOMBRE DE LA MARCA
Víctor Gumán	CAFÉ DON VICTOR
José Merino	CAFÉ SAN JOSÉ
Augusto Padilla	VILCAROMA PADILLA COFFE
Amada del Rocío Guamán	CAFÉ MALACATOS
Diego Mauricio Cumbicus Macas	CAFÉ TIESTO
Ángel Horacio Reyes Cueva	CAFÉ REYES

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 95

Tabla 121 Número de quintales que transforma al año.

TIPO DE TRANSFORMADOR	Número de qq
Transformador Industrializado	120
Transformador Artesanal	3
TOTAL	62

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 96

Tabla 122 De donde obtiene la materia prima.

TIPO DE TRANSFORMADOR	COMPRA A PRODUCTORES INDEPENDIENTES		SOLO SU PRODUCCIÓN		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Transformador Industrializado	5	83%	1	17%	6	100%
Transformador Artesanal	0	0%	3	100%	3	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 97

Tabla 123 Transformador Industrializado, tiene registro en el que consta a quien le compra la materia prima.

SI		NO		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
2	22%	7	78%	9	78%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 98

Tabla 124 Transformador Industrializado, Emite facturas al adquirir el café.

TIPO DE TRANSFORMADOR	SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Transformador Industrializado	0	0%	5	100%	5	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 99**Tabla 125** Tiene un registro de compra del café.

SI		NO		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
2	40%	3	60%	5	60%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 100**Tabla 126** Transformador industrializado, forma de acuerdo con acopiadores.

	ESPORÁDICO		FORMAL		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Transformador industrializado	4	80%	1	20%	5	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 101**Tabla 127** Exigencias de calidad al adquirir el café.

AROMA DEL CAFÉ		TAMAÑO DEL GRANO		PESO DEL GRANO		LIMPIO		SECO EN LONA		TOTAL	
FREC UENCIA	%	FREC UENCIA	%	FREC UENCIA	%	FREC UENCIA	%	FREC UENCIA	%	FREC UENCIA	%
IA	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
4	33%	3	25%	2	17%	1	8%	2	17%	12	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 102**Tabla 128** Precio de venta de la libra (450 gr.)

TIPO DE TRANSFORMADOR	Precio de la libra de café
Transformador Industrializado	\$3,60
Transformador Artesanal	\$3,00
Total	\$3,30

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 103**Tabla 129 Costo del proceso de tostado y molido**

TIPO DE TRANSFORMADOR	Costo del proceso de tostado y molido
Transformador Industrializado	\$35,00
Transformador Artesanal	\$20,00
Total	\$27,50

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 104**Tabla 130 Maquinaria que posee.**

LAVADORA	MARQUESINA	DESPULPADORA	TOSTADORA	MOLINO	BALANZA	MEDIDOR DE HUMEDAD	PILADORA	TOTAL
5%	6%	9%	24%	24%	24%	3%	5%	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 105**Tabla 131 Línea de productos que posee.**

	CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO	LICOR	TINTURA	BOCADILLOS
Transformador Industrializado y Artesanal	100%	0%	0%	0%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 106**Tabla 132 Posee documentos de:**

TIPO DE TRANSFORMADOR	Contabilidad						Producción					
	SI		NO		TOTAL		SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Transformador Industrializado	6	100%	0	0%	6	100%	0	0%	6	100%	6	100%
Transformador Artesanal	0	0%	3	100%	3	100%	0	0%	3	100%	3	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 107**Tabla 133 Exigencias del cliente.**

AROMA DEL CAFÉ		PESO		COLOR DEL TOSTADO		CERTIFICACIÓN ORGÁNICA		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
8	50%	3	19%	3	19%	2	13%	6	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 108**Tabla 134 Problemas de calidad.**

COLOR DEL TOSTADO		SELECCIÓN DEL GRANO		NINGUNO		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
4	50%	1	13%	3	38%	8	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 109**Tabla 135 Dificultades como transformador.**

CALIDAD DE MATERIA PRIMA		COMERCIALIZACIÓN		ABASTECIMIENTO		COMPETENCIA DESLEAL		FALTA DE CAPITAL		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
2	17%	4	33%	1	8%	3	25%	2	17%	12	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 110**Tabla 136 Proyecciones para este año.**

VENDER A NIVEL NACIONAL		VENDER A NIVEL INTERNACIONAL		AUMENTAR LAS VENTAS		TENER UNA PROPIA MARCA		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
1	11%	5	56%	2	22%	1	11%	9	100%

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 111

Tabla 137 Ciudades a las que envía el café.

TIPO DE TRANSFORMADOR	Loja	Machala	Cuenca	Quito	Guayaquil
Transformador Industrializado	100%	50%	33%	17%	33%
Transformador Artesanal	Malacatos, Vilcabamba	0	0	0	0

FUENTE: Encuesta realizada a transformadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

COMERCIALIZADORES

Anexo 112

Tabla 138 Con que actores de la cadena se relaciona.

Productor	Acopiador	Transformador	Otro(revendedor)	Cliente
0%	0%	60%	10%	100%

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%.

FUENTE: Encuesta realizada a comercializadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 113

Tabla 139 cuenta con:

RISE		RUC		NINGUNO		Total	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
6	60%	1	10%	3	30%	10	100%

FUENTE: Encuesta realizada a comercializadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 114

Tabla 140 Se considera:

Tienda		Bodega		Micromercado		Supermercado		Total	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
3	30%	4	40%	3	30%	0	0%	10	100%

FUENTE: Encuesta realizada a comercializadores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 115

Entrevista aplicada al Sr. Roberto Jiménez

El Sr. Roberto Jiménez se encarga del acopio del café de diferentes productores calificados de las provincias de Loja, Zamora y El Oro que necesitan acceder a mercados especiales que reconozcan la calidad del café.

Es dueño de la empresa denominada “Capamaco trading” a través de la cual se encarga del procesamiento y exportación de café y de otros productos agrícolas.

El café es acopiado en pergamino seco en la ciudad de Loja y enviado a la ciudad de Quito para su procesamiento primario el cual consta de trillar, limpiar, clasificar y empacar para exportación, con un costo aproximado de 0,18 centavos por libra, posteriormente es enviado al puerto de Guayaquil de donde es exportado en grano verde a los diferentes destinos principalmente Corea del Sur, Taiwán y Estados Unidos usando el incoterm FOB y en algunas ocasiones CIF. Se exporta aproximadamente 1 contenedor por año, actualmente no cuenta con ningún tipo de certificación pero cumple con los requisitos necesarios para el proceso de exportación establecidos por los entes reguladores como el Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca, Aduana y otros. Es importante mencionar que no necesariamente es un producto orgánico. El precio del quintal del café de exportación puede variar de entre los \$350,00 a \$500,00 dependiendo de la calidad del mismo. Además cuenta con documentos de contabilidad y establecimiento de costos en los procesos productivos.

Anexo 116

Entrevista aplicada al Sr. Edy Aguilar director de La Fundación Colinas Verdes

El proyecto denominado “Fortalecimiento organizativo técnico y económico para los pequeños productores de café de la zona sur oriental, como un mecanismo de generar ingresos y fuentes de trabajo”, fue llevado a cabo por La Fundación Colinas Verdes en beneficio de caficultores asociados que pertenecen a APECAEL (Asociación Agroartesanal de Pequeños Productores de Café Especial del Cantón Loja), cuyo objetivo principal era el fortalecimiento económico que se lograría únicamente si se mejora el sistema productivo del café, para lo cual se hizo un diagnóstico de la situación en la que están las huertas de cada productor, identificando cultivos caducos e infectados de plagas y enfermedades principalmente la roya y la broca por lo cual se hizo una renovación de cafetales con cultivos asociados es decir con árboles frutales y melíferas además se hizo un control de las plagas y enfermedades a través de productos orgánicos para contrarrestarlas como caldos sulfocálcicos, multiminerales, caldo de ceniza, entre otros. El siguiente eje fundamental de este proyecto era la capacitación a nivel organizacional, de producción y calidad de café, así como asistencia técnica en la planta de bioinsumos orgánicos de APECAEL.

También se trabaja con la creación de viveros comunitarios los mismos que están ubicados en San Pedro de Vilcabamba, por ser viveros comunitarios se trabajaba con mingas, un caficultor llena 500 fundas para las semillas y tiene derecho a 100 plántulas listas para la siembra, el tiempo que demora el crecimiento de una plántula consta de 75 días desde el semillero hasta que nazca la chapola y 6 meses más para que la planta esté lista para la siembra, las semillas son escogidas y adquiridas de productores que tienen buenos ejemplares, una lata de 33libras aproximadamente cuesta \$12,00 caso contrario se lo hace a través de canje es decir donan una lata de café cereza y

tienen derecho a 500 plantas de café, la subvariedad que dio mejores resultados fue Colombia 6 teniendo buena calidad de taza.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) otorgó semilla típica mejorada a los caficultores del sector con grandes defectos, de mala calidad e índices bajos de productividad, supuestamente certificada que en muchos de los casos no llegó ni a germinar.

Anexo 117

Entrevista realizada al presidente de la asociación APECAEL Sr. Fulvio Salinas

La asociación se creó en el año 2008 y actualmente existen 65 socios. Generalmente la junta directiva conformada por presidente, admiradora y secretario, se encargan de toma decisiones y resolver problemas en reuniones que se llevan a cabo cada dos meses o cuando sea necesario, en el caso en que las situaciones a tratar sean mucho más importantes las decisiones son tomadas en asamblea general con la participación de todos los socios.

Actualmente la asociación cuenta con infraestructura propia en donde se realizan las reuniones y se encuentran los centros de procesamiento, aquí surge la marca patentada APECAEL café orgánico de altura en dos presentaciones de 200 y 400 gr, y cuenta con registro sanitario, el principal problema a la hora de vender el producto son consumidores que prefieren precio antes que calidad.

Entre los principales problemas encontrados son la renovación generacional en donde los agricultores son cada vez más viejos y no hay gente joven que quiera trabajar en el campo, mucho menos en asociaciones por la desconfianza que surge del trabajo en equipo; otro de los problemas ha sido productores que no quieren invertir en los cafetales para obtener mejor y mayor productividad.

Los beneficios otorgados a los caficultores son capacitación, asistencia técnica, búsqueda de mercados internaciones, mejores precios para el producto y estabilidad comercial, Actualmente el café es exportado en grano verde principalmente a American Coffe de Alemania, Francia y Estados Unidos. Cada año APECAEL recoge de los caficultores asociados las estimaciones de producción de café para el siguiente año posteriormente estas estimaciones se presentan en asamblea a FAPECAFES con esto el presidente de la federación gestiona con las acreedoras de Alemania, Francia y Estados Unidos un adelanto por la producción presupuestada.

Anexo 118

Entrevista realizada al técnico de APECAEL sr. José Miguel Mosquera Romo

1. ¿La asociación APECAEL cuenta con algunos requisitos para que los caficultores formen parte de ella?

Los requisitos para ser socios de APECAEL son los descritos a continuación, sujetándose a posibles cambios aprobados por asamblea general.

- Presentar una solicitud a la administración de la APECAEL
- Presentar una copia de documentos personales (cédula y certificado de votación actualizado).
- Llenar el formulario básico (solicitar en administración).
- Permitir y acompañar a un representante de APECAEL a una visita de su huerta para elaborar un informe de aceptación o negación.
- Someterse a la normativa de producción orgánica de la APECAEL.
- Firmar la carta compromiso entre APECAEL y el socio (a).
- Pago de derecho de inscripción luego de ser aceptado como socio por la Junta Directiva, como consta en el reglamento.
- Dar información a un representante de APECAEL, para elaborar la ficha del productor.
- Y demás requisitos que contempla en Reglamento Interno de APECAEL.

2. ¿Qué papel desempeña colinas verdes en torno a la provisión de insumos, plántulas, etc.?

La fundación colinas verdes, es considerado un socio estratégico de APECAEL, junto a ella hasta el año 2019 se desarrollaron varios proyectos de importancia, además que colinas verdes nos ha acompañado desde nuestra fundación hasta la actualidad como un aliado en temas técnicos.

Actualmente Colinas Verdes mantiene un vivero de plántulas de café y otras plantas tropicales, el vivero es abierto al público en general de la misma forma que para los socios de APECAEL, entre los productos que se ofrece tenemos:

Abono sólido tipo bocash completo a 7 dólares el saco.

Abono líquido tipo biol normal 1 dólar el litro.

Abono líquido tipo Supermagro 1.50 el litro.

Existen otros productos como sulfocalcicos, microorganismos sólidos y líquidos, fosfitos, caldo bordeles, caldo de ceniza, entre otros.

3. ¿La venta de insumos orgánicos está orientada solo a la producción de café?

No, de hecho ya se ha comercializado para arboles tropicales, además de cultivo de babaco, tomate y frejol, la bio fábrica hace un análisis previo y recomienda el producto a utilizar.

4. ¿La venta de insumos orgánicos es bajo pedido o están expuestos en perchas?

Hay productos que están listos para la venta como el biol, supermagro y bocash, y productos más elaborados para lo cual es necesario un pedido previo. Cada insumo tiene su tiempo de utilización adecuado, y todos se comercializan bajo el nombre APECAEL y el nombre del producto.

5. ¿APECAEL como tal, enseña y capacita a los caficultores asociados para que elaboren insumos orgánicos o vende esos insumos?

APECAEL dentro de su POA y Plan Estratégico tiene establecido la realización de capacitaciones en muchas temáticas para sus socios y algunas para el público en general, dentro de este grupo de capacitaciones existen varias relacionadas a la elaboración de insumos orgánicos, APECAEL promueve la elaboración de este tipo de insumos, pero si el socio no está en la condiciones de producir sus propios abonos desde el año 2018 APECAEL tiene la Planta de

Abonos Orgánicos la cual comercializa abonos orgánicos al público en general y con descuentos especiales a los socios.

6. ¿En qué estado se acopia el café y cuáles son los meses de acopio?

APECAEL se maneja de dos formas distintas en el acopio de café, la primera de ellas es cuando al socio se le ha entregado un centro de beneficiado completo con tanques de boyado, despulpadora, fermentador y marquesinas, en esta forma el socio entrega el café en pergamino seco al 12% una vez aprobado el control de calidad respectivo (grado de humedad 12%, características físicas, organolépticas, 100% orgánico, clasificación del grano, etc.) hasta 2019 pagamos \$200,00 por 1,25 quintales de café pergamino seco de donde 25 libras son el residuo de pergamino resultante de trillar el grano para obtener café verde.

La segunda forma de acopio se da cuando existe un centro de beneficiado comunitario, donde cada socio entrega su café en cereza rojo previamente boyado tomando como referencia la medida de una lata de café (balde de 20 litros) que tiene aproximadamente 33 libras. Al precio del bulto se resta 1.50 dólares que es lo que se le paga a la persona que se encarga de hacer el beneficio en el centro comunitario, entonces se le pagaría al caficultor alrededor de \$9,00 por cada lata. Se estima y varía según la variedad de café que 125 libras de pergamino tiene entre 17 y 20 latas de café cereza.

Aproximadamente el 85% del café recolectado es entregado en pergamino y el 15% restante es entregado en cereza roja.

En la actualidad existen 2 centros de beneficiado comunitario ubicados en la parroquia San Pedro de Vilcabamba y otro en Quinara.

Los meses de acopio cuando es café pergamino son desde agosto hasta finales de octubre. Para la café cereza roja los meses de acopio van desde marzo hasta junio.

7. ¿La asociación otorga maquinaria a los caficultores asociados?

Podemos mencionar 2 grupos, el primero es quien ha adquirido por sus propios medios lo que se dio al inicio de la organización y específicamente adquirieron las despulpadoras esto será el 20% de los socios, pero a este mismo 20% APECAEL a través de proyectos ha dotado del resto de equipos como tanques de boyado, marquesinas y fermentadores.

El restante 80% de los socios han sido dotados por APECAEL de todos los equipos necesarios incluido tanques de aguas mieles.

8. ¿Cómo es el medio de pago a los caficultores, es decir por adelantado, al contado o después de entregar la cosecha?

Se trabaja bajo un sistema de estimación de la cosecha y en base a este cálculo se entrega anticipos de dinero hasta por el 50% de la estimación, al finalizar la entrega se realiza la liquidación y cancelación de todo el café a los socios.

9. ¿Cómo es la forma de pago entre APECAEL y FAPECAFES?

FAPECAFES, entrega anticipos de dinero en base a la estimación, estos anticipos se entregan distribuidos a lo largo de todo el año y al final cuando se entrega el café se hace un cierre y encuadre de cuentas.

10. ¿Cuántos quintales de café en pergamino seco acopiaron en la última cosecha? Y ¿Cuál es el destino de estos?

La producción de café en el 2019 fue de aproximadamente 750 qq de café pergamino seco de esto 730 quintales son para FAPECAFES quien se encarga de la preparación para Exportación que incluye, trilla, cribado, densimetría, selección electrónica por color, empaque en yute y transporte al puerto. Los 20 quintales restantes se quedan en APECAEL para tostar y moler y salen con la marca del mismo nombre, aunque esperamos que este último valor aumente ya que se está buscando nuevos mercados para el café tostado y molido.

11. ¿Qué calidad debe tener el café que se queda en APECAEL y el que se envía a FAPECAFES?

El café es el mismo nosotros utilizamos material de exportación para nuestra marca siempre reconociendo que se realiza una preparación especial y una diferenciación de tamaños del grano: para exportar todo sobre malla 15, para tostar sobre malla 13 y todo lo que queda debajo se considera subproducto y se vende a menores precios a otras marcas de café.

12. Cuenta con algún tipo de certificación? (De origen, orgánica, comercio justo)

APECAEL, al ser parte de FAPECAFES está obligada a cumplir las normas básicas de Flo, además somos certificados como Comercio Justo y Pequeños Productores.

13. ¿Hace uso de algún incoterms para la exportación?

Si, nosotros vendemos bajo contrato tipo FOB es decir entregamos la mercancía poniéndola a bordo del buque, en el puerto designado por el comprador que para nuestro caso es Guayaquil.

14. ¿Los clientes a los cuales exporta APECAEL a través de FAPECAFES los consigue la federación o ustedes hacen contacto directo con el cliente?

El cliente actual lo conseguimos nosotros pero FAPECAFES a través del departamento comercial siempre está buscando nuevos mercados, además nosotros hemos construido relaciones con algunos compradores.

15. ¿Qué debilidad pudo identificar en la asociación?

APECAEL actualmente aunque no se ve directamente como debilidad tiene muy poco apoyo gubernamental, además si es una debilidad que el café cotice en bolsa de valores ya que en los últimos años esta viene con una tendencia a la baja muy preocupante además que actualmente no sabemos qué va a pasar después de la crisis del coronavirus.

16. ¿APECAEL cuenta con una maraca de café tostado y molido abierta al público?

La marca APECAEL tiene 2 bajo registro sanitario en presentaciones de 200 gr. precio en fábrica de \$2,50 y precio de venta al público en \$3,00 dólares para la presentación de 400 gr. es similar \$4,50 en fabrica y \$5,00 al público

El producto se distribuye especialmente en tiendas de tipo agroecológicas, o de comercio justo que son quienes retransmiten nuestros valores a los compradores finales, se distribuye en Vilcabamba, Loja, Cuenca, Guayaquil, Ambato, Quito y Cañar.

17. ¿Cuánto es el precio de servicio de trillado; tostado y molido que la asociación maneja para el público?

Se da el servicio en café pergamino con un costo de 30 centavos por libra tanto de trillado, tostado y molido. Cuando es solo tostado son 15 centavos por libra.

Anexo 119

Entrevista aplicada al sr. Luis Enrique Choez Tenorio técnico del MAG de cantón Loja y Saraguro

El año 2012 surge la denominada roya con afectación del 90% de cafetales en la provincia de Loja y a nivel país

El ministerio de la agricultura y ganadería MAG inicia desde el 2011 el proyecto “Reactivación del Café y Cacao Nacional Fino de Aroma”, cuando el ministerio interviene la caficultura estaba en manos del sector privado y la producción media a anual era de 4,77 quintales a nivel nacional, el MAG ejecutó este proyecto con la finalidad de aumentar la productividad y llegar a 30 quintales de café por ha. entre los problemas que se encontraron era caficultura vieja improductiva de 40 a 60 años, desordenamiento técnico a nivel de fincas, falta de nutrición en los suelos, falta de asistencia técnica, falta de inversión, jornal muy alto y la edad del caficultor es de 60 años hacia arriba, además de aumentar la productividad se busca que los productores no sean solamente cosechadores de café sino caficultores capacitados con cultivos tecnificados y plantas de calidad de acuerdo a los pisos altitudinales del sector buscando que generen rentabilidad con el fomento del café, para esto se realizan continuas capacitaciones, asesoramiento, visitas a pie de finca y vinculación comercial. Hasta la fecha 7.600 ha. han sido renovadas, la meta es 10.000 ha a nivel provincial hasta el 2021.

No se ha podido determinar el número actual de familias cafetaleras que trabajan en el cantón Loja, sin embargo existen los datos del último censo agropecuario del 2012

Anexo 120

MODELO DE ENCUESTA PARA PROVEEDORES



UNL

Universidad
Nacional
de Loja



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta general para Proveedores

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

1. Datos del Contacto

Nro. _____

Nombre: _____

Nombre de la empresa: _____

Teléfono: _____

Dirección: _____

Parroquia/Ciudad/Cantón: _____

e-mail: _____

Datos generales.

2. Tipo de proveedor

Semilla Maquinaria Productos agropecuarios Otros _____

3. ¿De dónde provienen sus productos?

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
 Transferencia 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?

Sí No

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

Malformaciones
 Plagas
 Raíces débiles
 Otros, especifique _____

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

Sí 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

Sí No

Si su respuesta es afirmativa, especifique los parámetros _____

Proveedores de Maquinaria

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

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

21. ¿En dónde entrega al cliente la maquinaria?

Distribuidora Domicilio

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

22. _____

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			
Otro Fungicidas			

Fecha:

___/___/___

Firma: _____

Anexo 121

MODELO DE ENCUESTA PARA PRODUCTORES



unl

Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta general para Productores

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

1. Datos Generales Nro. _____

Nombre: _____ Cédula de Ciudadanía: _____

Fecha de nacimiento: _____

Nombre de la finca: _____ Dirección: _____

Parroquia/Ciudad/Cantón: _____ Teléfono: _____

2. ¿Cuál es el tipo de tenencia del terreno de cultivo? Privada Comunal Estatal

3. En caso de ser PRIVADA, esta es: Propia Arrendada Otra _____

4. ¿Cuál es la dimensión de su terreno de cultivo? _____ hectáreas

5. ¿Cuál es el número de hectáreas destinadas a la producción de café? _____ hectáreas

6. ¿Cuántas plantas tiene sembradas por hectárea? _____ plantas de café

7. Indique todos los cultivos que tiene en su finca y el porcentaje de ingresos que cada uno le genera

Cultivo	Porcentaje

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

9. ¿Cuál fue el monto promedio de inversión para la producción anual de café? _____ Dólares

10. Este monto ¿Fue propio, financiado o ambos? Propio Financiado Ambos

Institución	Tasa de Interés	Plazo

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

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

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

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

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

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

 Sí No

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

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

23. ¿En qué estado vende el café?

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

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

 Sí No

25. ¿Su marca está patentada? 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 qué modalidad trabaja? Tradicional (individual) Asociativa
- Nombre de la asociación _____

31. ¿Qué lo motivó a asociarse?
- _____

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

33. ¿Recibe ayuda de otras instituciones? Si No

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

34. ¿A qué problemas se enfrenta como caficultor?

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

35. ¿Tiene otras fuentes de ingreso? Si No

¿Cuáles? ¿En qué porcentaje? _____

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

¿Cuál? _____

Información caficultor

37. Género: Masculino Femenino

38. Estado civil: Soltero/a Casado/a Divorciado/a
- Viudo/a Unión de hecho

39. ¿Cuántos años de estudio tiene? _____

40. ¿Cuántos hijos tiene? _____

41. ¿Cuántos de sus hijos estudian EGB? _____

42. ¿Cuántos de sus hijos estudian Bachillerato? _____

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

44. ¿Cuántos años ha trabajado como caficultor? _____

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

50. ¿Tiene este hogar servicio de internet?

- Sí No

52. ¿Tiene computadora portátil?

- Sí No

51. ¿Tiene computadora de escritorio?

- Sí No

53. ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?

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

54. ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?

- Sí No

55. ¿Tiene cocina con horno?

- Sí No

56. ¿Tiene refrigeradora?

- Sí No

57. ¿Tiene lavadora?

- Sí No

58. ¿Tiene equipo de sonido?

- Sí No

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

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

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

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

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

- Sí No

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

- Sí No

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

- Sí No

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

- Sí No

65. Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de

trabajo, ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses? Sí No

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

- Sí No

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

- Sí No

Fecha: __/__/__

Firma: _____

Anexo 122

MODELO DE ENCUESTAS PARA ACOPIADORES



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

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?

<input type="checkbox"/> Proveedores de insumos	<input type="checkbox"/> Transformador (Tostado/molido)
<input type="checkbox"/> Productor	<input type="checkbox"/> Vendedor
<input type="checkbox"/> Intermediario	<input type="checkbox"/> Cliente

6. ¿Cuál es la procedencia del café que usted acopia?

<input type="checkbox"/> De la misma parroquia	
<input type="checkbox"/> De parroquias aledañas	¿Cuáles? _____
<input type="checkbox"/> De otro cantón	¿Cuáles? _____
<input type="checkbox"/> De otra provincia	¿Cuáles? _____

7. ¿En qué estado usted acopia el café?

<input type="checkbox"/> Cereza	<input type="checkbox"/> Tostado
<input type="checkbox"/> Despulpado	<input type="checkbox"/> Molido
<input type="checkbox"/> Seco	<input type="checkbox"/> Otros

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

10. ¿Cuál es su forma de trabajo?

Solo	
En familia	
Asociado	
Como empresa	

11. ¿Cuántas personas trabajan para usted?

_____ personas

12. ¿A que empresas vende el producto?

Empresas

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

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

14. ¿Usted exporta el producto?

Si 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?

Si

No

¿De qué organización? _____

19. ¿Cómo lo apoyan las instituciones pública?

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

Fecha: ___/___/___

Firma:

Anexo 123

MODELO DE ENCUESTAS PARA TRANSFORMADORES



Universidad
Nacional
de Loja



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta general para los Transformadores

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

1. Datos del Contacto

Nro. _____

Nombre: _____

Nombre de la empresa: _____

Teléfono: _____

Dirección: _____

Parroquia/Ciudad/Cantón: _____

e-mail: _____

2. ¿A qué empresas compra la materia prima?

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

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

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

Sí No

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

Precio de compra/quintal _____

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

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

Facturas Letra de cambio Nota de venta Otro _____

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

Aroma del café Tamaño del grano Certificación de calidad

Peso del café Color del tostado Otro _____

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

Sí No

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

Sí No

¿Cuál? _____

11. ¿Cuántas personas trabajan para usted?

_____ personas

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

Piladoras de grano seco Molino industrial

Despulpadora (desmucilagador) Balanza electrónica

Otros _____

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

Café tostado Tintura de café Otros _____

Café tostado y molido Licor

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

_____ quintales

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

17. ¿Cómo financia su actividad productiva?

Capital propio Crédito con instituciones financieras Ambos

Institución	Tasa de Interés	Plazo

18. ¿De qué manera lleva su contabilidad?

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

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

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

20. ¿Qué exigencias de calidad establecen sus clientes?

Aroma del café Tamaño del grano Certificación de calidad

Peso del café Color del tostado Otro _____

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

Aroma del café Peso del café
 Color del tostado Otro _____

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

Nacional Internacional
 ¿Cuál? _____ ¿Cuál? _____

23. ¿A qué empresas vende el producto?

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

Empresas	Relación contractual establecida formalmente	Relación esporádica no formal	Relación exclusiva

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

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

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

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

27. ¿Cómo maneja los desechos de la planta?

Abono orgánico Subproducto Desecho

28. ¿Cuántos años tiene la empresa?

_____ años
29. **¿Cuál es su proyección?**

Vender a la provincia, etc..

Vender a nivel nacional

Vender a nivel internacional (exportación).

Otros _____

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

Fecha:

___/___/___

Anexo 124

MODELO DE ENCUESTAS PARA COMERCIANTES



UNL

Universidad
Nacional
de Loja



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta general para Comerciantes

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

1. Datos del Contacto

Nro. _____

Nombre: _____

Cédula de Ciudadanía: _____

Edad: _____

Teléfono: _____

Nombre de la entidad: _____

Fecha de nacimiento: _____

Dirección: _____

Nivel de educación: _____

Ciudad/Provincia: _____

Estado civil _____

e-mail: _____

RUC RISE Ninguno _____

¿A qué empresas compra el café?

2.

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

¿A qué empresas vende el café?

3.

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

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

Forma de pago	Plazo
Efectivo	
Tarjeta	
Cheque	
Letra de cambio	

5. ¿Vende el café al por menor? Si No

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 menor

8. indique:

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

¿Qué exigencias de calidad tienen sus

9. compradores?

Aroma del café

Tamaño del grano

Certificación de calidad

Peso del café

Color del tostado

Otro _____

¿Qué dificultades encuentra Ud. como comercializador miembro de

10. esta cadena?

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

11. cafetalero

Fecha:

___/___/___

Firma: _____

Anexo 125

Guía de preguntas para entrevista N°1

ENTREVISTA PARA PRESIDENTES DE ASOCIACIONES DE CAFICULTORES

Nombre.....
 Nombre de la Asociación

Ubicación.....
 Teléfono.....
 Correo electrónico.....
 Fecha de creación.....

¿Con cuántos socios iniciaron?

¿Cuántos socios tienen ahora?

¿Por cuánto tiempo está en la Presidencia?

¿Tienen Estatutos? Si No

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

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

Anexo 126

Guía de preguntas para entrevista N°2

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?

Anexo 127

Guía de preguntas para entrevista N°3

ENTREVISTA PARA TÉCNICOS DEL MAG.

Nombre.....

Teléfono.....

Correo electrónico.....

Ubicación.....

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

7. ¿Tienen algún objetivo en este campo para el 2020?
8. ¿A quién reporta sus actividades?
9. ¿Mantiene reuniones con los involucrados (productores, compradores, otros)?
10. ¿Cada qué tiempo se reúne con ellos?

Anexo 128

Guía de preguntas para entrevista N°4

ENTREVISTA PARA INSTITUCIONES DE APOYO

Nombre de la institución.....

Dirección.....

Representante.....

Cargo.....

Teléfono:.....

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

- 11-15 años
- 16- 20 años

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

- Productividad
- Calidad
- Reconocimiento
- Tecnificación y capacitación

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

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

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

16. ¿Qué potencialidades identifica en el sector cafetalero?

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

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

*Anexo 129**Tabla 141 Base de datos de caficultores encuestados*

N°	PARROQUIA	NOMBRE	MODALIDAD DE TRABAJO
1	VILCABAMBA	VICTORIA PICOÍTA MENDOZA	ASOCIATIVA
2	VILCABAMBA	DANIEL CASTILLO	ASOCIATIVA
3	QUINARA	NIXON GAONA	TRADICIONAL
4	YANGANA	CARMITA ÑIGUEZ	ASOCIATIVA
5	VILCABAMBA	ROSA ELENA GUAMÁN	TRADICIONAL
6	MALACATOS	JOSÉ MERINO	TRADICIONAL
7	MALACATOS	SEGUNDO BOLIVAR ROMERO OJEDA	TRADICIONAL
8	YANGANA	LORENA ALEXANDRA LUDEÑA BERMEO	TRADICIONAL
9	VILCABAMBA	TEODORO ALBOLEDA	TRADICIONAL
10	SAN PEDRO DE VILCABAMBA	CHARLES LUDEÑA	TRADICIONAL
11	MALACATOS	RAMIRO PAUTA	TRADICIONAL
12	MALACATOS	CARLOS UCHUARI	TRADICIONAL
13	MALACATOS	LUIS RUALES	TRADICIONAL
14	MALACATOS	LUZ MARÍA OCHOA OCHOA	TRADICIONAL
15	MALACATOS	LEONOR MARÍA CUENCA	TRADICIONAL
16	MALACATOS	ISMAEL DE JESÚS GARCÍA NUÑEZ	TRADICIONAL
17	MALACATOS	MIGUEL RUALES	TRADICIONAL
18	MALACATOS	AMADA DEL ROCÍO GUAMÁN	TRADICIONAL
19	MALACATOS	CARLOS BENIGNO CAIGUA RUALES	ASOCIATIVA
20	VILCABAMBA	RODRIGO GUERRERO	TRADICIONAL
21	VILCABAMBA	LASTERIO SANTÍN SOLORSANO	TRADICIONAL
22	VILCABAMBA	EUGENIO TORRES RODRÍGUEZ	TRADICIONAL
23	VILCABAMBA	LUIS CAMACHO RUIZ	TRADICIONAL
24	VILCABAMBA	ÁNGEL FERNANDO RENTERÍA JARAMILLO	TRADICIONAL
25	YANGANA	AUGUSTO PADILLA	TRADICIONAL
26	SAN PEDRO DE VILCABAMBA	MARINA CABRERA	TRADICIONAL
27	VILCABAMBA	DIEGO MAURICIO CUMBICUS MACAS	TRADICIONAL
28	VILCABAMBA	DANIEL CASTILLO	ASOCIATIVA
29	SAN PEDRO DE VILCABAMBA	JOSÉ MIGUEL JARA MOSQUERA	ASOCIATIVA
30	MALACATOS	AUGUSTO PATIÑO	ASOCIATIVA
31	SAN PEDRO DE VILCABAMBA	CELIDONIO	ASOCIATIVA
32	MALACATOS	ÁNGEL BUENO ÓRTIZ	ASOCIATIVA
33	YANGANA	WILSON MENDOZA	ASOCIATIVA
34	SAN PEDRO DE VILCABAMBA	LUIS ENRIQUE ERAZO	ASOCIATIVA
35	YANGANA	MANUEL ORTIZ ARMIJOS	ASOCIATIVA
36	MALACATOS	MARÍA ROSARIO ARIAS	TRADICIONAL
37	MALACATOS	CAMILO SALINAS	ASOCIATIVA
38	SAN PEDRO DE VILCABAMBA	GABRIEL TORRES MEDINA	ASOCIATIVA

39	SAN PEDRO DE VILCABAMBA	JOSÉ MIGUEL MOSQUERA ROMO	ASOCIATIVA
40	MALACATOS	FULVIO SALINAS	ASOCIATIVA
41	VILCABAMBA	MARÍA JOSEFA QUEZADA PICOÍTA	ASOCIATIVA
42	YANGANA	JOSÉ RUALES	ASOCIATIVA
43	MALACATOS	ÁNGEL HORACIO REYES CUEVA	TRADICIONAL
44	MALACATOS	LIGIA TAPIA	TRADICIONAL
45	MALACATOS	MARÍA PATIÑO	TRADICIONAL
46	MALACATOS	TERESA CAPA	TRADICIONAL
47	MALACATOS	ESPERANZA CAPA	TRADICIONAL

FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja

ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Anexo 130
FOTOGRAFÍAS

Figura 72 Aplicación de encuestas a productores en la parroquia Vilcabamba



FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja, 2019
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 73 Aplicación de encuestas a productores en la parroquia Malacatos



FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja, 2019
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 74 Aplicación de encuestas a transformadores artesanales en la parroquia Malacatos



FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja, 2019
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 75 Equipo de trabajo- Vilcabamba 2019-2020



FUENTE: Cantón Loja, 2019
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 76 Aplicación de encuestas a productores en la parroquia San Pedro de Vilcabamba



FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja, 2019
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 77 Entrevista aplicada al Sr. Edy Aguilar director de La Fundación Colinas Verdes.



FUENTE: Entrevista en el cantón Loja, 2019
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 78 Aplicación de encuestas a productores en la parroquia Yangana



FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja, 2019
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

Figura 79 Aplicación de encuestas a productores en la parroquia Quinara



FUENTE: Encuesta realizada a productores del cantón Loja, 2019
ELABORADO POR: Anarella Yumabell Rodríguez Chamba

ÍNDICE

AUTORÍA.....	ii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
a. Título.....	1
b. Resumen.....	2
c. Introducción	4
d. Revisión de literatura	6
1. Marco referencial	6
1.1. El café a nivel mundial.....	6
1.2. El café en el Ecuador.....	10
1.3. Café en la zona 7	11
2. Marco teórico	14
2.1. El café.....	14
2.1.1. Historia del café en el Ecuador.	14
2.1.2. Producción del café	16
2.1.3. Procesamiento del café.....	17
2.1.4. Subvariedades de café	19
2.1.5. Principales defectos físicos del café.....	20
2.1.6. Clasificación del café arábigo:	21
2.1.7. Certificaciones internacionales	23
2.2. Cadena de valor.....	26
2.2.1. Elementos de la cadena de valor.	27
2.2.1.1. Las actividades primarias.....	28
2.2.1.2. Las actividades de soporte.....	28
2.2.2. Ciclo de desarrollo de la cadena de Valor.....	31
2.2.3. Mapeo de la cadena de Valor	33
2.2.4. Actores involucrados en la cadena de valor	34
2.2.5. Análisis de una cadena de valor	35
2.3. Modalidades de organización.....	38
2.3.1. Modalidad tradicional.	38
2.3.2. Modalidad asociativa.....	39

2.4. Área de estudio.....	42
3. Marco conceptual	45
e. Materiales y métodos	49
Materiales.....	49
Métodos.....	49
f. Resultados	53
g. Discusión.....	103
h. Conclusiones.....	107
i. Recomendaciones	110
j. Bibliografía	112
k. Anexos	121

Índice de tablas

Tabla 1 Características óptimas para el desarrollo de un cafetal	15
Tabla 2 Principales defectos físicos del café	20
Tabla 3 Lineamientos metodológicos revisados para el desarrollo de la cadena de valor.....	37
Tabla 4 Tabla comparativa entre enfoque tradicional y la cadena de valor.....	41
Tabla 5 Materiales.....	49
Tabla 6 Actores de encuestados	51
Tabla 7 Simbología de ValueLinks para mapeo de la CV.....	52
Tabla 8 Actores de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional	53
Tabla 9 Actores de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa	56
Tabla 10 Caracterización de los Proveedores en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional.	60
Tabla 11 Caracterización del productor en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional.	62
Tabla 12 Caracterización de los acopiadores en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional.	65
Tabla 13 Caracterización de los transformadores en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional	67
Tabla 14 Caracterización de los comercializadores en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional.	69
Tabla 15 Datos generales	74
Tabla 16 Caracterización de los proveedores en la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.....	75

Tabla 17 Caracterización del productor en la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.	77
Tabla 18 Caracterización del acopiador en la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.....	78
Tabla 19 Caracterización del transformador de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.....	80
Tabla 20 Caracterización del comercializador de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.....	81
Tabla 23 Tabla comparativa del productor de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.	89
Tabla 24 Tabla comparativa del proveedor de maquinaria de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.....	91
Tabla 25 Tabla comparativa del proveedor de insumos de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.....	92
Tabla 26 Tabla comparativa del productor de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.	93
Tabla 27 Tabla comparativa del acopiador de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.	95
Tabla 28 Tabla comparativa del transformador de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.	98
Tabla 29 Tabla comparativa del comercializador de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional y asociativa.	100
Tabla 30 Información de proveedores de semilla	150

Tabla 31 Meses de mayor venta.....	150
Tabla 32 Garantías dadas al cliente.....	150
Tabla 33 El precio se establece en base ha:	151
Tabla 34 Subvariedades arábicas que más vende y precio promedio.....	151
Tabla 35 Tipo de información que le brinda al cliente.	151
Tabla 36 Información de proveedores de insumos	152
Tabla 37 Meses de mayor venta.....	152
Tabla 38 Insumos agroquímicos de venta.....	152
Tabla 39 Maquinaria	153
Tabla 40 Modalidad de trabajo	154
Tabla 41 Modalidad de trabajo, Productor tradicional	155
Tabla 42 Parroquias productoras de café en el Cantón Loja.....	155
Tabla 43 Género del caficultor.....	156
Tabla 44 Género del caficultor, Productor tradicional.....	156
Tabla 45 Nivel de educación.....	157
Tabla 46 Nivel de educación, Productor tradicional.....	158
Tabla 47 Edad promedio y años como caficultor.	159
Tabla 48 Edad promedio y años como caficultor, Productor tradicional.....	159
Tabla 49 Dimensión del terreno y de hectáreas destinadas al café.....	160
Tabla 50 Dimensión del terreno y de hectáreas destinadas al café, Productor tradicional.	160
Tabla 51 Número de plantas por hectárea.....	161
Tabla 52 Cadena de valor tradicional, número de plantas por hectárea	161
Tabla 53 Predominancia de cultivo.....	162

Tabla 54 Servicios básicos en la finca	163
Tabla 55 Monto de inversión anual.....	164
Tabla 56 Monto de inversión anual, Productor tradicional.....	164
Tabla 57 Origen Capital.....	165
Tabla 58 Capacitación.....	166
Tabla 59 Capacitación, Productor tradicional.....	166
Tabla 60 Tema de capacitación.....	167
Tabla 61 Material vegetativo	168
Tabla 62 Subvariedad (Arábiga) usada.....	169
Tabla 63 Subvariedad (Arábiga) usada, Productor tradicional.....	170
Tabla 64 Precio Kg. Semilla	171
Tabla 65 Precio promedio de cada plántula	172
Tabla 66 Medio de obtención de material vegetativo	173
Tabla 67 Forma de acuerdo contractual con los proveedores de materia prima vegetativa.	174
Tabla 68 Tipo de cultivo	175
Tabla 69 Tipo de cultivo, Productor tradicional	175
Tabla 70 Uso de insumos	176
Tabla 71 Tipo de insumo	177
Tabla 72 Precio de insumos	178
Tabla 73 Edad de la plantación de café.....	179
Tabla 74 Edad de la plantación de café, Productor tradicional.....	179
Tabla 75 Renovación del cultivo	180
Tabla 76 Rendimiento quintales por hectárea.....	181

Tabla 77 Rendimiento quintales por hectárea, Productor tradicional	181
Tabla 78 Condiciones de cultivo.....	182
Tabla 79 Condiciones de cultivo, Productor tradicional.....	182
Tabla 80 Trabajadores.....	183
Tabla 81 Modalidad de trabajo (obreros).....	184
Tabla 82 Beneficios para el trabajador.	185
Tabla 83 Realiza algún tipo de control a la plantación.	186
Tabla 84 Encargado del control.	187
Tabla 85 Registro de los controles aplicados.....	189
Tabla 86 Maquinaria que posee	190
Tabla 87 Años de uso de la maquinaria	191
Tabla 88 Estado en que vende el café.....	192
Tabla 89 Estado en que vende el café, Productor tradicional.	193
Tabla 90 Relación con:	194
Tabla 91 Productor tradicional, Relación con:.....	194
Tabla 92 Tiene marca de café.	195
Tabla 93 Tiene marca de café, Productor tradicional.	195
Tabla 94 La marca tiene permisos de comercialización.	196
Tabla 95 Precio del café según el estado en que se encuentra.....	197
Tabla 96 Precio del quintal de café según el estado en que se encuentra, Productor tradicional.	197
Tabla 97 Forma de acuerdo contractual entre la asociación y los productores.....	198
Tabla 98 Forma de acuerdo contractual con los compradores modalidad tradicional.	198

Tabla 99 Destino del café.....	199
Tabla 100 Destino del café, Productor independiente	199
Tabla 101 Destino del café según el estado en que se encuentra.....	200
Tabla 102 Forma de pago.....	201
Tabla 103 Posee algún tipo de certificación.	202
Tabla 104 Bajo que exigencias vende su producto.....	203
Tabla 105 Recibe ayuda de otras instituciones.....	204
Tabla 106 Instituciones de las que recibió ayuda y tipo de ayuda.....	205
Tabla 107 Problemas como caficultor.....	206
Tabla 108 Prácticas de cuidado del medio ambiente.....	207
Tabla 109 Tiene seguro del IESS.....	208
Tabla 110 Tipo de seguro.....	209
Tabla 111 Ubicación de los centros de acopio y nombre del propietario.....	210
Tabla 112 Procedencia del café.....	210
Tabla 113 Estado en que compra el café.....	210
Tabla 114 Forma de trabajo.....	211
Tabla 115 Destino del café.....	211
Tabla 116 Tipo de acuerdo con los compradores.....	211
Tabla 117 Precio promedio y estado en que lo compra.....	211
Tabla 118 Dificultades como acopiador.....	212
Tabla 119 Ubicación de las empresas transformadoras según la parroquia.....	213
Tabla 120 Tipo de transformador.....	213
Tabla 121 Tiene marca propia con registro sanitario.....	213

Tabla 122 Propietario y nombre de la marca.	213
Tabla 123 Número de quintales que transforma al año.	214
Tabla 124 De donde obtiene la materia prima.	214
Tabla 125 Transformador Industrializado, tiene registro en el que consta a quien le compra la materia prima.	214
Tabla 126 Transformador Industrializado, Emite facturas al adquirir el café.	214
Tabla 127 Tiene un registro de compra del café.	215
Tabla 128 Transformador industrializado, forma de acuerdo con acopiadores.	215
Tabla 129 Exigencias de calidad al adquirir el café.	215
Tabla 130 Precio de venta de la libra (450 gr.)	215
Tabla 131 Costo del proceso de tostado y molido	216
Tabla 132 Maquinaria que posee.	216
Tabla 133 Línea de productos que posee.	216
Tabla 134 Posee documentos de:	216
Tabla 135 Exigencias del cliente.	217
Tabla 136 Problemas de calidad.	217
Tabla 137 Dificultades como transformador.	217
Tabla 138 Proyecciones para este año.	217
Tabla 139 Ciudades a las que envía el café.	218
Tabla 140 Con que actores de la cadena se relaciona.	218
Tabla 141 cuenta con:	218
Tabla 142 Se considera:	218
Tabla 143 Base de datos de caficultores encuestados.	248

Índice de anexos

Anexo 1	121
Anexo 2	150
Anexo 3	150
Anexo 4	150
Anexo 5	151
Anexo 6	151
Anexo 7	151
Anexo 8	152
Anexo 9	152
Anexo 10	152
Anexo 11	153
Anexo 12	154
Anexo 13	155
Anexo 14	155
Anexo 15	156
Anexo 16	156
Anexo 17	157
Anexo 18	158
Anexo 19	159
Anexo 20	159
Anexo 21	160
Anexo 22	160

Апехо 23	161
Апехо 24	161
Апехо 25	162
Апехо 26	163
Апехо 27	164
Апехо 28	164
Апехо 29	165
Апехо 30	166
Апехо 31	166
Апехо 32	167
Апехо 33	168
Апехо 34	169
Апехо 35	170
Апехо 36	171
Апехо 37	172
Апехо 38	173
Апехо 39	174
Апехо 40	175
Апехо 41	175
Апехо 42	176
Апехо 43	177
Апехо 44	178
Апехо 45	179

Anexo 46	179
Anexo 47	180
Anexo 48	181
Anexo 49	181
Anexo 50	182
Anexo 51	182
Anexo 52	183
Anexo 53	184
Anexo 54	185
Anexo 55	186
Anexo 56	187
Anexo 57	189
Anexo 58	190
Anexo 59	191
Anexo 60	192
Anexo 61	193
Anexo 62	194
Anexo 63	194
Anexo 64	195
Anexo 65	195
Anexo 66	196
Anexo 67	197
Anexo 68	197

Апехо 69	198
Апехо 70	198
Апехо 71	199
Апехо 72	199
Апехо 73	200
Апехо 74	201
Апехо 75	202
Апехо 76	203
Апехо 77	204
Апехо 78	205
Апехо 79	206
Апехо 80	207
Апехо 81	208
Апехо 82	209
Апехо 83	210
Апехо 84	210
Апехо 85	210
Апехо 86	211
Апехо 87	211
Апехо 88	211
Апехо 89	211
Апехо 90	212
Апехо 91	213

Апexo 92	213
Апexo 93	213
Апexo 94	213
Апexo 95	214
Апexo 96	214
Апexo 97	214
Апexo 98	214
Апexo 99	215
Апexo 100	215
Апexo 101	215
Апexo 102	215
Апexo 103	216
Апexo 104	216
Апexo 105	216
Апexo 106	216
Апexo 107	217
Апexo 108	217
Апexo 109	217
Апexo 110	217
Апexo 111	218
Апexo 112	218
Апexo 113	218
Апexo 114	218

Anexo 115	219
Anexo 116	220
Anexo 117	222
Anexo 118	223
Anexo 119	229
Anexo 120	230
Anexo 121	233
Anexo 122	237
Anexo 123	239
Anexo 124	242
Anexo 125	244
Anexo 126	245
Anexo 127	245
Anexo 128	246
Anexo 129	248
Anexo 130	250

Índice de figuras

Figura 1 Mapeo del Sector Cafetalero de Nicaragua, Destacando La Cadena de Valor En su Contexto Institucional y Empresarial más Amplio.	7
Figura 2 Estructura de la cadena de valor del café en Honduras.	8
Figura 3 Cadena de Producción del Café Ecuatoriano.	9
Figura 4 Sello BPA	23

Figura 5 Sello Fairtrade	23
Figura 6 RAINFOREST	24
Figura 7 Sello UTZ.....	24
Figura 8 Sello USDA.....	25
Figura 9 Sello Agricultura Ecológico	25
Figura 10 Sello SPP.....	25
Figura 11 Cadena de valor genérica.	27
Figura 12 Marco de las Cadenas de Valor Alimentarias Sostenibles.....	30
Figura 13 Mapa político del Ecuador	43
Figura 14 Mapa político del cantón Loja.....	44
Figura 15 Funciones básicas de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional en el cantón Loja.....	55
Figura 16 Funciones básicas de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa APECAEL en el cantón Loja.....	58
Figura 17 Mapeo de la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional.....	83
Figura 18 Mapeo de la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa.	84
Figura 19 Mapeo de costos en la cadena de valor del café bajo la modalidad tradicional, cantón Loja	86
Figura 20 Mapeo de costos en la cadena de valor del café bajo la modalidad asociativa, cantón Loja	88
Figura 21 Modalidad de trabajo.....	154
Figura 22 Parroquias productoras de café en el Cantón Loja	155
Figura 23 Género del caficultor.	156

Figura 24 Nivel de educación.	157
Figura 25 Edad promedio y años como caficultor.	159
Figura 26 Dimensión del terreno y de hectáreas destinadas al café.	160
Figura 27 Número de plantas por hectárea.	161
Figura 28 Predominancia de cultivo.	162
Figura 29 Servicios básicos en la finca.	163
Figura 30 Monto de inversión anual.	164
Figura 31 Origen Capital.	165
Figura 32 Capacitación.	166
Figura 33 Tema de capacitación.	167
Figura 34 Material vegetativo.	168
Figura 35 Subvariedad (Arábica) usada.	169
Figura 36 Precio Kg. Semilla.	171
Figura 37 Precio promedio de cada plántula	172
Figura 38 Medio de obtención de material vegetativo.	173
Figura 39 Forma de acuerdo contractual con los proveedores de materia prima vegetativa.....	174
Figura 40 Tipo de cultivo.	175
Figura 41 Uso de insumos.	176
Figura 42 Tipo de insumo.	177
Figura 43 Precio de insumos.	178
Figura 44 Edad de la plantación de café.	179
Figura 45 Renovación del cultivo.	180
Figura 46 Rendimiento quintales por hectárea.	181

Figura 47 Condiciones de cultivo.....	182
Figura 48 Trabajadores	183
Figura 49 Modalidad de trabajo (obreros).....	184
Figura 50 Beneficios para el trabajador.....	185
Figura 51 Realiza algún tipo de control a la plantación.	186
Figura 52 Encargado del control.....	188
Figura 53 Registro de los controles aplicados.	189
Figura 54 Maquinaria que posee.....	190
Figura 55 Años de uso de la maquinaria.....	191
Figura 56 Estado en que vende el café.	192
Figura 57 Relación con:.....	194
Figura 58 Tiene marca de café.....	195
Figura 59 La marca tiene permisos de comercialización.....	196
Figura 60 Precio del café según el estado en que se encuentra.	197
Figura 61 Destino del café.....	199
Figura 62 Destino del café según el estado en que se encuentra.	200
Figura 63 Forma de pago	201
Figura 64 Posee algún tipo de certificación.....	202
Figura 65 Bajo que exigencias vende su producto.	203
Figura 66 Recibe ayuda de otras instituciones.....	204
Figura 67 Instituciones de las que recibió ayuda y tipo de ayuda.	205
Figura 68 Problemas como caficultor.....	206
Figura 69 Prácticas de cuidado del medio ambiente.....	207

Figura 70 Tiene seguro del IESS.	208
Figura 71 Tipo de seguro.	209
Figura 72 Aplicación de encuestas a productores en la parroquia Vilcabamba	250
Figura 73 Aplicación de encuestas a productores en la parroquia Malacatos	250
Figura 74 Aplicación de encuestas a transformadores artesanales en la parroquia Malacatos..	251
Figura 75 Equipo de trabajo- Vilcabamba 2019-2020.....	251
Figura 76 Aplicación de encuestas a productores en la parroquia San Pedro de Vilcabamba ..	252
Figura 77 Entrevista aplicada al Sr. Edy Aguilar director de La Fundación Colinas Verdes. ..	252
Figura 78 Aplicación de encuestas a productores en la parroquia Yangana	253
Figura 79 Aplicación de encuestas a productores en la parroquia Quinara.....	253