



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

**“CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ
BAJO LA MODALIDAD INDEPENDIENTE Y ASOCIATIVA EN EL
CANTÓN ZARUMA Y PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO, PERIODO
2020-2021”**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

Salomé Nathaly Peralta Apolo

DIRECTOR:

Ing. Juan Encalada Orozco

LOJA-ECUADOR

2021



Loja, 5 de Abril de 2021

Juan Encalada Orozco
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que la tesis titulada: "Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en el Cantón Zaruma y Piñas de la Provincia de El Oro, periodo 2020-2021", realizada por la Srta. Salomé Nathaly Peralta Apolo, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con la normativa establecida en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja en lo pertinente a la graduación; por ello AUTORIZO su presentación para el proceso de graduación.

Es todo cuanto puedo certificar, para los fines académicos.



Firmado digitalmente por:
**JUAN ROMAN
ENCALADA
OROZCO**

Juan Encalada Orozco.

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

AUTORÍA

Yo, **Salomé Nathaly Peralta Apolo**, 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: Salomé Nathaly Peralta Apolo

CÉDULA: 1150160990

FECHA: Loja, 27 de mayo de 2021

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

Yo, Salomé Nathaly Peralta Apolo declaro ser autora de la tesis titulada: **“CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ BAJO LA MODALIDAD INDEPENDIENTE Y ASOCIATIVA EN EL CANTÓN ZARUMA Y PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO, PERIODO 2020-2021”**, 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 27 días del mes de mayo de 2021

AUTORA: Salomé Nathaly Peralta Apolo

CÉDULA: 1150160990

DIRECCIÓN: Teodoro Wolf y Anton Phiplis

CORREO ELECTRÓNICO: saloperalta_12@hotmail.com; salome.peralta@unl.edu.ec

CELULAR: 0999378931

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Juan Encalada Orozco

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL: Ing. Juan Pablo Sempertegui Muñoz

VOCAL DEL TRIBUNAL: Ing. Vanessa Burneo Celi

VOCAL DEL TRIBUNAL: Ing. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez

DEDICATORIA

Quiero Dedicar este trabajo primero a Dios, quien con su infinita bondad y misericordia ha permitido que logre este objetivo tan anhelado de mi formación profesional y por haber puesto en mi camino a personas que con su sabiduría han hecho que este camino sea llevadero y sobre todo ayudarme a sobresalir de las adversidades.

A mis padres por su dedicación, trabajo y esfuerzo que me han guiado, ayudado y apoyado incondicionalmente convirtiéndome en quien soy ahora, por su amor infinito y sus palabras de aliento para llegar a hacer realidad mis objetivos.

Salomé Nathaly Peralta Apolo

AGRADECIMIENTO

Mediante el presente, mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, por brindarme lo necesario, para formarme como profesional, al cuerpo de docentes que hacen parte de esta prestigiosa institución, ya que sin sus enseñanzas esto no sería posible y de manera especial al Ing. Juan Encalada en calidad de director de tesis, por el tiempo brindado, la dedicación y más que toda esa ayuda incondicional para el desarrollo del presente trabajo de tesis y hacer realidad este sueño de ser una profesional.

Finalmente agradezco a las autoridades del cantón Zaruma y Piñas por su colaboración, para que se lleve a cabo esta investigación y demás actores que forman parte de la cadena de valor.

Salomé Nathaly Peralta Apolo

1. Título

“Caracterización de la Cadena de Valor del Café bajo la Modalidad Independiente y Asociativa en el Cantón Zaruma y Piñas, Provincia de El Oro, periodo 2020-2021”

2. Resumen

La presente investigación denominada “Caracterización de la Cadena de Valor del Café bajo la Modalidad Independiente y Asociativa en el Cantón Zaruma y Piñas, provincia de El Oro; periodo 2020 - 2021” tiene como propósito determinar las características de los actores directos que forman parte de la cadena de valor del café en el cantón Zaruma y Piñas y diseñar las estructuras de las cadenas de valor, mismas que están integradas por seis eslabones principales de: Provisión, Producción, Acopio, Transformación, Comercialización y Consumo.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, se utilizó los métodos descriptivo y comparativo, que permitieron identificar y describir los eslabones y actores que integran las cadenas de valor, y técnicas, como la encuesta y la entrevista, que permitieron obtener la información necesaria sobre cada uno de los actores de la cadena de valor. De la misma forma se empleó el muestreo no probabilístico por conveniencia y bola de nieve, permitiendo crear una muestra de acuerdo a la facilidad de acceso y a la disponibilidad de las personas para la aplicación de las encuestas. Se obtuvo los siguientes resultados: Se evidenció que la Cadena de Valor bajo la modalidad asociativa es mucho más favorable, debido a que las instituciones públicas brindan mayor atención en cuanto a la promoción de su café, además facilitan su acceso al mercado debido al volumen de producción que obtienen, ha logrado obtener grandes beneficios, entre ellos, clientes fijos y mejores precios por el café; pero no sucede lo mismo con el productor que trabaja bajo la modalidad independiente, que en este caso su forma de cultivo es totalmente diferente, cuenta con mayor cantidad de terreno y un menor número de plantas sembradas por hectárea, obteniendo un rendimiento muy bajo de café, por lo que la mayor parte de productores no cuentan con ayuda de otras instituciones. Así mismo tanto en la modalidad independiente como asociativa el productor es el actor que crea mayor valor agregado, ya que los procesos de siembra, cosecha y pos cosecha tiene un mayor impacto en lo que es la calidad del café, sin embargo, este actor es el que menos beneficios obtiene.

Summary

This present investigation called "Characterization of the Coffee Value Chain under the Independent and Associative Modality in the Canton Zaruma and Piñas, province of El Oro; period 2020 - 2021" aims to determine the characteristics of the direct actors that are part of the coffee value chain in the canton Zaruma and Piñas and to design the structures of the value chains, which are made up of six main links of: Provision, Production, Collection, Transformation, Marketing and Consumption.

The investigation has a quantitative approach, it used the descriptive and comparative methods, which allowed to identify and describe the links and actors that make up the value chains, and techniques, such as the survey and interview, that allowed to obtain the necessary information about each of the actors of the value chain. In the same way, non-probabilistic sampling for convenience and snowball was used, allowing to create a sample according to the ease of access and availability of people for the application of the surveys. The following results were obtained: It was shown that the Value Chain under the associative modality is much more favorable, because public institutions provide greater attention in terms of the promotion of their coffee, in addition they facilitate their access to the market due to the volume of production they obtain, has managed to obtain great profits among them fixed customers and better prices for coffee; but the same is not true of the producer working under the independent modality, which in this case its form of cultivation is totally different, has more land and fewer planted plants per hectare, obtaining a very low yield of coffee, so most producers do not have the help of other institutions. Likewise, in both the independent and associative modality the producer is the actor that creates the greatest added value, since the planting, harvesting and post-harvest processes have a greater impact on what is the quality of coffee, however, this actor is the one that makes the least profit.

3. 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, en Ecuador existen 22 de 24 provincias que se dedican a la producción de café. La provincia de El Oro produce uno de los mejores cafés a nivel nacional, ocupa el onceavo lugar entre las provincias cafetaleras del país con un rendimiento de 0,22 toneladas por hectárea, así lo estipula el MAG en el informe rendimientos objetivos café grano oro 2019.

Esta investigación beneficiará al sector cafetalero del cantón Zaruma y Piñas, ya que les permitirá conocer su situación actual y la modalidad de trabajo que funciona mejor. Además, la información recopilada también será de ayuda para las instituciones públicas y privadas que estén interesadas en el desarrollo del sector cafetalero para tomar decisiones que permitan un mayor desarrollo del café en el cantón, para de esta manera mejorar la calidad de vida de los productores de 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 referencial en donde se presentan estudios previos y realidades en torno a la cadena de valor del café a nivel local, nacional y mundial y el marco teórico, en el cual se detallan las teorías en las que se basa la investigación; también se presentan los Materiales y Métodos, empleados para el desarrollo de los objetivos planteados, se aplicó los métodos descriptivo y comparativo; luego están los 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 bajo la modalidad independiente como asociativa y describir a sus actores; para finalmente compararlas guiadas por los objetivos específicos planteados; la discusión es en donde se contrasta los resultados obtenidos con investigaciones previas y la realidad del sector; posteriormente las conclusiones y recomendaciones, la 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, donde se encuentran las tablas y graficas de los datos recopilados de las encuestas y las evidencias que se incluye al final del trabajo para la fundamentación de la investigación.

4. Marco Teórico

4.1. MARCO REFERENCIAL

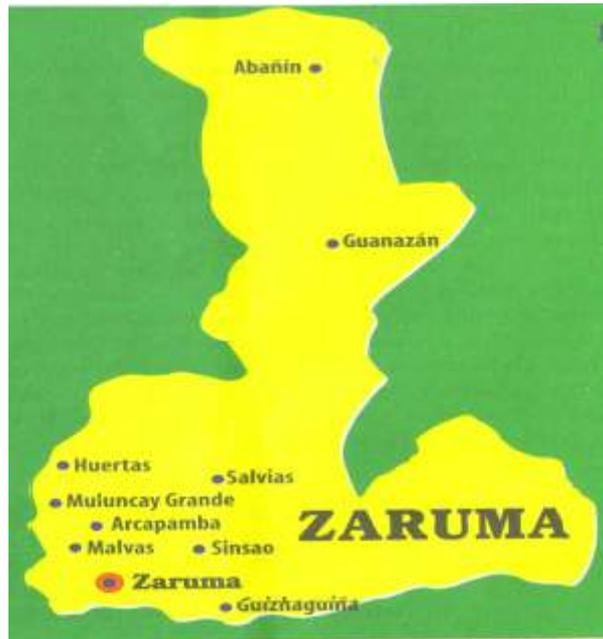
4.1.1. Antecedentes

- Datos del cantón Zaruma

De acuerdo con lo que el GAD Municipal de Zaruma (2019), indica que Zaruma es una entidad territorial subnacional ecuatoriana, cuya cabecera cantonal es la ciudad de Zaruma, su nombre oficial es Villa del Cerro de Oro de San Antonio de Zaruma; es un cantón ubicado en la provincia de El Oro, en el sureste de la República del Ecuador. De acuerdo al censo de población del año 2010 el cantón posee 24.097 habitantes. El cantón Zaruma fue creado el 25 de junio de 1824 mediante la Ley de División Territorial de la Gran Colombia, y perteneció hasta 1882 a la provincia de Loja.

El cantón Zaruma limita al oeste con los cantones Piñas, Atahualpa, Chilla y Pasaje; al norte con la provincia del Azuay; al este con la provincia de Loja; y al sur con los cantones Portovelo y Piñas. Está integrada por una parroquia urbana Zaruma y por nueve parroquias rurales Abañín, Arcapamba, Guanazán, Guizhaguiña, Huertas, Malvas, Muluncay, Sinsao y Salvias.

Ilustración 1 Ubicación geográfica del cantón Zaruma



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (GAD Municipal de Zaruma, 2019)

Zaruma tiene un clima sub-tropical, agradable y temperado, seco de mayo a noviembre y húmedo en la época lluviosa, con bondades turísticas impresionantes. Su temperatura es 22°C promedio durante el día y la noche, lo que la hace acogedora durante todo el año. El clima de Zaruma corresponde al bosque húmedo premontano, con régimen climático templado y con altitudes entre los 600 y 3771 m.s.n.m. Se encontró dos períodos muy marcados de lluvias: el denominado invierno que se prolonga desde enero a abril y el período que va desde mayo a diciembre, que se caracteriza por ausencia de precipitaciones y se conoce como periodo de verano. (GAD Municipal de Zaruma, 2019)

- Datos del cantón Piñas

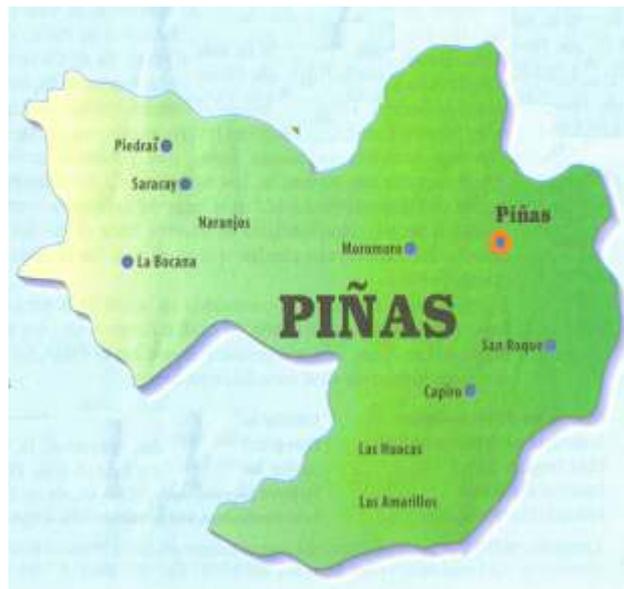
El GAD Municipal de Piñas (2018) indica que la cabecera del cantón es la ciudad de Piñas, comparten el apodo de «La Orquídea de los Andes» debido a la gran variedad de orquídeas silvestres encontradas en esta región del Ecuador meridional. Tiene una población de 25.988 habitantes según el censo del 2010.

Sus actividades son principalmente comerciales y turísticas, posee una reserva ecológica, balnearios, gran diversidad de flora y fauna. Su clima es templado y húmedo, siendo variado: pudiendo en algunas zonas bajas estar despejado y caluroso; más en zonas altas, nublado y fresco; va aproximadamente de los 16 a 32°C con una humedad media de 71,5%; la velocidad del viento promedio es de 5,6 m/s.

Piñas es un cantón de la Provincia de El Oro que se encuentra al suroeste de Ecuador. Limita al norte con los cantones: Atahualpa y Santa Rosa, al sur con la provincia de Loja, al este con los cantones de Zaruma y Portovelo y al oeste con los cantones Balsas, Marcabelí y Arenillas.

Se divide en tres parroquias urbanas y seis rurales. Las parroquias urbanas son: Piñas, La Susaya y Piñas Grande éstas se encuentran muy cercanas a la cabecera cantonal. Las parroquias rurales se encuentran algo más alejadas son: Capiro, La Bocana, Moromoro, Piedras, San Roque y Saracay.

Ilustración 2 Ubicación geográfica del cantón Piñas



Fuente: (GAD Municipal de Piñas, 2018)

4.1.2. Referencias

- **Análisis de la cadena de valor de café para la creación de un sistema integrado de gestión para el procesamiento y comercialización de café verde:**

Según Carvajal (2017) la investigación parte de un análisis del mercado mundial de café que sirve como marco general, para revisar y evaluar hacia donde se está moviendo el mercado, lo que permite concluir la importancia que ha ido adquiriendo la sostenibilidad en el negocio de café. Posteriormente, se revisa la cadena de valor en Colombia desde una perspectiva de desempeño que permite entender que, si bien este no ha sido el mejor en los últimos años, tiene las bases para potencializar la implementación de programas sostenibles en diversos departamentos del país.

Se concluyó que el conjunto de factores geográficos, técnicos, de recurso humano y regulatorios, se debe seguir promoviendo el reconocimiento internacional del café de Colombia por medio de certificaciones sostenibles. Se debe maximizar los excedentes de los caficultores colombianos por medio de obtención de primas y sobre precios para así garantizar el desarrollo y expansión de los cultivos. Consolidar estrategias comerciales que no solo procuren por la sostenibilidad del reconocimiento vía precio de las estrategias de calidad, sino que también afecten en beneficio propio, la redistribución de las rentas que remuneran los recursos involucrados en la cadena de valor de café. Fortalecer el rol de las asociaciones como participantes del mercado para así fomentar la sostenibilidad de la actividad cafetera, no solo desde la perspectiva socio-económica, sino también desde la perspectiva del desarrollo de estrategias comerciales alineadas con las nuevas realidades del contexto internacional.

- **Análisis del cacao y café ecuatoriano desde su cadena de valor en el periodo 2010-2015**

Los autores Barrezueta et al. (2018) indican que el resultado de un análisis de la cadena de valor en el sector agrícola son insumos para formular y establecer políticas de desarrollo rural, más aún cuando la intermediación hace que el flujo de mercancías sea extenso y se producen sobre precios lo que resta competencia y valor a los productos agrícolas. En este contexto la investigación planteó los siguientes objetivos: 1) Determinar características generales del comercio del cacao y café en función de su dinámica de exportación entre el período 2010-2015 y 2) analizar las cadenas de comercialización en su integración vertical y territorial. Para esto, se planteó una investigación de tipo descriptiva teniendo como marco de referencia el período 2010-2015. Para el análisis de las cadenas de valor de cacao y café se elaboró una matriz con una lógica vertical y de alcance territorial. Los resultados indican un incremento de las exportaciones de cacao tanto en grano como en sus derivas, caso contrario a lo que sucedió con el café. El análisis vertical y territorial entre ambas cadenas de valor fueron favorables por sus condiciones climáticas y desfavorables, en aspectos de baja productividad y a largas cadenas de comercialización.

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

Saavedra Gallo (2017) indica que esta investigación tuvo como finalidad, establecer estrategias para el desarrollo sustentable del café robusta (*Coffea canephora*) en la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas a través de la incidencia en la cadena de valor para este tipo de cultivo.

Para ello, se realizó un diagnóstico situacional de las fincas cafetaleras, luego se analizó la cadena de valor del café robusta y finalmente se elaboró una propuesta para el desarrollo de los

productores bajo un enfoque sustentable. La metodología fue de tipo no experimental, utilizando los métodos deductivo, inductivo y analítico. El diagnóstico identificó bajos rendimientos del cultivo, bajos ingresos económicos, condiciones de vida no favorables y falta de conciencia ambiental en los productores.

La cadena de valor mostró el bajo porcentaje de participación del productor en los 7 canales de comercialización identificados. Se proponen 9 indicadores económicos, 7 indicadores sociales, 6 indicadores ambientales y 12 indicadores técnico productivos como base para futuros seguimientos de esta actividad agrícola. El plan para el desarrollo sustentable tiene 30 estrategias que permitirán mejorar las condiciones económicas, sociales, ambientales y técnico-productivas en la zona. Se aceptó la hipótesis alterna: Los eslabones en la cadena de valor si inciden en el desarrollo sustentable del cultivo de café robusta (*Coffea canephora*). Se recomienda la asociatividad de los agricultores para comercializar el café robusta directamente con la industria nacional.

- **“Análisis Sectorial del Café en la Zona 7 del Ecuador”**

Cumbicus y Jiménez (2012) indican que la investigación se concentra en un análisis del comportamiento del café en la Zona 7 del Ecuador (El Oro, Loja y Zamora Chinchipe), utilizando para su estudio una muestra de 324 caficultores. Esta zona ubicada al sur del país, presenta condiciones agroecológicas y geográficas aptas para producir café de calidad; el 96% del cultivo es café arábigo; el 71% de caficultores sobrepasan los 45 años/edad; prevalecen productores que en promedio tienen de 1 a 2 hectáreas; existe una superficie cafetalera de 45.425 hectáreas y una producción estimada de 115.000 quintales/año, la producción de café orgánico creció en un 80% en el 2011; la zona representa el 0,53% de las exportaciones nacionales de café; los problemas que enfrenta son: falta de infraestructura para beneficio del café, debilidad gremial, falta de financiamiento (63%), frecuentes cambios climáticos,

inestabilidad de precios, entre otros; como la demanda supera la oferta, la industria cafetalera ecuatoriana se ha visto obligada a importar materia prima para suplir sus necesidades. Por tanto, el sector cafetalero de esta zona se ve reflejado en un bajo rendimiento de 7 quintales/hectárea.

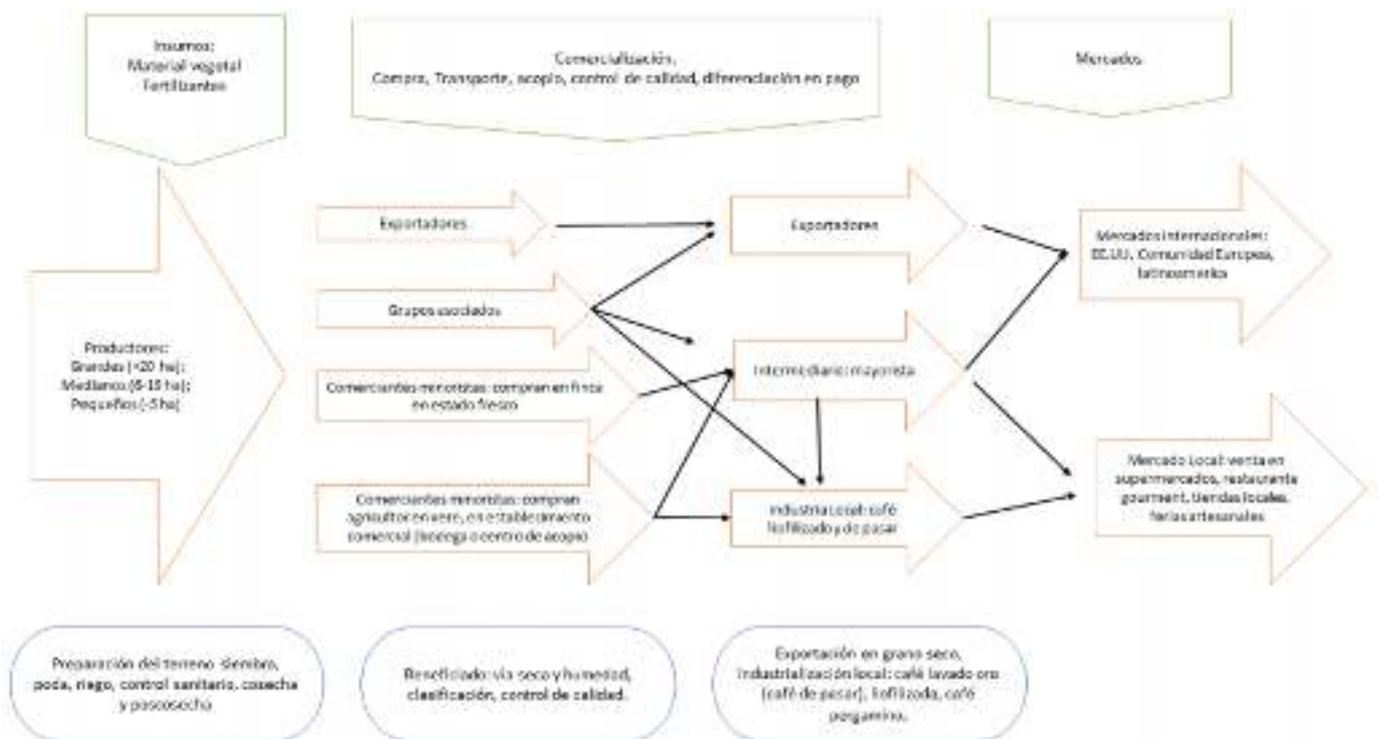
- **Diagnóstico y análisis de la cadena de valor del café ecuatoriano durante el periodo: 2010-2015**

González Méndez (2018) explica que esta investigación tuvo como objetivo general estudiar el perfil de la cadena de valor del café (*Coffea arábica* L.) a nivel nacional, cuantificar su tendencia de exportación y proponer estrategias de desarrollo por eslabones y como objetivos específicos: caracterizar la producción del café en función de su dinámica de exportación del periodo 2010-2015, identificar los principales eslabones en la cadena de productiva del café en el Ecuador y proponer estrategias específicas para el café en la provincia El Oro.

Obtuvo los siguientes resultados: la producción de café mantuvo una tasa de crecimiento inferior al 0,1% durante el periodo en estudio; los principales países importadores de café ecuatoriano son Colombia, Alemania, Polonia y Rusia; y la cadena de valor del café ecuatoriano está integrada por 3 eslabones.

En el primer eslabón de la cadena de valor del café ecuatoriano que desarrolló se encuentran los proveedores de insumos (fertilizantes, viveros, etc) y los productores. El segundo eslabón es el más largo y de mayor importancia para la calidad del producto, en esta sección se conforman dos sub-eslabones uno de minorista y de comercio informal y el segundo de exportación directa e industria local del café. El tercer eslabón son los mercados internacionales y local.

Ilustración 3 Cadena de valor del café Ecuatoriano



Fuente: Diagnóstico y Análisis de la Cadena de Valor del Café Ecuatoriano (González Méndez, 2018)

4.2. MARCO TEÓRICO

4.2.1. El café

4.2.1.1. Historia

El primer registro histórico del café se sitúa en la región Etíope de Kaffa en el siglo X d.C donde se le asignaba a la planta con propiedades curativas por su capacidad estimulante, pero los primeros en extraer los granos de café fueron los árabes, a raíz de ellos existen varias leyendas sobre el cultivo y la costumbre de tomar café. (Cortijo, 2017, pág. 4)

Pero no es a partir del siglo XVI, que el café se introduce a Europa, a través de vendedores venecianos y debido a sus efectos y gustos exóticos la bebida se popularizó de manera rápida. Los establecimientos de café se multiplicaron por todos lados de Europa, especialmente en Italia, Holanda, Francia y Alemania y con ello el café se fue expandiendo a continentes con climas propicios para la proliferación de las plantaciones, llegando así a Zonas de América

Central, Suramérica y África quienes comenzaron a desarrollar grandes plantaciones de café. (Cortijo, 2017)

Actualmente países como Brasil, Colombia, Venezuela, Jamaica, Vietnam, Uganda, Kenia o Angola se han convertido en importantes zonas de producción, convirtiendo al café en el producto de mayor facturación en el mundo después del petróleo y el café verde tercero después del acero a nivel mundial; este cultivo posiblemente llegó a Ecuador en 1832 proveniente de Colombia. (Cortijo, 2017)

Akaki y Echánove (2006) Indican 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.

Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) (2019) “la planta que produce el café se llama cafeto, se trata de un arbusto de la familia de las rubiáceas. Esta familia está formada por 500 géneros y más de 6000 especies”. El género Coffea es el de mayor importancia económica y está conformado por 103 especies; su tamaño varía, pueden ser desde pequeños arbustos hasta árboles de gran tamaño y su madera es dura.

4.2.1.2. *Producción de café*

Newsletter Fórum (2019) indica que el café es de gran importancia en los campos económico, social y ambiental. Económicamente es fuente de divisas del país y los ingresos para productores y otros actores de la cadena productiva, según las estadísticas (MAGAP) los ingresos de café en el 2015 fueron de US \$ 145.354.370,31. En el ámbito social, el café

involucra a casi todas las razas, como por ejemplo Kichwas, Shuaras y Tsáchilas. Respecto a lo ambiental, el café se cultiva básicamente en sistemas agroforestales y favorece a la conservación de los recursos naturales.

Santistevan et al (2014) dan a conocer que en el Ecuador “el café es un cultivo de gran importancia económica, ya que cuenta con 199. 215 hectáreas cultivadas, el 68% de esta área corresponde a la especie Coffea arábica y el 32% a Coffea canephora”. El cultivo de café está distribuido en 22 de las 24 provincias del país, el Coffea arábica es considerado el de mejor calidad y por ende es el que se cultiva más en el Ecuador.

En Ecuador de acuerdo a datos estadísticos establecidos en el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) (2019), “el café tuvo un rendimiento de (0.30 t/ha), distribuido en provincias como: Morona Santiago (1.22 t/ha.), Galápagos (0.98 t/ha.), Pichincha (0.66 t/ha.), Zamora Chinchipe (0.57 t/ha.), Loja (0.24 t/ha.), El Oro (0.22 t/ha.)”

Respecto a los principales problemas que enfrentaron los cafeteros según el Banco Central del Ecuador (2019), menciona los siguientes: “clima desfavorable, exceso de lluvias inundaciones, bajo precio de venta del producto, alto costo de la mano de obra, falta de asistencia técnica, escasez de mano de obra, falta de vías de comunicación, así como el contrabando desde Perú”

Según Karla Pesantes (2019), a través del periódico digital Primicias, “el precio internacional del saco de café especial está decreciendo en los últimos 10 años. La recomendación a los productores locales es optar por un tipo específico de grano que se vende entre 200 y 250 dólares el quintal”.

Además, Pesantes (2019) menciona que las plantaciones de café, en especial las de variedad Arábica, crecen en una docena de países cercanos a la línea Ecuatorial, en donde Brasil es el

productor líder en el mundo, seguido por Vietnam, Colombia e Indonesia. Solo Brasil produjo, según la información de la Organización Internacional de Café, más de 3 mil millones de kilogramos de granos de café, en 2018.

4.2.1.3. *Café en El Oro*

Como lo mencionan Pizarro et al. (2016) la superficie cafetalera en El Oro hasta el 2010 fue de 9,730 hectáreas concentradas en los cantones de Las Lajas, Balsas, Zaruma, Piñas, Atahualpa, Marcabelí y Portovelo la especie arábica la más utilizada. A nivel nacional la colaboración de la provincia representa el 4,40% de la superficie sembrada. El nivel de producción a nivel nacional es irregular, en la provincia de El Oro, “la producción ha ido disminuyendo de manera constante; en comparación con el año 2016, la producción llegó a los 133 sacos de 60 kg, en cambio la producción en el 2010 fue de aproximadamente 35.183 sacos”.

Matute et al. (2017) señalan que la estructura organizativa de los productores de café en El Oro está conformada por las asociaciones: APALBO, ACOLL, APROCEL, APECAM, CURTINCAPAC, Fe y Esperanza, San Martín, San Antonio de Zaruma, Las Caleras, Los Amarillos, Lourdes, Lindo Guayabito, Monseñor Manuel Ignacio Romero, Centro Agrícola de Piñas, El Mirador, Mochata Curitejo, Represa Tahuin, El Limón-Miraflores. (págs. 79 - 80)

4.2.1.4. *Variedades de café*

IICA (2019) Manifiesta que hay dos principales especies de café:

- *Coffea arábica*: Es la especie más cultivada a nivel mundial, es originaria de las elevaciones de entre 1350 y 2000 msnm en Etiopía. Se caracteriza por ser un arbusto pequeño.
- *Coffea canephora* o cafeto robusto: Es nativa de los bosques ecuatoriales de África, en elevaciones desde el nivel del mar hasta los 1000 metros de altura aproximadamente,

se caracteriza por ser un árbol o arbusto vigoroso, con una copa amplia, grandes hojas y gran capacidad productiva.

Según la Asociación Nacional de Café (Anacafé) (2019) dentro de la especie Arábica destacan las siguientes variedades:

- **Caturra:** tiene una altura promedio de 1,80 metros, fue descubierta en Brasil a principios del siglo XX y es una mutación de la variedad Bourbon. Tiene un eje principal grueso y entrenudos cortados, sus hojas son grandes, anchas, con forma de la punta de una lanza, de color verde y textura un poco ancha. Sus frutos pueden ser de dos colores, rojo y amarillo. Tiene una alta capacidad de producción, ya que en condiciones óptimas podría dar un promedio de 64 quintales por hectárea de café pergamino. Se adapta mejor entre los 600 y los 1.300 m.s.n.m. y tiene gran tolerancia a la sequía, viento y a la exposición del sol.
- **Catuaí:** es el resultado del cruzamiento artificial entre dos variedades, la Mundo Novo y la Caturra. Se adapta muy bien entre los 600 y los 1.675 m.s.n.m. Tiene una altura promedio de 2.25 metros, las hojas son de color verde. Sus frutos pueden ser de color rojo y color amarillo y en condiciones adecuadas de clima y suelo podría llegar a producir 79 quintales por hectárea de café pergamino. Requiere de un buen manejo de las actividades agrícolas, especialmente en lo que se refiere nutrición y control de roya. Además produce una bebida de excelente calidad.
- **Pache Común:** Es una mutación de la variedad típica, tiene una altura promedio de 1.80 metros. La planta tiene una copa bastante plana y hojas verdes, de consistencia áspera y forma elíptica. Se adapta mejor entre los 1.200 y los 1.900 m.s.n.m. Puede producir un promedio de 50 quintales de café pergamino por hectárea. La variedad Villalobos tiene características similares, ya que también es una mutación de la variedad típica.

- **Catimor:** esta variedad es muy productiva y requiere de un gran manejo agronómico, especialmente de nutrición. Puede llegar a producir de 50 a 70 quintales de café pergamino por 20 hectáreas y se adapta mejor entre los 800 y los 1.400 metros sobre el nivel del mar. El grano que da esta variedad es de color rojo, de tamaño grande, alargado y ancho.
- **Sachimor:** es un cruce del híbrido entre el Timor y plantas de la variedad Villa Sarchí. Se le da este nombre a las plantas de café cuando se desconoce su procedencia. Tiene un porte bajo, brotes de color verde o bronce, es de alta producción y se adapta mejor en zonas de baja y mediana altitud.
- **Típica:** esta variedad tiene una importancia histórica, ya que fue la base del desarrollo de la caficultura en América, es originaria de Etiopía. Puede alcanzar los 4 metros de altura, su fruto es alargado, grande, de coloración vinosa cuando maduran. Se adapta mejor entre los 1.300 y los 1.800 m.s.n.m. Es de baja producción y susceptible a la roya, sin embargo, este café es muy reconocido por su excelente calidad de taza.
- **Bourbón:** su fruto es alargado, grande, de color vinoso. Se adapta mejor entre los 1.300 y los 1.800 m.s.n.m. Es de baja productividad, pero tiene una excelente calidad de taza. Su fruto es de color rojo, más pequeño y corto que el de la variedad Típica. Es susceptible a la roya y a los vientos fuertes, debido a que puede alcanzar los 3 metros de altura.
- **Mundo Novo:** es originaria de Brasil y es el resultado del cruce entre las variedades Típica y Bourbón. Puede alcanzar los 3 metros de altura, sus frutos son de tamaño mediano, de color rojo o de color amarillo. Se adapta mejor entre los 1.070 y los 1.680 m.s.n.m., es susceptible al ataque de la roya, sin embargo, produce una excelente calidad de taza.

- **Geisha:** es originaria de Geisha, Etiopía. Puede alcanzar los 3 metros de altura, sus hojas son lanceadas, angostas y de color verde. Con un buen manejo agrícola y una adecuada nutrición puede llegar a producir 75 quintales por hectárea. Su fruto es de tamaño mediano a grande, alargado, de color rojo y se adapta mejor en climas fríos, por encima de los 1.400 m.s.n.m. Produce una excelente calidad de taza, por lo que tiene gran demanda en mercados especiales.
- **Catuaí:** es el producto del cruce de las variedades Icatú y Catuaí amarillo. Tiene una resistencia moderada a la roya, por lo que las plantas pueden ser infectadas, pero sin causarles graves daños, por lo que no pierden muchas hojas. Es una planta de vigor, productividad alta, ramificación abundante y sus frutos son de tamaño mediano y de color rojo o amarillo.

4.2.1.5. *Métodos de procesamiento del café*

En la actualidad hay diferentes métodos en los que el café puede ser procesado después de la cosecha, estos procesos dependen de cuestiones ambientales como clima, altura, riego entre otras.

Existen 3 tipos de procesos más comunes para el café: Natural, Lavado y Honey, así lo indica el sitio web Caffe IQ (2018)

- **Proceso Natural**

Este proceso es natural y a la vez el más antiguo, su proceso es sencillo ya que requiere de poca maquinaria.

Este proceso consiste en secar la cereza entera después de haberla cosechado sin quitar la cascara. En primer lugar, se clasifican a mano o por medio de canales de lavado, donde las cerezas defectuosas o verdes flotan (por su baja densidad) y las maduras se van al fondo del

reservorio (debido a su mayor densidad), posterior a eso se tiende las cerezas en patios de secado especializados. A medida que las cerezas se van secando se debe ir removiendo para que se seque todo de igual manera, este proceso dura generalmente 20 días dependiendo de las condiciones climáticas.

- **Proceso Lavado**

Este proceso es húmedo, se requiere cantidades considerables de agua, así como un equipo concreto, en este caso se separa la pulpa de los granos de café. Este método es usado generalmente para los cafés arábica.

Para procesarlo, primero se cosecha las cerezas a mano y se procede a separar la pulpa o cáscara con ayuda de una máquina, luego de eso se coloca los granos de café en tanques de fermentación hasta que el mucílago que recubre el pergamino pierda textura mucosa y adquiera un tacto áspero, este proceso dura entre 12 y 24 horas para que el mucílago pueda ser removido en su totalidad, un café pergamino lavado tiene 12,5% de humedad aproximadamente.

- **Proceso Honey (miel)**

El proceso es similar al del lavado con la diferencia que no se remueve el mucílago, sino que se seca el café con esta sustancia recubriendo aún los granos.

4.2.1.6. Propiedades del café

El Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC, 2017) dan a conocer que los consumidores de café evalúan los atributos sensoriales de la bebida. Estos varían de acuerdo con el origen y los procesos de producción.

Las principales cualidades organolépticas o sensoriales que se evalúan en la bebida de café son:

- **Aroma:** es la primera cualidad que se percibe en la bebida del café al olerlo, un muy buen café presenta aroma intenso. Su intensidad, cualidad y tipo indica la calidad del café, frescura, condiciones de cultivo, beneficio y procesos para la obtención del producto.
- **Cuerpo:** se percibe en la lengua como una mayor o menor concentración. Una buena bebida de café presenta cuerpo completo, moderado y balanceado.
- **Acidez:** es una cualidad propia y positiva de la especie *coffea arábica* beneficiado por la vía húmeda. La acidez es uno de los atributos más deseados y está correlacionada con la temperatura promedio a la que está expuesta el cultivo y la altitud del mismo.
- **Dulzor:** debido a su composición química y suavidad es una cualidad propia del café arábica.
- **Amargor:** es una característica normal del café debida a su composición química. Es deseable en grado moderado en el café.
- **Impresión Global:** se refiere a la calificación general de una bebida de café. Por medio de ésta se acepta o rechaza la calidad del grano. Está relacionada con los aromas percibidos por el sentido del olfato, el cuerpo, el amargo y la acidez, percibidos por el sentido del gusto.

4.2.1.7. *Proceso Productivo*

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (2010) indica cuales son los pasos que se llevan a cabo para el cultivo de café:

1. Germinador: se denomina así a un cuadro que se realiza con madera o ladrillo en donde se siembra la semilla de café en la tierra. La semilla debe estar disponible 8 meses antes de ser trasplantada en el campo, por lo que dos meses corresponden a la etapa de germinador y seis al

almácigo. Para realizar este proceso se necesitan insumos como guadua, madera, tierra, materia organica o pulpa descompuesta, fundas de plástico y materiales para darle sombra al vivero.

2. Almacigo: en esta etapa hay que asegurarse de que las plantas se estén desarrollando adecuadamente y de seleccionar correctamente las plántulas que serán trasplantadas en el campo. Para construirlo se utilizan fundas negras de polietileno, con perforaciones a los lados y al fondo, y de un tamaño de 7 x 23 cm y se utiliza una mezcla de tierra y pulpa de café. Es importante desinfectar adecuadamente la tierra mediante solarización para poder hacer el almacigo.

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

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

5. Cosecha: se realiza la recolección de los granos de café manualmente, se deben recoger únicamente los granos maduros, ya que de esta forma el café en cereza se conserva mejor.

6. Despulpado: este procedimiento consiste en retirar la piel o la pulpa a las cerezas de café. De preferencia debe realizarse antes de que pasen seis horas de la cosecha. Se utiliza una herramienta llamada despulpadora, la cual arrastra la cereza de café haciéndola pasar una

superficie lisa y otra dentada; de tal forma que la presión hace que la cereza queda separada del grano de café.

7. Fermentación: este proceso puede durar entre 18 y 30 horas, por lo general se realiza dentro de tanques y consiste en la descomposición de la capa viscosa que recubre los granos de café, llamada mucílago.

8. Remoción del mucílago: una vez que los granos de café han fermentado se los lava para poder remover por completo el mucílago.

9. Secado: este proceso se hace de forma natural, exponiendo los granos de café al sol en una superficie completamente plana, por lo general, se utilizan marquesinas y debe tener un grado de humedad del 12% aproximadamente. Debe estar seco para poder remover el pergamino, que es la cobertura amarilla que tiene el café.

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

4.2.1.8. Ciclo fisiológico del cultivo de café

Según indica Marín Ciriaco (2012) el ciclo fisiológico del cultivo de café es el tiempo que transcurre entre una campaña de siembra del cultivo a otra, dura doce meses y consta de cuatro etapas.

a. **Floración:** las yemas se transforman en flores o ramas, hay mayor desarrollo vegetativo, gran producción de ramas y hojas, máxima actividad radicular y mayor formación de pelos absorbentes. Esta etapa presenta una duración de tres meses.

b. **Desarrollo del fruto o llenado de grano:** llenado intenso del grano, menor producción de ramas y hojas y menor formación de pelos absorbentes. Esta etapa presenta una duración de cuatro meses.

c. **Cosecha:** crecimiento vegetativo mínimo, se presenta la formación de nuevas yemas, menor actividad radicular y degradación de pelos absorbentes. Esta etapa presenta una duración de tres meses.

d. **Descanso:** no hay desarrollo de ramas y hojas, no hay absorción de agua y nutrientes, las yemas se diferencian y crecen, pero no se abren. Esta etapa presenta una duración de dos meses. (pág. 10)

También menciona que, en la zona alta, mayor a 1200 m.s.n.m. el ciclo fisiológico se da de la siguiente manera, como lo indica la ilustración 4.

Ilustración 4 Ciclo fisiológico del café en zonas mayores a los 1.200 m.s.n.m.



Fuente: Producción de Cafés Especiales. Manual Técnico (Marín Ciriaco, 2012)

Y en la zona baja, menor a 1200 m.s.n.m. el ciclo fisiológico se da de la siguiente manera de la ilustración 5.

Ilustración 5 Ciclo fisiológico del café en zonas menores a los 1.200 m.s.n.m.



Fuente: Producción de Cafés Especiales. Manual Técnico (Marín Ciriaco, 2012)

4.2.1.9. Cosecha y Post cosecha del café

Según indica Alarcó (2011) la forma más adecuada de recolectar las cerezas de los cafetales es de manera selectiva, es decir a mano ya que no es común que toda una rama se encuentre en el nivel de maduración óptimo para ser cosechado. Aunque esta técnica requiere de mayor mano de obra, pero permite mejorar la calidad del café gracias al acopio de los mismos en el estado perfecto.

Una vez que se ha cosechado la fruta se empieza con el proceso de transformar la cereza del café a pergamino, y de este, a café oro verde. Existen dos métodos para el procesado del café: beneficio por vía húmeda y beneficio por vía seca.

- **Beneficio por vía húmeda:** este tipo de beneficiado genera un café de más calidad ya que la cosecha se realiza de forma selectiva, fruto por fruto, obteniéndose un producto muy homogéneo; además entraña menores riegos de fermentaciones y de adición de olores indeseados que el procesado por vía seca. El beneficio húmedo se realiza en cinco fases que son el despulpado, la fermentación, lavado y secado.

El despulpado es el proceso en el que se separa el grano de café de la cubierta exterior (epicarpio y mesocarpio). El proceso de fermentación consiste en colocar el café

despulpado en tanques de fermentación con el fin de proceder a la separación de la capa de mucílago. El lavado con agua tiene por finalidad la eliminación de sustancias que todavía se encuentran adheridas al pergamino. El secado se puede hacer de manera natural (la mejor forma) utilizando zonas cementadas o bandejas limpias, y de forma artificial mediante un silo secador.

- **Beneficio por vía seca:** consiste en un sistema más sencillo que el anterior, pero su duración es mayor. En este proceso, la cereza de café una vez colectada se seca entera de manera natural o artificial dando lugar al café oro, y posteriormente se descascarará mediante una piladora.

4.2.2. Cadena de valor

4.2.2.1. Definición

Es una herramienta de gestión diseñada por Michael Porter que permite ejecutar un análisis interno de la empresa, mediante la separación de sus principales actividades generadoras de valor, se llama 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; su finalidad es asignar a cada actividad el mayor valor posible, minimizando los costos para que se maximice el margen o rentabilidad Porter (1987).

“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, pág. 19).

La cadena de valor “es la herramienta principal de análisis estratégico de costes de un negocio. Identifica las actividades, funciones y procesos de negocio que se ejecutan durante el diseño, la producción, la comercialización, la entrega y el soporte de un producto o servicio”. (Sanchez Gómez, 2008, pág. 8)

Los autores Nutz & Sievers (2016) definen que una 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”. Esto incluye actividades tales como el diseño, la producción, la comercialización, la distribución y los servicios de apoyo hasta llegar al consumidor final.

4.2.2.2. *Importancia*

La cadena de valor de una empresa según Gómez (2008), se encuentra inmersa en un conjunto de actividades que incluye a su vez tanto las Cadenas de valor de sus proveedores como las de sus clientes. Por lo tanto define lo siguiente:

“El estudio de las cadenas de valor de los proveedores es de vital importancia, ya que tanto el coste como la calidad de sus productos influyen de forma directa en los costes de la propia empresa y las capacidades de diferenciación. Las cadenas de valor de las empresas de igual forma son relevantes, ya que, por una parte, sus costes y márgenes forman parte del precio que el consumidor final debe pagar, y, por otra parte, sus actividades influyen directamente en la satisfacción del cliente”.

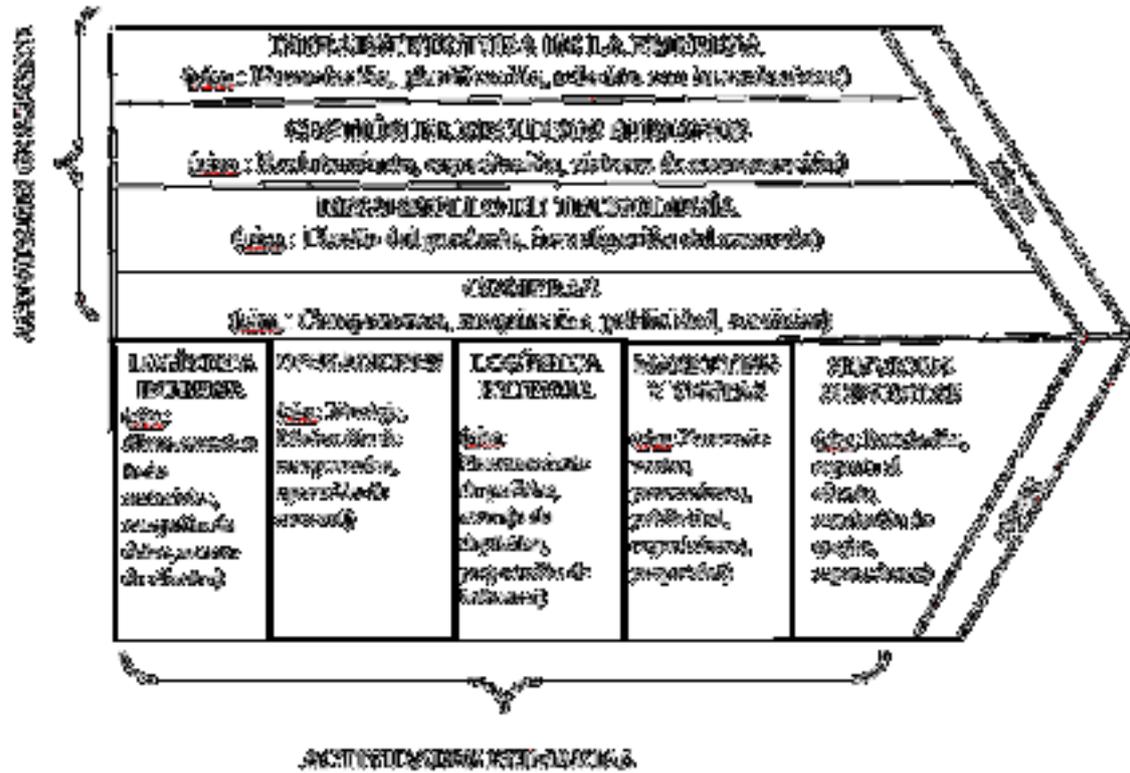
4.2.2.3. *Cadena de valor de Michael Porter*

De acuerdo a Velazco (2013), el enfoque de la cadena de valor de Porter:

Tiene una perspectiva mas interna centrandose en la empresa. Como aspectos diferenciadores, se puede señalar que la de Porter incluye una perspectiva horizontal de las relaciones

interdepartamentales que agrupa en la categoría que denomina las actividades de apoyo; y que enfatiza las interrelaciones de la empresa con sus proveedores y clientes, a través de los eslabones que denomina “logística de entrada” y “logística de salida”.

Ilustración 6 Cadena de valor de Michael Porter



Fuente. Cadena de valor genérica. (Porter, 1987)

4.2.2.4. Elementos

Michael Porter (1987) manifiesta que la cadena de valor ayuda a determinar qué actividades son las que permiten a las empresas tener una ventaja competitiva, se clasifican en actividades primarias y de soporte.

- *Las actividades primarias*

Son aquellas actividades que permiten la creación de un bien o la prestación de un servicio, como lo indica (Porter, 1987):

Logística interna actividades 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 actividades que se realizan para transformar las materias primas y materiales en productos terminados.

Logística Externa conformado por actividades relacionadas con el aprovisionamiento de insumos y materias primas proporcionadas 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.

Servicio son actividades que pretenden mantener o aumentar el valor entregado por el producto.

- *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, como lo señala (Porter, 1987):

La infraestructura de la empresa la cuál suele relacionarse con las decisiones que toma la alta gerencia y tiene que ver las con decisiones de alta gerencia.

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 involucran la contratación, el entrenamiento, los sistemas de remuneración, el desarrollo y la motivación del personal.

4.2.2.5. *Tipología de las cadenas de valor*

Las cadenas de valor se pueden clasificar según (Padilla & Oddone, 2016) de la siguiente manera:

- **Por el número de actores involucrados:** Esto se refiere a que una cadena productiva se puede diferenciar de otras por el número de actores involucrados, esto va depender de la actividad económica que desarrolle o el sector en el que se encuentre.
- **Por los actores que determinan su gobernanza:** Estas tiene que ver con aquellas cadenas de valor que están dominadas por el comprador o dominadas por el proveedor
- **Por su alcance geográfico:** Las cadenas de valor se pueden diferenciar por el lugar en las que el producto final se comercializa, por ejemplo, se diferencian las cadenas de valor nacionales, donde los productos sólo se comercializan en el país donde se elaboran, de las cadenas regionales y globales de valor, donde el producto es procesado y comercializado en países distintos
- **Por el grado de transformación del producto:** Se explica que ciertos productos, como las frutas frescas, precisan pocos pasos de transformación en las cadenas de valor. En cambio, otros bienes, como el algodón, pueden recorrer muchas etapas de procesamiento. Entonces por esta razón también una cadena de valor puede diferenciarse de otra.

4.2.2.6. Actores involucrados en la cadena de valor

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2015) señala que los actores de la cadena de valor 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.

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).

4.2.2.7. *Ciclo de desarrollo de la cadena de Valor*

El enfoque sugerido por la presente guía general para el Desarrollo de Cadenas de Valor de Nutz & Sievers (2016) consta de cinco pasos principales, 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:

1. Selección de Sectores: Qué sectores debe promoverse depende de los objetivos y grupo meta de la iniciativa. La selección de los sectores requiere de un proceso basado en criterios claros, incluyendo su escala

2. Análisis del Sistema de Mercado: El análisis del sistema de mercado incluye el mapeo de la cadena de valor para ilustrar las complejidades del sector, la investigación que consiste en entrevistas y grupos focales para comprender las oportunidades y limitaciones, y un último análisis de los resultados

3. Diseño de 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

4. Implementación: ha establecido modelos de negocios capaces de subsistir al finalizar los proyectos o intervenciones financiados con fondos externos

5. 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.

4.2.2.8. Mapeo de la cadena de valor

Así mismo Nutz & Sievers (2016) establecen un mapa de la cadena de valor que es una herramienta y una ayuda para ilustrar las complejidades de los sectores y sus cadenas de valor. Efectuar un mapa de las cadenas significa crear una representación visual de las conexiones entre las empresas de las cadenas de valor y las organizaciones de apoyo, así como con otros actores del mercado.

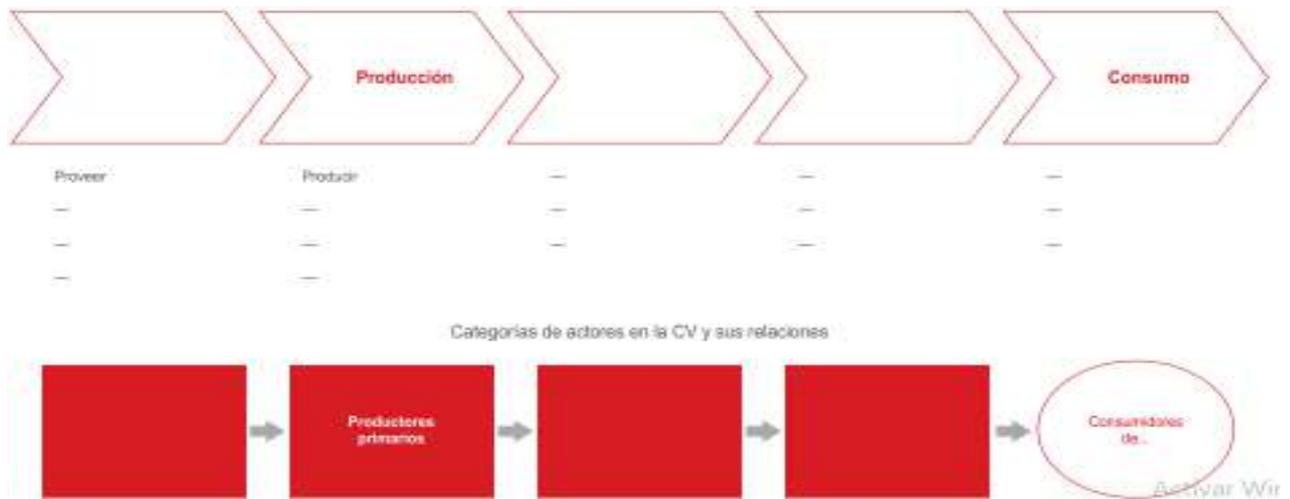
Como una herramienta estándar del análisis de mercados, el mapa de las cadenas de valor no es un objetivo en sí mismo, sino un medio para la realización de estos objetivos.

Tiene implicaciones muy prácticas para una iniciativa de desarrollo de cadenas de valor:

- Ayuda a ilustrar y comprender el proceso y las varias etapas por las que pasa un producto o servicio hasta que llega al cliente final
- Un mapa de las cadenas de valor puede servir como una forma de identificar y categorizar a los principales actores del mercado
- Aparte de las empresas que participan en las transacciones básicas, los mapas las cadenas de valor también pueden ilustrar qué otras organizaciones de apoyo (gobierno, ONG, asociaciones, etc.) están disponibles, y en qué niveles de la cadena de valor concentran sus servicios
- Si una iniciativa de desarrollo de cadenas de valor tiene por objeto explorar las oportunidades del mercado, los mapas de cadenas de valor pueden ilustrar diversos canales de mercado a través de los cuales los productos y servicios llegan al cliente y mercado finales. Basados en las investigaciones, estos mapas también pueden ilustrar información adicional sobre la pertinencia de los canales individuales del mercado y la naturaleza de las relaciones (por ejemplo, el número de competidores, el tamaño del mercado, el número de trabajadores, las condiciones de trabajo, la gobernanza de las cadenas de valor, etc.) (Nutz & Sievers, 2016)

Rojas et al. (2009) presenta una guía para el desarrollo de las cadenas de valor, la misma que pretende ser un instrumento de apoyo que tiene como objetivo proporcionar herramientas y ejercicios participativos que contribuyan a facilitar el aprendizaje en los procesos de capacitación en cadenas de valor, basados en la metodología ValueLinks de la Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ)

Ilustración 7 Herramienta de Mapeo de la cadena de valor



Fuente: (Rojas M. , Ruiz, Larrea, & Saavedra, 2009, pág. 63)

Ilustración 8 Herramienta Mapeo de actores directos e indirectos de la cadena



Fuente: (Rojas M. , Ruiz, Larrea, & Saavedra, 2009, pág. 64)

4.2.2.9. *Análisis de las cadenas de valor*

El análisis de las cadenas de valor de acuerdo a (Nutz & Sievers, 2016) “consiste en la evaluación de los resultados de la investigación a partir de la cual evolucionan las estrategias de desarrollo de las cadenas de valor y las intervenciones específicas.” (pág. 29)

Además, indican Nutz & Sievers (2016) que los resultados de un análisis de la cadena de valor deben tener:

- **Una visión clara** de cómo lograr un cambio sostenible y sistémico en las cadenas de valor
- **Un marco de intervención** que describe las posibles estrategias e intervenciones de mejoramiento, los actores del mercado que participan y los indicadores de seguimiento y evaluación. Esto incluye una estrategia clara sobre cómo involucrar a los principales actores del mercado y garantizar la adopción por parte del mercado (market up-take) para un cambio más amplio
- **Documentación** de los resultados y las estrategias de las investigaciones y los análisis

4.2.2.10. *Metodología Value Links*

Según Acuña (2009) la metodología Value Links desarrollado por la Cooperación Alemana al Desarrollo GTZ (Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit) orientado a la acción cuyo objetivo es promover el desarrollo económico con una perspectiva de cadena de valor, desde un enfoque participativo del aprendizaje. Ante todo, constituye una herramienta analítica para visualizar y entender las redes sectoriales y comerciales en su complejidad, sea en una escala local o global.

El concepto de fomento de una cadena de valor está orientado a coordinar la estructura dentro de la cadena y establecer reglas de juego entre los actores de esta. Su objetivo es tomar

medidas consensuadas para mantener la competitividad del subsector en los diferentes mercados locales, nacionales e internacionales. (Springer-Heinze, 2007)

La utilidad para el sector privado es alcanzar y mantener la competitividad; y para el sector público, intentar la inclusión de los pequeños productores y la redistribución de las ganancias en la cadena. Esto significa que el enfoque se convierte en un instrumento de la política de desarrollo socioeconómico. (Acuña Castellanos, 2009)

El fomento de las cadenas de valor como estrategia de desarrollo se orienta al «crecimiento económico a favor de los pobres» (CFP), esto es, a la inclusión exitosa de los pobres en cadenas de valor eficientes y competitivas. El concepto CFP se basa en la premisa fundamental de que el crecimiento económico y la participación adecuada de los grupos de pequeños productores y empresarios rurales y urbanos en la redistribución de los beneficios de los mercados puede contribuir a resolver los seculares problemas de pobreza que agobian a estos sectores.

4.2.3. Modalidades de organización de la cadena de valor

4.2.3.1. Cadena de valor con enfoque Convencional (Independiente)

La cadena de valor con enfoque convencional también es conocida simplemente como cadena productiva tal como lo menciona (Fundación CODESPA, 2011) en su publicación donde manifiesta que estas cadenas tienen una visión poco clara y general del mercado donde se desarrollan, es por ello que estos actores pueden entender factores globales del mercado pero que suelen pensar que no tienen por qué afectar a su producto.

En un estudio realizado a la cadena de valor del café en Uganda menciona que la cadena de valor con enfoque convencional o independiente está integrada por pequeños productores que disponen fincas familiares los mismos no están asociados a ninguna cooperativa y

comercializan sus productos de formas individuales por ello su posición es menos ventajosa. (Romero, 2010, pág. 18)

También expone que bajo este tipo de cadena de valor los productores no disponen de ningún conocimiento de mercado ni tienen acceso directo a ellos lo que da como resultado que vendan su producción a un precio demasiado bajo, donde los mayores beneficiarios son los intermediarios.

Por lo general, los cafetales bajo esta modalidad, 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 sistema 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. (Romero, 2010)

4.2.3.2. Cadena de valor de comercio justo (Asociativa)

Fundación CODESPA (2011) indica que este tipo de cadenas constituye un marco de análisis integral desde la provisión de insumos hasta la comercialización y está orientado a mejorar la competitividad y equidad en las cadenas productivas.

En ella se analizan a todos los participantes, puntos críticos, barreras de participación, acceso a servicios de apoyo y recursos por parte de personas en riesgo de exclusión para diseñar estrategias con el que se busca añadir un valor económico y social sostenible para los más pobres.

Además, en esta publicación se menciona que la cadena de valor bajo este enfoque conlleva varios elementos como:

- Altos niveles de confianza, voluntad y compromiso de todos los actores
- Cooperación y visión conjunta de la cadena por parte de los actores para alcanzar metas y objetivos comunes
- Flujos de información entre todos los actores, que aseguren transparencia y buena comunicación.
- Organización de productores.
- Relación formal entre actores y existencia de acuerdos entre ellos.
- Articulación más formal y contractual con el mercado, cumpliendo sus estándares de calidad, agregación de valor e innovación, entre otros.
- Servicios especializados de apoyo (incluido el acceso a financiación) para todos los actores.
- Sostenibilidad social y ambiental (Fundación CODESPA, 2011)

Según lo señalado por la Institucionalidad de apoyo a la asociatividad en América Latina y el Caribe (IICA, 2017), “la importancia de asociarse se puede sintetizar en tres razones: a) disminuir la incertidumbre y las debilidades de conjugar capacidades específicas; b) reforzar posiciones en el mercado para el abastecimiento y la venta; c) conseguir nuevas posiciones estratégicas”.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2017) afirma 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. (pág. 5)

Amézaga et al. (2013) señalan que

La asociatividad agro empresarial 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. 12)

Asociaciones

“Como se mencionó anteriormente, 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. 12)

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” Institucionalidad de apoyo a la asociatividad en América Latina y el Caribe (IICA, 2017, p. 7)

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. Institucionalidad de apoyo a la asociatividad en América Latina y el Caribe (IICA, 2017)

4.2.3.3. Comparación entre la cadena convencional (Independiente) y cadena de valor de comercio justo (Asociativa)

Tabla 1 Comparación entre Cadena de valor Independiente y Cadena de valor Asociativa

Aspecto	Cadena productiva	Cadena de valor
Estructura organizativa	Actores independientes	Actores dependientes
Orientación	Liderado por la oferta	Liderado por la demanda
Identificación de mercado	Potencial de mercado	Negocios concretos
Elemento principal	Costo/precio	Valor/calidad
Estrategia	Productos básicos	Productos diferenciados
Relación entre actores	Informal	Formal
Visión de la relación	Corto plazo	Largo plazo
Nivel de confianza	Bajo/medio	Alto
Flujo de la información	Escasa o ninguna	Amplia

Fuente: “Metodología de análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadenas de valor” (Fundación CODESPA, 2011, pág. 16)

Trabajar bajo el enfoque de cadena de valor frente a cadena productiva independiente se refiere a aspectos tales como como:

Los actores económicos trabajan bajo una red estratégica, es decir trabajan en conjunto y comparten riesgos y beneficios.

El trabajo está orientado hacia la demanda y no en la oferta, con ello se busca responder de una manera más efectiva a las demandas del mercado a través de mejoras en cooperación, comunicación y coordinación.

Todos los participantes de la cadena deben comprometerse al control de los factores que afectan la calidad y consistencia del producto.

Aquí se comparte la información entre todos los actores de la cadena con el fin de lograr el beneficio comunidad

Existencia de niveles de confianza muy alto entre las partes aliadas y ofrece seguridad a la hora de negociar con otros actores de la cadena. La confianza y la cooperación crean un ambiente en el cual el producto es de mejor calidad y hace que el mismo llegue de forma más oportuna al consumidor final y con valor añadido (Fundación CODESPA, 2011)

4.3. MARCO CONCEPTUAL

- **Cereza:** “Fruto de los cafetos en su estado maduro. Las variedades arábicas Typica, Caturra rojo, Bourbon rojo, Sachimor tienen cerezas de color rojo. Los frutos de las variedades Bourbon amarillo, Caturra amarillo y Catucaí amarillo en su estado maduro, tiene la referida coloración” (INEC, 2006, pág. 1)
- **Mucílago:** “Sustancia viscosa, espesa que queda al rededor del grano después de despulpar. Se separa de la semilla durante la fermentación del beneficio húmedo” (Yara Ecuador Cia Ltda, s.f, pág. 5)
- **Pergamino:** Es el nombre del grano con el endocarpio seco e intacto. Se remueve y el café se denomina café oro”. (Yara Ecuador Cia Ltda, s.f, pág. 6)
- **Beneficiado por vía húmeda:** “Es el procedimiento por el cual se obtienen el llamado café pergamino, a partir de las cerezas maduras, involucrando las actividades de despulpado, fermentado, lavado y secado” (INEC, 2006, pág. 2)

- **Beneficiado por vía seca:** “Tratamiento que se da al café cereza y consiste en deshidratarlo, por medios naturales o artificiales, hasta un nivel en que puede ser llevado a la piladora para la eliminación física de las envolturas del almendro” (INEC, 2006, pág. 2)
- **Café Lavado:** Si el beneficio es realizado por la vía húmeda. (INEC, 2006, pág. 4)
- **Café Natural:** Si el beneficio es realizado por la vía seca. (INEC, 2006, pág. 4)
- **Metodología ValueLinks:** Un producto de la GTZ orientado a la acción cuyo objetivo es promover el desarrollo económico con una perspectiva de cadena de valor, desde un enfoque participativo del aprendizaje. Ante todo, constituye una herramienta analítica para visualizar y entender las redes sectoriales y comerciales en su complejidad, sea en una escala local o global (Rojas, Ruiz, & Saavedra, 2006, pág. 15)

5. Metodología

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

5.1. Materiales

Los materiales que se utilizaron para el desarrollo de la presente investigación son los siguientes:

Tabla 2 Materiales utilizados en la investigación

Suministros de oficina	Equipos de oficina	Herramientas de trabajo de campo
Resmas de papel bond	Computadora portátil	Cámara
Esferos	Pendrive	Celular
Lápiz	CD	
Carpetas	Impresora	
Grapas		
Empastados		
Tablero apoyamano		

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

5.2. Métodos

Dentro de los métodos aplicados durante la investigación se destacan los siguientes:

Método descriptivo: permitió identificar las características de cada uno de los integrantes de los eslabones de la cadena de valor en sus diferentes modalidades y sus actividades.

Método comparativo: permitió comparar las diferencias y semejanzas existentes en la cadena de valor independiente y asociativa.

5.3. Técnicas

Con el fin de recopilar la información necesaria para la investigación se formularon 7 cuestionarios, mismos que fueron aplicados directamente por el autor de la investigación, en donde:

La observación se realizó a las actividades y actitudes de los productores de café del cantón Zaruma y Piñas.

Las encuestas se aplicaron a los actores involucrados en la cadena de valor (proveedores, productores, acopiadores, transformadores y comercializadores), que permitió obtener variables y características que se pretende analizar de la producción de café en el cantón Zaruma y Piñas.

La entrevista se aplicó a los presidentes de las asociaciones “San Antonio de Zaruma”, “Montubios San Martín”, “Manuel Ignacio Romero” y los presidentes de las juntas parroquiales de cada cantón; Zaruma y Piñas, quienes aportaron con información necesaria para el desarrollo de este estudio.

5.4. Población y Muestra

Según los datos de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2014), se tomó como población objetivo del cantón Zaruma a 120 agricultores cafetaleros y en el cantón Piñas por datos del PDOT (2015) se tomó como población objetivo a 100 agricultores cafetaleros.

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

Tabla 3 Actores encuestados

ACTORES	CANTÓN ZARUMA			CANTÓN PIÑAS		
	MODALIDAD INDEPENDIENTE	MODALIDAD ASOCIATIVA	TOTAL	MODALIDAD INDEPENDIENTE	MODALIDAD ASOCIATIVA	TOTAL
Proveedores	1	1	2	1	1	2
Productores	16	11	27	14	13	27
Acopiadores	1	1	2	1	1	2
Transformadores	1	1	2	1	1	2
Comercializadores	2	1	3	1	1	2
TOTAL	21	15	36	18	17	35

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

5.5.Procedimiento

Primeramente, se realizó una investigación sobre los diferentes conceptos, teorías y estudios realizados en torno al tema, después se pudo identificar que la herramienta Manual ValueLinks propone el estudio de cadena de valor más acertada para este tipo de investigación.

A continuación, se desarrollaron los instrumentos para la recolección de datos, tomando como referencia el banco de preguntas con el que cuenta la guía metodológica del manual antes mencionado, con los cuales posteriormente se realizó el levantamiento de información de los actores directos e indirectos de la cadena de valor.

Después se sintetizó toda la información en una base de datos y se determinó el tipo de cadena de valor que se analizaría, tomando en cuenta el destino de la producción, el tipo de producto y las relaciones que se establecen entre actores.

Una vez establecido el tipo de cadena, se cumplió el primer objetivo, permitiendo identificar los eslabones de la cadena de valor, desde la provisión de insumos para el cultivo de café, hasta la comercialización del mismo; y a los actores directos e indirectos, estructurando un esquema más detallado tanto para los eslabones como para los actores.

Para cumplir con el segundo objetivo, se utilizó el método descriptivo por medio de matrices en donde los elementos que conforman la estructura son: las actividades, la relación entre

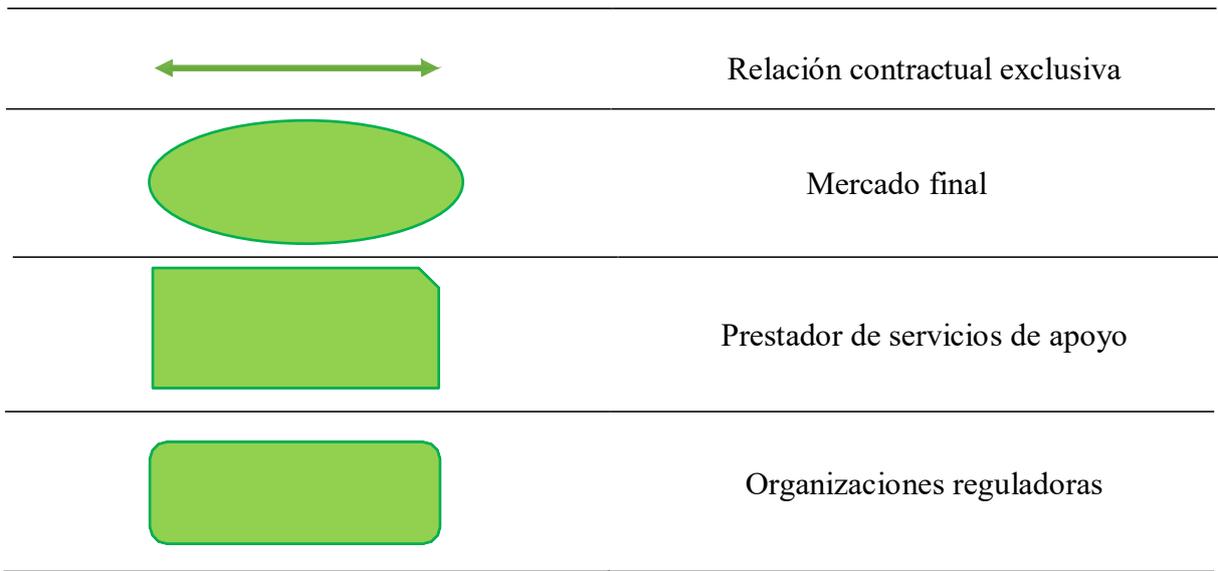
actores, los precios, los riesgos y oportunidades, pero sobre todo las debilidades y fortalezas, que se generan en los actores directos.

En cuanto al tercer objetivo, se representó los participantes de la cadena de valor, la relación que mantienen entre actores, las negociaciones que se dan entre ellos y los factores o condiciones que determinan dichas negociaciones, para ello se utilizó la simbología indicada en la Guía Metodológica del Manual ValueLinks. Los eslabones de la cadena de valor se representaron horizontalmente, lo cual permite identificar claramente los procesos, que actores participan en ellos, el destino del producto y comparar las cadenas de valor.

Finalmente, en el cuarto objetivo se elaboraron cuadros comparativos entre cada actor directo de la cadena de valor, tanto de la modalidad independiente como de la asociativa, con lo cual, se pudo identificar la cadena de valor del café más competitiva en el mercado y al actor más vulnerable dentro de ella. Y se realizó la discusión, en donde se hizo una comparación entre las investigaciones realizadas anteriormente y la información recopilada en esta investigación.

Tabla 4 Simbología del manual ValueLinks para mapeo de la CV

	Eslabón de la cadena de valor
	Operador de la cadena de valor
	Prestador de servicios operacionales
	Relación contractual formal
	Relación contractual esporádica



Fuente: Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor (Acuña Castellanos, 2009, pág. 66)

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

6. 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 independiente y asociativa”.

Para dar cumplimiento a este objetivo y en base al análisis realizado de la información obtenida, se identificaron los siguientes resultados especificados por cada uno de los objetivos planteados en la investigación.

En la siguiente tabla se presentan de manera resumida la clasificación de los actores de la cadena de valor del café bajo la Modalidad Independiente, la misma que se divide en directos e indirectos:

Tabla 5 Actores de la cadena de valor del café bajo la Modalidad Independiente en el cantón Zaruma y Piñas

CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS	
ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS	ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1.Proveedor de insumos agrícolas, materia prima vegetativa.	Prestadores de servicios operacionales	1.Proveedor de insumos agrícolas, materia prima vegetativa.	Prestadores de servicios operacionales
Locales comerciales	Instituciones bancarias: quienes se encargan	Locales comerciales	Instituciones bancarias: quienes se encargan
2.Productores	de financiar esta actividad productiva:	2.Productores	de financiar la actividad productiva: BanEcuador
Pequeños productores individuales del cantón Zaruma	BanEcuador Transportistas: quienes movilizan la producción y los insumos a diferentes partes de la provincia	Pequeños productores individuales del cantón Piñas	Banco de Machala. Transportistas: quienes movilizan la producción y los insumos a diferentes partes de la provincia
3.Acopiadores	Prestadores de servicios de apoyo	3.Acopiadores	Prestadores de servicios de apoyo
Acopiadores identificados en Zaruma	Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): proporcionan asesoramiento técnico y capacitación a través de proyectos como Reactivación del café.	Acopiadores identificados en el cantón Piñas	Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): proporcionan asesoramiento técnico y capacitación a través de proyectos como Reactivación del café.
4.Transformadores	Prefectura de El Oro: impulsa las actividades	4.Transformadores	Prefectura de El Oro: impulsa las actividades
Microempresas que procesan el café bajo una marca	productivas cafetaleras de los cantones de la provincia y realiza expo ferias de emprendimiento	Microempresas que procesan el café bajo una marca	productivas cafetaleras de los cantones de la provincia y realiza expo ferias de emprendimiento
5.Comercializadores	Organizaciones reguladoras	5.Comercializadores	Organizaciones reguladoras
Personas encargadas de distribuir el producto a mercados locales y nacionales	Agrocalidad: agencia de regulación y control fito y zoonosanitario, del control y	Personas encargadas de distribuir el producto a mercados locales y nacionales	Agrocalidad: agencia de regulación y control fito y zoonosanitario, del control y

	prevención de plagas y enfermedades. Ministerio del Ambiente: es una organización que permite garantizar un ambiente sano y		prevención de plagas y enfermedades. Ministerio del Ambiente: es una organización que permite garantizar un ambiente sano y
6.Consumidor final	Ecológicamente equilibrado; mantiene y mejora	6.Consumidor final	Ecológicamente equilibrado; mantiene y mejora
Consumidores a nivel local y nacional	su calidad ambiental. Servicio de Rentas Internas (SRI): se encarga de gestionar el cobro de impuestos y de otorgar el RUC (Registro Único de Contribuyente) y el RISE (Régimen Impositivo Simplificado)	Consumidores a nivel local y nacional	su calidad ambiental. Servicio de Rentas Internas (SRI): se encarga de gestionar el cobro de impuestos y de otorgar el RUC (Registro Único de Contribuyente) y el RISE (Régimen Impositivo Simplificado)

Fuente: Encuesta a los actores
Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Tabla 6 Actores de la cadena de valor del café bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS	
ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS	ACTORES DIRECTOS	ACTORES INDIRECTOS
1.Proveedor de insumos agrícolas, materia prima vegetativa.	Prestadores de servicios operacionales	1.Proveedor de insumos agrícolas, materia prima vegetativa.	Prestadores de servicios operacionales
Asociación “San Antonio de Zaruma”	Instituciones bancarias: quienes se encargan	Asociación “Montubios San Martín” y “Manuel Ignacio Romero”	Instituciones bancarias: quienes se encargan de financiar esta actividad productiva:
2.Productores	de financiar esta actividad productiva:	2.Productores	BanEcuador
Los socios de “San Antonio de Zaruma”	BanEcuador Transportistas: quienes movilizan la producción y los insumos a diferentes partes de la provincia	Los socios de “Montubios San Martín” y “Manuel Ignacio Romero”	Transportistas: quienes movilizan la producción y los insumos a diferentes partes de la provincia
3.Acopiadores	Prestadores de servicios de apoyo	3.Acopiadores	Prestadores de servicios de apoyo
La asociación “San Antonio de Zaruma”	Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): proporcionan asesoramiento técnico y capacitación a través de proyectos como Reactivación del café.	La asociación “Montubios San Martín” y “Manuel Ignacio Romero”	Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): proporcionan asesoramiento técnico y capacitación a través de proyectos como Reactivación del café.
4.Transformadores	Prefectura de El Oro: impulsa las actividades	4.Transformadores	Prefectura de El Oro: impulsa las actividades
La asociación “San Antonio de Zaruma”	productivas cafetaleras de los cantones de la provincia y realiza expo ferias de emprendimiento	La asociación “Montubios San Martín” y “Manuel Ignacio Romero”	productivas cafetaleras de los cantones de la provincia y realiza expo ferias de emprendimiento
5.Comercializadores	Organizaciones reguladoras	5.Comercializadores	Organizaciones reguladoras

Los socios de “San Antonio de Zaruma” venden el producto	Agrocalidad: agencia de regulación y control fito y zoonosanitario, del control y prevención de plagas y enfermedades.	Los socios de “Montubios San Martín” y “Manuel Ignacio Romero” venden el producto	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA): otorga el registro sanitario, una certificación obligatoria para la comercialización de todos los productos de uso y consumo humano en el país. Agrocalidad: agencia de regulación y control fito y zoonosanitario, del control y prevención de plagas y enfermedades.
6.Consumidor final	el RUC (Registro Único de Contribuyente) y el	6.Consumidor final	Servicio de Rentas Internas (SRI): se encarga de gestionar el
Consumidores a nivel local y nacional	RISE (Régimen Impositivo Simplificado) Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS): se encarga de supervisar y controlar a las organizaciones de la economía popular y solidaria. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA): otorga el registro sanitario, una certificación obligatoria para la comercialización de todos los productos de uso y - consumo humano en el país.	Consumidores a nivel local y nacional	cobro de impuestos y otorgar el RUC (Registro Único de Contribuyente) y el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS): se encarga de supervisar y controlar a las organizaciones de la economía popular y solidaria.

Fuente: Encuesta a los actores directos

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

En la siguiente tabla se muestran las principales funciones que realizan cada uno de los eslabones de la cadena de valor del café bajo la Modalidad Independiente:

Tabla 7 Funciones de la cadena de valor bajo la Modalidad Independiente en el cantón Zaruma

PROVISIÓN	PRODUCCIÓN	ACOPIO	TRANSFORMACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	CONSUMO
Número de proveedores 1	Número de productores 16	Número de acopiadores 1	Número de transformadores 1	Número de comercializadores 2	Tipo de mercado
Proveer de insumos orgánicos	Elaborar viveros de café	Receptar la materia prima	Realizar procedimientos de limpieza	Receptar el café listo para la venta	El producto está listo para su consumo, tanto en el mercado local como nacional
Proveer de semillas y plántulas de café	Preparar la tierra para la siembra	Pesar y seleccionar la materia prima	Moler el café preseleccionado	Comercializar el café	
	Cuidar las plantas de plagas y enfermedades	Procesar el café	Pesar y empacar el producto listo para la venta		
	Cosechar el café seleccionado	Almacenar la materia prima			

Fuente: Encuesta a los actores directos

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Tabla 8 Funciones de la cadena de valor del café bajo la Modalidad Independiente en el cantón Piñas



Número de proveedores 1	Número de productores 14	Número de acopiadores 1	Número de transformadores 1	Número de comercializadores 1	Tipo de mercado
Proveer de insumos orgánicos	Elaborar viveros de café	Receptar la materia prima	Realizar procedimientos de limpieza	Receptar el café listo para la venta	El producto está listo para su consumo, tanto en el mercado local como nacional
Proveer de semillas y plántulas de café	Preparar la tierra para la siembra	Pesar y seleccionar la materia prima	Moler el café preseleccionado	Comercializar el café	
	Cuidar las plantas de plagas y enfermedades	Procesar el café	Pesar y empacar el producto listo para la venta		
	Cosechar el café seleccionado	Almacenar la materia prima			

Fuente: Encuesta a los actores directos

Elaboración: Salomé Peralta Apolo.

En la siguiente tabla se muestran las principales funciones que realizan cada uno de los eslabones de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa:

Tabla 9 Funciones de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma

PROVISIÓN	PRODUCCIÓN	ACOPIO	TRANSFORMACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	CONSUMO
Número de proveedores 1	Número de productores 11	Número de acopiadores 1	Número de transformadores 1	Número de comercializadores 1	Tipo de mercado
Proveer de insumos orgánicos	Elaborar viveros de café	Receptar la materia prima	Realizar procedimientos de limpieza	Receptar el café listo para la venta	El producto está listo para su consumo, tanto en el mercado local como nacional
Proveer de semillas y plántulas de café	Preparar la tierra para la siembra	Pesar y seleccionar la materia prima	Moler el café preseleccionado	Comercializar el café	
	Cuidar las plantas de plagas y enfermedades	Procesar el café	Pesar y empacar el producto listo para la venta		
	Cosechar el café seleccionado	Almacenar la materia prima			

Fuente: Encuesta a los actores directos

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Tabla 10 Funciones de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Piñas

PROVISIÓN	PRODUCCIÓN	ACOPIO	TRANSFORMACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	CONSUMO
Número de proveedores 1	Número de productores 13	Número de acopiadores 1	Número de transformadores 1	Número de comercializadores 1	Tipo de mercado
Proveer de insumos orgánicos	Elaborar viveros de café	Receptar la materia prima	Realizar procedimientos de limpieza	Receptar el café listo para la venta	El producto está listo para su consumo, tanto en el mercado local como nacional
Proveer de semillas y plántulas de café	Preparar la tierra para la siembra	Pesar y seleccionar la materia prima	Moler el café preseleccionado	Comercializar el café	
	Cuidar las plantas de plagas y enfermedades	Procesar el café	Pesar y empacar el producto listo para la venta		
	Cosechar el café seleccionado	Almacenar la materia prima			

Fuente: Encuesta a los actores directos

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

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

En este apartado se revisa cada actor directo que forma parte de la estructura de la cadena de valor bajo la modalidad independiente, en donde se identifican: características, actividades principales, relaciones con otros actores de la cadena, riesgos, oportunidades, debilidades y fortalezas.

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

a. Proveedores

El primer actor de esta cadena de valor es el proveedor, bajo la modalidad independiente las casas comerciales se encargan del aprovisionamiento ya sea de materia prima vegetativa e 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 siguiente tabla:

Tabla 11 Caracterización de los proveedores bajo la Modalidad Independiente en el cantón Zaruma y Piñas

	CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS
VARIABLES	PROVEEDORES	VARIABLES	PROVEEDORES
Características	El principal proveedor de semillas y plántulas de café en el sector es el GAD Parroquial, siendo una institución pública con autonomía política, administrativa y financiera que brinda su apoyo a los caficultores del sector impulsando la creación de semilleros comunitarios. También existen proveedores de semilla y plántulas de café que trabajan de manera particular, ubicados	Características	El principal proveedor de semillas y plántulas de café en el sector es el GAD Parroquial, siendo una institución pública con autonomía política, administrativa y financiera que brinda su apoyo a los caficultores del sector impulsando la creación de semilleros comunitarios. También existen proveedores de semilla y plántulas de café que trabajan de manera particular, ubicados

	en el cantón Zaruma, que ofrecen a sus clientes asistencia técnica como garantía por la compra; las variedades de semillas que predominan en el sector son: Típica mejorada, Bourbon Sidra, San Salvador, Catimor, Catucaí, Sachimor.		en el cantón Piñas, que ofrecen a sus clientes asistencia técnica como garantía por la compra; las variedades de semillas que predominan en el sector son: Sachimor, San Salvador, Catimor, Bourbon Sidra, Catucaí y Típica Mejorada.
Descripción de actividades	Abastecen a los productores de café de insumos agrícolas necesarios para el cuidado y cultivo del café, como abonos, matamontes y fungicidas.	Descripción de actividades	Abastecen a los productores de café de insumos agrícolas necesarios para el cuidado y cultivo del café, como abonos, matamontes y fungicidas.
Relación entre actores	Se relacionan directamente con los productores del cantón de forma esporádica.	Relación entre actores	Se relacionan directamente con los productores del cantón de forma esporádica.
Precio	<p>Fijan el precio de venta de sus productos en base a los precios de la competencia y al margen de utilidad.</p> <p>El precio por kilo de semilla se encuentra desde \$6,50 hasta los \$25,00, esta relación se establece debido a la procedencia de la semilla y a la calidad y rendimiento de la misma. En cuanto a plántulas de vivero tienen un precio entre 0,25 ctvs. y 0,40 ctvs.</p> <p>En cuanto a los insumos agrícolas que se emplean para el mantenimiento del cafetal, el precio promedio de un matamontes es de \$10,00 el litro, un fungicida se encuentra desde los \$20,00 hasta los \$27 el litro, mientras que el abono orgánico tiene un valor de \$7,00 dólares el quintal.</p>	Precio	<p>Fijan el precio de venta de sus productos en base a los precios de la competencia y al margen de utilidad.</p> <p>El precio por kilo de semilla se encuentra desde \$6,00 hasta los \$20,00, esta relación se establece debido a la procedencia de la semilla y a la calidad y rendimiento de la misma. En cuanto a plántulas de vivero tienen un precio entre 0,20 ctvs. y 0,40 ctvs.</p> <p>En cuanto a los insumos agrícolas que se emplean para el mantenimiento del cafetal, el precio promedio de un matamontes es de \$8,00 el litro, un fungicida se encuentra desde los \$15,00 hasta los \$20,00 el litro, mientras que el abono orgánico tiene un valor de \$8,00 dólares el quintal.</p>
Riesgos	Aumento de cultivos de tipo orgánico en el sector por lo que el uso de productos agroquímicos ya se	Riesgos	Aumento de cultivos de tipo orgánico en el sector por lo que el uso de productos agroquímicos ya se deja de usar.

	deja de usar y los bajos ingresos y pérdida de insumos en los meses de menores ventas.		La pérdida de insumos en los meses de menores ventas.
Debilidades	No poder abastecer a los productores con los insumos necesarios para los cultivos debido a la falta de capital y a que los productos son con periodos de caducidad cortos, que al no tener salida del local sería una pérdida económica.	Debilidades	No poder abastecer a los productores con los insumos necesarios para los cultivos debido a la falta de capital y a que los productos son con periodos de caducidad cortos, que al no tener salida del local tendría una pérdida económica.
Fortalezas	Ofrecen asistencia técnica a sus clientes y les dan las indicaciones necesarias para aplicar algún producto al cultivo de café.	Fortalezas	Ofrecen asistencia técnica a sus clientes y les dan las indicaciones necesarias para aplicar algún producto al cultivo de café.

Fuente: Anexos 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

b. Productores

El segundo eslabón está integrado por los productores de café, 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.

Tabla 12 Caracterización de los productores bajo la modalidad independiente en el cantón Zaruma y Piñas.

	CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS
VARIABLES	PRODUCTORES	VARIABLES	PRODUCTORES
Características	<ul style="list-style-type: none"> El productor posee un promedio de 2 hectáreas de terreno destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 2500 plantas por hectárea. El 94% es propietario del terreno en el que cultivan el café. 	Características	<ul style="list-style-type: none"> El productor posee un promedio de 2 hectáreas de terreno destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 1900 plantas por cada hectárea. El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café.

-
- El 31% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, mientras que el 69% no ha recibido ninguna capacitación.
 - Las variedades de café más representativas son: la Sachimor (32%), Bourbon Sidra (28%), San Salvador (25%), Catucaí (18%) y Típica Mejorada (17%).
 - El 38% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, matamontes y otros insumos de carácter agroquímico; el 25% usa matamontes y abono y el 13% utiliza fungicidas.
 - La edad promedio de la plantación de café es de 10 años.
 - El tiempo de renovación del cultivo de café es de 3 años.
 - El 75% son pequeños productores con una producción anual de menos de 3 quintales de café y el 25% son productores medianos que están de 4 a 9 quintales de café al año.
 - El 56% de los productores tienen cultivo temporal, el 19% tiene cultivo bajo condiciones de riego y el 25% de ambos.
 - El 31% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 19% brinda la

- El 29% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, mientras que el 71% no ha recibido ninguna capacitación.
 - Las variedades de café más representativas son: la Sachimor (24%), San Salvador (21%), Catimor (19%), Bourbon Sidra (18%), y Típica Mejorada (15%).
 - El 21% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, matamontes y otros insumos de carácter agroquímico; el 43% usa abono, el 14% matamontes y el 21% utiliza fungicidas.
 - La edad promedio de la plantación de café es de 8 años.
 - El tiempo de renovación del cultivo de café es de 4 años.
 - El 64% son pequeños productores con una producción anual de menos de 3 quintales de café y el 29% son productores medianos que están de 4 a 9 quintales de café al año.
 - El 79% de los productores tienen cultivo temporal, el 7% tiene cultivo bajo condiciones de riego y el 14% de ambos.
 - El 43% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 14% brinda la
-

alimentación a los trabajadores a parte del salario.

- El 69% de sus compradores a la hora de comprar el café se fijan en el aroma, el 19% en el tamaño del grano y el 12% en el peso.
- El 81% de los productores no reciben ayuda de otras instituciones, mientras que el 19% recibe ayuda del GAD Parroquial y la prefectura de El Oro.
- El 44% de los productores de café señala que el principal problema al que se enfrentan son las enfermedades de los cultivos, el 31% considera que son los cambios climáticos y el 25% a los precios inestables.
- El 38% de los productores tienen otra fuente de ingreso aparte de la producción de café, la siembra de otros cultivos y la albañilería.
- Los productores de café independientes tienen una edad promedio de 50 años. El 88% son hombres y el 12% son mujeres. El 94% tienen educación primaria y el 6% bachillerato.
- Llevan un promedio de 30 años trabajando como caficultores.
- El 63% de los productores tienen seguro; de ellos el 50% tiene seguro campesino y el 13% del seguro general.

alimentación a los trabajadores a parte del salario.

- El 64% de sus compradores a la hora de comprar el café se fijan en el aroma, el 14% en el tamaño del grano y el 22% en el peso.
 - El 86% de los productores no reciben ayuda de otras instituciones, mientras que el 14% recibe ayuda del GAD Parroquial y la prefectura de El Oro.
 - El 36% de los productores de café señala que el principal problema al que se enfrentan son las enfermedades de los cultivos, el 21% considera que son los cambios climáticos y los precios inestables y el 14% poco acceso a financiamiento.
 - El 16% de los productores tienen otra fuente de ingreso aparte de la producción de café, que se dedican a la agricultura en general.
 - Los productores de café independientes tienen una edad promedio de 48 años. El 93% son hombres y el 7% son mujeres. El 100% tienen educación primaria.
 - Llevan un promedio de 27 años trabajando como caficultores.
El 71% de los productores tienen seguro; de ellos el 57% tiene seguro campesino y el 14% del seguro general.
-

Descripción de actividades	Luego de haber cultivado la semilla por medio de los viveros, proceden a plantarlas en sus fincas donde después de 2 a 5 años comienza a producir en pequeñas cantidades, los productores son quienes se encargan de la preparación del vivero, siembra, control de plagas y enfermedades del cultivo; de la cosecha y secado del café.	Descripción de actividades	Luego de haber cultivado la semilla por medio de los viveros, proceden a plantarlas en sus fincas donde después de 3 años comienza a producir en pequeñas cantidades, los productores son quienes se encargan de la preparación del vivero, siembra, control de plagas y enfermedades del cultivo; de la cosecha y secado del café.
Relación entre actores	Se relacionan con el acopiador y proveedor del cantón Zaruma de manera esporádica.	Relación entre actores	Se relacionan con el acopiador y proveedor del cantón Piñas de manera esporádica.
Precio	El precio que venden los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: cereza \$105, pilado \$120.	Precio	El precio que venden los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: cereza \$100 y pilado \$140.
Riesgos	El factor climático, las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya, que pueden afectar a los cultivos.	Riesgos	El factor climático, las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya, que pueden afectar a los cultivos.
Debilidades	La falta de tecnificación de los procesos, por lo que existe pérdida de cafetales y carecen de compradores exclusivos. Además, no llevan un registro de los controles que realizan a los cultivos, ni del costo de producción del café debido a la falta de conocimientos.	Debilidades	No llevan un registro de los controles que realizan a los cultivos, ni del costo de producción del café debido a la falta de conocimientos.
Fortalezas	La mayor parte de los productores poseen tierra de su propiedad, la tendencia está orientada hacia el cultivo orgánico. Los miembros de la familia participan en la producción del café.	Fortalezas	Todos los productores poseen tierra de su propiedad. La tendencia está orientada hacia el cultivo orgánico.

Fuente: Anexos 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 65, 66, 67.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

c. Acopiadores

En el tercer eslabón se encuentran los acopiadores, los cuales se encargan de adquirir la producción a caficultores independientes, aplicar el procesamiento primario el cual consiste en trillar, limpiar de impurezas, clasificar, formar lotes y prepararlos para la transformación.

Tabla 13 Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad independiente en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS	
VARIABLES	ACOPIADORES	VARIABLES	ACOPIADORES
Características	La producción de café del cantón Zaruma es vendida a los centros de acopio del cantón. Para adquirir el café se fijan en el tamaño del grano y aroma del mismo. Ofrecen el servicio de trillado de café a los productores locales. Compran anualmente un promedio de 100 quintales de café pilado.	Características	Para adquirir el café se fijan en el tamaño del grano de café y en el aroma del mismo. Ofrecen el servicio de trillado de café a los productores locales. Compran anualmente un promedio de 120 quintales de café pilado.
Descripción de actividades	Una vez que la producción llega al almacén de acopio se procede a comprobar la calidad del grano de café, verifican el peso y si cumple las condiciones de calidad lo compran, definiendo el precio dependiendo de las características del café, después lo clasifican de acuerdo a su calidad, lo almacenan y buscan el comprador.	Descripción de actividades	Una vez que la producción llega al almacén de acopio se procede a comprobar la calidad del grano de café, verifican el peso y si cumple las condiciones de calidad lo compran, definiendo el precio dependiendo de las características del café, después lo clasifican de acuerdo a su calidad, lo almacenan y buscan el comprador.
Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con los productores de las parroquias del cantón Zaruma y de manera exclusiva con los transformadores de café del cantón Zaruma, a los cuales entrega el café almacenado.	Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con los productores de las parroquias del cantón Piñas y de manera exclusiva con los transformadores de café del cantón Piñas, a los cuales entrega el café almacenado.

Precio	El precio del servicio de trillado de un quintal de café es de \$7,00	Precio	El precio del servicio de trillado de un quintal de café es de \$5,00
Riesgos	Los riesgos que enfrentan son el estancamiento del café por falta de mercado, precios inestables, la escasa producción de café debido a los diferentes factores que afectan a los cultivos y la inseguridad, ya que puedan ser víctimas de robo.	Riesgos	Los riesgos que enfrentan son el estancamiento del café por falta de mercado, precios inestables, la escasa producción de café debido a los diferentes factores que afectan a los cultivos.
Debilidades	No cuentan con el capital suficiente para comprar mayores cantidades de café o invertir en más maquinaria, se ha venido desarrollando las actividades de generación en generación por lo que establecen sus precios de acuerdo al mercado, sin realizar un estudio previo de costos y además, no llevan un adecuado proceso contable.	Debilidades	No cuentan con el capital suficiente para invertir en más maquinaria y no llevan un adecuado proceso contable.
Fortalezas	Tienen experiencia y son conocidos entre los productores de café del cantón Zaruma y cuenta con una infraestructura adecuada para poder acopiar el café.	Fortalezas	Tienen experiencia y son conocidos entre los productores de café del cantón Piñas y cuenta con una infraestructura adecuada para poder acopiar el café.

Fuente: Anexos 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

d. Transformadores

En el cuarto eslabón se encuentran los transformadores de café, llamado así por la transformación que sufre el café debido a las altas temperaturas en que es sometido el grano; en esta fase se cumple la función de tostar, moler y empaquetar para su comercialización.

Tabla 14 Caracterización de los transformadores bajo la modalidad independiente en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS	
VARIABLES	TRANFORMADORES	VARIABLES	TRANFORMADORES
Características	Se caracterizan por contar con maquinaria: tostadora, molino industrial y balanza; y el personal necesario para la transformación del café en grano a café tostado y molido. Tienen una capacidad de transformación promedio de 100 quintales al año; utilizan los desechos de la transformación del café como abono orgánico, no llevan ningún registro de procesamiento.	Características	Se caracterizan por contar con maquinaria y el personal necesario para la transformación del café en grano a café tostado y molido. Tienen una capacidad de transformación promedio de 120 quintales al año y no llevan ningún registro de procesamiento.
Descripción de actividades	Inicia con la recepción del café pilado, luego lo seleccionan para enviarlo a la tostadora, donde se controla el color del tostado y el tiempo de tueste, finalizado este proceso se enfría el café y lo someten al proceso de molido. Una vez cumplido con todo este proceso se procede a empacar en fundas cuya unidad de medida es la libra, para luego ser comercializado.	Descripción de actividades	Inicia con la recepción del café pilado, luego lo seleccionan para enviarlo a la tostadora, donde se controla el color del tostado y el tiempo de tueste, finalizado este proceso se enfría el café y lo someten al proceso de molido. Una vez cumplido con todo este proceso se procede a empacar en fundas cuya unidad de medida es la libra, para luego ser comercializado.
Relación entre actores	Se relacionan de forma esporádica con los clientes a nivel local y nacional.	Relación entre actores	Se relacionan de forma esporádica con los clientes a nivel local y nacional.
Precio	El precio de tostar y moler el café es de \$35,00 por quintal.	Precio	El precio de tostar y moler el café es de \$30,00 por quintal.
Riesgos	En el caso de los que transforman el café, no obtienen garantías del producto que están transformando, es decir desconocen si el café ha sido cultivado con el uso de agroquímicos.	Riesgos	En el caso de los que transforman el café, no obtienen garantías del producto que están transformando, es decir desconocen si el café ha sido cultivado con el uso de agroquímicos.
Debilidades	No reciben ningún tipo de asesoramiento, no buscan expandir el mercado, no llevan	Debilidades	No reciben ningún tipo de asesoramiento, no llevan contabilidad, ni registro de los insumos que necesitan.

	contabilidad, ni registro de los insumos que necesitan.		
Fortalezas	Cuentan con la maquinaria para realizar los procesos de transformación.	Fortalezas	Cuentan con la maquinaria para realizar los procesos de transformación.

Fuente: Anexos 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

e. Comercializadores

El siguiente eslabón es el de la comercialización, consiste en la exposición del producto para la venta, entrega o cualquier otra forma de introducción al mercado local y nacional.

Tabla 15 Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad independiente en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS	
VARIABLES	COMERCIALIZADORES	VARIABLES	COMERCIALIZADORES
Características	Se caracterizan por vender la mayor parte de café en pequeñas cantidades, su principal mercado es el local. Venden el café a los clientes del cantón y a clientes de Cuenca y Loja. Aceptan como forma de pago de sus clientes únicamente el efectivo. Sus clientes se fijan especialmente en el aroma y el color de tostado del café al momento de adquirir el café. Las marcas de café comercial son: Café Alonso Gálvez y Café El Zarumeño.	Características	Se caracterizan por vender la mayor parte de café en pequeñas cantidades, su principal mercado es el local; pero también venden el café a clientes de Loja, Quito y Machala. Aceptan como forma de pago de sus clientes únicamente el efectivo. Sus clientes se fijan especialmente en el aroma y el color de tostado del café al momento de adquirir el café. La marca de café comercial es Café Don Manuelito.
Descripción de actividades	Cuentan con un local en el que se dedican a la venta de café molido, el propietario es quien atiende el local comercial, donde las mayores ventas se	Descripción de actividades	Cuentan con un local en el que se dedican a la venta de café molido, las mayores ventas se registran los

	registran los fines de semana, realiza pedidos en pequeñas cantidades para abastecer la demanda.		fines de semana y realiza pedidos en pequeñas cantidades para abastecer la demanda.
Relación entre actores	Establecen una relación esporádica con los transformadores y con los clientes o consumidores.	Relación entre actores	Establecen una relación esporádica con los transformadores y con los clientes o consumidores.
Precio	El precio del café en presentaciones de: 200g es de \$1,50; 400g es de \$3,00 y la libra de café es de \$4,50.	Precio	El precio de café de 200g es de \$1,75 y de 400g es de \$3,00
Riesgos	El aumento de la competencia debido a la creación de nuevas marcas de café, ya que existen marcas de café sin registro sanitario.	Riesgos	El aumento de la competencia debido a la creación de nuevas marcas de café.
Debilidades	Carece de un adecuado estudio de mercado, planes de ventas ni de marketing, que les permita mejorar su nivel de ventas, promocionando su producto y así aumentar su mercado.	Debilidades	Carece de un adecuado estudio de mercado, no promocionan continuamente su producto por lo que no puede aumentar su mercado.
Fortalezas	Comercializan uno de los mejores cafés de la provincia y el país, gracias a su aroma y el buen sabor. Cuentan con una marca propia de café y es reconocido por su calidad.	Fortalezas	Comercializan uno de los mejores cafés, ya que es de la parte alta de El Oro, gracias a su aroma y el buen sabor. Cuentan con una marca propia de café y es reconocido por su calidad.

Fuente: Anexos 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

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

Para caracterizar a cada uno de los actores de la Cadena de Valor de la Modalidad Asociativa se analizó la información recolectada del cantón Zaruma con la Asociación “San Antonio de Zaruma”, y del cantón Piñas de las asociaciones “Montubio San Martín” y “Manuel Ignacio Romero” a continuación, se especifican datos generales de cada organización.

Tabla 16 Datos generales de las asociaciones en el cantón Zaruma y Piñas

CANTÓN ZARUMA			
NOMBRE	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN	N.º SOCIOS
Asociación San Antonio de Zaruma Representada por la Sra. María del Carmen Socola	Provincia: El Oro Cantón: Zaruma	Organización de productores/as cafetaleros/as del cantón Zaruma dedicados a la producción y comercialización de cafés especiales de altura. Así mismo busca mejorar la economía de las familias asociadas, a través del mejoramiento de la producción y comercialización asociativa de café especial de altura.	21
CANTÓN PIÑAS			
NOMBRE	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN	N.º SOCIOS
Asociación San Martín Representada por el Sr. Alfredo Ochoa	Provincia: El Oro Cantón: Piñas	Organización de productores cafetaleros del cantón Piñas dedicados a la producción y comercialización de café.	21
Asociación Manuel Ignacio Romero Representada por el Sr. Carlos Jiménez	Provincia: El Oro Cantón: Piñas	La asociación busca mejorar la economía de las familias asociadas, a través del mejoramiento de la producción y comercialización asociativa del café de altura.	20

Fuente: Entrevista a los presidentes de las Asociaciones.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

a. Proveedores

La asociación se caracteriza por ser el principal proveedor de insumos de los productores asociados, gracias al apoyo que le brindan la prefectura de El Oro y los Gads Parroquiales, por lo que integran el primer eslabón de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa.

Tabla 17 Caracterización de los proveedores bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS	
VARIABLES	PROVEEDORES	VARIABLES	PROVEEDORES
Características	<p>La asociación se encarga de analizar y seleccionar la mejor semilla para dárselas a sus socios y renovar los cultivos. Así mismo se encargan de gestionar capacitaciones en temas relacionados al tratamiento de cultivos de café y la elaboración de sus propios insumos orgánicos, con la finalidad de aumentar los conocimientos de los socios y que la calidad del café no se vea afectada.</p> <p>Así mismo les brinda asistencia técnica en caso de que la necesiten.</p>	Características	<p>Las asociaciones se encargan de analizar y seleccionar la mejor semilla para dárselas a sus socios y renovar los cultivos.</p> <p>Se encargan de gestionar capacitaciones en temas relacionados al tratamiento de cultivos de café y la elaboración de sus propios insumos orgánicos.</p> <p>Así mismo les brinda asistencia técnica en caso de que la necesiten.</p>
Descripción de actividades	<p>La asociación es la principal proveedora de las semillas e insumos para el cuidado y cultivo del café para sus socios, quienes, a través de la gestión realizada por sus administradores, consiguen el apoyo de instituciones públicas, como el GAD. de Zaruma y la Prefectura de El Oro.</p>	Descripción de actividades	<p>La asociación es la principal proveedora de las semillas e insumos para el cuidado y cultivo del café para sus socios, quienes, a través de la gestión realizada por sus administradores, consiguen el apoyo de instituciones públicas, como el GAD. Municipal y el MAG.</p>

Relación entre actores	Se relacionan de manera exclusiva con los productores asociados a “San Antonio de Zaruma”	Relación entre actores	Se relacionan de manera exclusiva con los productores asociados a “Asociación Montubio San Martín” y “Manuel Ignacio Romero”
Precio	Las plántulas de vivero tienen un precio que van desde 0,25 centavos hasta los 35 centavos.	Precio	Las plántulas de vivero tienen un precio que van desde 0,20 centavos hasta los 0,30 centavos.
Riesgos	Corren el riesgo de que los insumos no se usen de manera adecuada y la producción se vea afectada.	Riesgos	Corren el riesgo de que los insumos no se usen de manera adecuada y la producción se vea afectada.
Debilidades	No poder abastecer a los productores con los insumos necesarios para los cultivos debido a la falta de recursos económicos. Poca comunicación entre directivos y socios.	Debilidades	No poder abastecer a los productores con los insumos necesarios para los cultivos debido a la falta de recursos económicos.
Fortalezas	Ofrecen asistencia técnica a los productores, además se aseguran de que la materia prima e insumos adquiridos cumplan con los estándares de calidad necesarios y se usen de la manera correcta para obtener café 100% orgánico. Poseen semillas que aseguran el rendimiento y la calidad, en base a resultados de sus cafetales.	Fortalezas	Ofrecen asistencia técnica a los productores, además se aseguran de que la materia prima e insumos adquiridos cumplan con los estándares de calidad necesarios y se usen de la manera correcta.

Fuente: Anexos 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

b. Productores

En el segundo eslabón se encuentran los productores que pertenecen a la asociación. Los productores deben entregar toda la producción exclusivamente a la asociación a la que pertenecen, en sacos de 125 libras de café para ser sometidas a pruebas de rendimiento para determinar la calidad.

Tabla 18 Caracterización de los productores bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS	
VARIABLES	PRODUCTORES	VARIABLES	PRODUCTORES
Características	<ul style="list-style-type: none"> • El productor posee un promedio de 1,5 hectáreas de terreno destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 2800 plantas por hectárea. • El 100% de los productores de la modalidad asociativa es propietario del terreno en el que cultivan el café. • El 55% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café, mientras que el 45% no ha recibido ninguna capacitación. • Las variedades de café más representativas son: la Sachimor (24%), San Salvador (19%), Típica mejorada (16%), Bourbon Sidra (15%) y Catimor (12%). • El 31% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, matamontes y otros insumos de carácter agroquímico; el 55% usa abono y el 45% utiliza fungicidas. • La edad promedio de la plantación de café es de 11 años. • El tiempo de renovación del cultivo de café es de 4 años. 	Características	<ul style="list-style-type: none"> • El productor asociado posee un promedio de 2.5 hectáreas de terreno destinadas a la producción de café, mismas que abarcan un promedio de 2000 plantas. • El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café. • El 69% de los caficultores asociados fue capacitado en temas relacionados al café, mientras que el 31% no ha recibido ninguna capacitación. • Las variedades de café más representativas son: la Sachimor (25%), San Salvador (24%), Bourbon Sidra (19%), Catimor (17%) y Típica Mejorada (9%). • El 23% de cultivos son de carácter orgánico, han eliminado el uso de insecticidas, fungicidas, matamontes y otros insumos de carácter agroquímico y el 77% usa abono. • La edad promedio de la plantación de café es de 12 años. • El tiempo de renovación del cultivo de café es de 5 años. • El 77% son pequeños productores con una producción anual de menos de 3 quintales de café

-
- El 82% son pequeños productores con una producción anual de menos de 3 quintales de café y el 18% son productores medianos que están de 4 a 9 quintales de café al año.
 - El 73% de los productores tienen cultivo temporal, el 18% tiene cultivo bajo condiciones de riego y el 9% de ambos.
 - El 36% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 9% brinda la alimentación a los trabajadores a parte del salario.
 - El 73% de sus compradores a la hora de comprar el café se fijan en el aroma, el 18% en el tamaño del grano y el 27% en el peso.
 - El 73% de los productores no reciben ayuda de otras instituciones, mientras que el 27% recibe ayuda del GAD Parroquial y la prefectura de El Oro.
 - El 45% de los productores de café señala que el principal problema al que se enfrentan son los problemas de riego y las enfermedades de los cultivos, el 18% considera que son los cambios climáticos y los precios inestables.
 - El 18% de los productores tienen otra fuente de ingreso aparte de la producción de café, como es la albañilería y la agricultura.

- y el 23% son productores medianos que están de 4 a 9 quintales de café al año.
- El 92% de los productores tienen cultivo temporal y el 8% tiene cultivo bajo condiciones de riego.
- El 62% de los productores contrata trabajadores para la época de siembra, para el deshierbe y la cosecha; de los cuales el 23% brinda la alimentación a los trabajadores a parte del salario.
- El 54% de sus compradores a la hora de comprar el café se fijan en el aroma y el 23% se fijan en el tamaño del grano y en el peso.
- El 69% de los productores no reciben ayuda de otras instituciones, mientras que el 31% recibe ayuda del GAD Parroquial y la prefectura de El Oro.
- El 62% de los productores de café señala que el principal problema al que se enfrentan son las enfermedades de los cultivos, el 38% en precios inestables, el 15% considera que son los cambios climáticos y el 8% a poco acceso a financiamiento.
- El 23% de los productores tienen otra fuente de ingreso aparte de la producción de café, como es la albañilería.
- Los productores de café independientes tienen una edad promedio de 45 años. El 100% son

	<ul style="list-style-type: none"> • Los productores de café independientes tienen una edad promedio de 45 años. El 73% son hombres y el 27% son mujeres. El 91% tienen educación primaria y el 9% bachillerato. • Llevan un promedio de 25 años trabajando como caficultores. • El 100% de los productores tienen seguro; de ellos el 82% tiene seguro campesino y el 18% del seguro general. 		<p>hombres. El 77% tienen educación primaria y el 23% bachillerato.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llevan un promedio de 32 años trabajando como caficultores. <p>El 100% de los productores tienen seguro; de ellos el 92% tiene seguro campesino y el 8% del seguro general.</p>
Descripción de actividades	El productor asociado es la persona encargada del manejo de la tierra, siembra de café, realiza los controles de plagas y enfermedades para que la planta desarrolle adecuadamente, asegurándose que el café sea de calidad y 100% orgánico para su posterior cosecha y luego ser enviado a la asociación.	Descripción de actividades	El productor asociado es la persona encargada del manejo de la tierra, siembra de café, realiza los controles de plagas y enfermedades para que la planta desarrolle adecuadamente, asegurándose que el café sea de calidad para su posterior cosecha y luego ser enviado a la asociación.
Relación entre actores	Se relacionan exclusivamente con la asociación “San Antonio de Zaruma”	Relación entre actores	Se relacionan exclusivamente con las asociaciones “Asociación Montubio San Martín” y “Manuel Ignacio Romero”
Precio	El precio que pagan los productores por quintal de café en cereza es de \$100 y pilado es de \$128.	Precio	El precio que pagan los productores por quintal de café en cereza es de \$100,00 y pilado de \$120,00.
Riesgos	El factor climático que pueden afectar a los cultivos y las plagas y enfermedades como es la roya.	Riesgos	El factor climático que pueden afectar a los cultivos y las enfermedades como es la roya.
Debilidades	Las personas jóvenes están abandonando el campo para emigrar a las ciudades, por lo que cada vez van disminuyendo los cultivos de café	Debilidades	Los jóvenes están abandonando el campo para emigrar a las ciudades y van disminuyendo los cultivos de café

Fortalezas	Dispuestos a trabajar en equipo y aprender para mejorar sus cultivos y el café que producen es 100% orgánico, por lo que obtienen mejores precios por él.	Fortalezas	Dispuestos a trabajar en equipo para mejorar sus cultivos y el café que producen es de buena calidad, por lo que obtienen mejores precios por él.
-------------------	---	-------------------	---

Fuente: Anexos 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 65, 66, 67

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

c. Acopiadores

El tercer eslabón es el de acopio, esta función es realizada por la asociación. El café es seleccionado, clasificado y almacenado en lotes para posteriormente ser vendido o transformado.

Tabla 19 Caracterización de los acopiadores bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS	
VARIABLES	ACOPIADORES	VARIABLES	ACOPIADORES
Características	La asociación acopia un promedio de 300 quintales al año. Realiza controles al café para verificar que cumpla estándares de calidad, estos controles son: tamaño del grano, olor del café, grado de humedad del grano de café y luego se procede a clasificar en mallas.	Características	La asociación “Montubio San Martín” acopia un promedio de 130 quintales al año. Realiza controles al café para verificar que cumpla estándares de calidad, estos controles son: tamaño del grano, olor del café, grado de humedad del grano de café y luego se procede a clasificar en mallas.
Descripción de actividades	Reúnen la producción que los socios les entregan, para realizarle pruebas y determinar la calidad del grano y poder determinar su precio.	Descripción de actividades	Reúnen la producción que los socios les entregan, para realizarle pruebas y determinar la calidad del grano y poder determinar su precio.

	Una vez receptado el café pilado de los socios se somete a pruebas de eficacia para luego clasificarlo según el tamaño del grano para ser distribuido en lotes.		Una vez receptado el café de los socios se somete a pruebas para luego clasificarlo según el tamaño del grano para ser distribuido en lotes.
Relación entre actores	Se relacionan de forma exclusiva con los productores asociados del cantón.	Relación entre actores	Se relacionan de forma exclusiva con los productores asociados del cantón.
Precio	El precio promedio por el trillado de café es de \$5 por quintal	Precio	El precio promedio por el trillado de café en la asociación es de \$5,00 por quintal.
Riesgos	Que exista una escasa producción de café y que no cumpla con la calidad necesaria. Aplicación de nuevas normativas por parte del Gobierno que desmotiven la inversión en la producción de café. Inseguridad ya que pueden ser víctimas de robo.	Riesgos	Que exista una escasa producción de café y que no cumpla con la calidad necesaria. Aplicación de nuevas normativas por parte del Gobierno que desmotiven la inversión en la producción de café.
Debilidades	No tener el capital suficiente para comprar más café a los productores o para la creación de nuevos proyectos dentro de la asociación.	Debilidades	No tener el capital suficiente para la creación de nuevos proyectos dentro de la asociación, donde sean beneficiados todos los socios.
Fortalezas	Tienen la infraestructura necesaria para el correcto almacenamiento del café acopiado de los socios. Son una organización con personería jurídica.	Fortalezas	Tienen la infraestructura necesaria para el correcto almacenamiento del café acopiado de los socios. Son una organización con personería jurídica.

Fuente: Anexos 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

d. Transformadores

Una vez realizado el acopio, el siguiente proceso es el de transformación, esta función también es realizada por la asociación, quien realiza los controles necesarios dentro del proceso, el cual consiste en tostar, moler y empacar.

Tabla 20 Caracterización de los transformadores bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS	
VARIABLES	TRANSFORMADORES	VARIABLES	TRANSFORMADORES
Características	<p>La asociación se encarga de transformar el café para su venta.</p> <p>Cuenta con maquinaria necesaria: molino industrial, tostadora, secadora, empacadora y balanza que les permite transformar el café para su comercialización y tienen instalaciones estandarizadas para cada proceso.</p>	Características	<p>Las asociaciones se encargan de transformar el café para su venta.</p> <p>Cuenta con maquinaria necesaria: molino industrial, tostadora, secadora, empacadora y balanza que les permite transformar el café para su comercialización y tienen instalaciones estandarizadas para cada proceso.</p>
Descripción de actividades	<p>El proceso de transformación inicia clasificándolo luego sigue con el tostado del café, para después ser molido, posteriormente se pesa y finalmente se empaca el café en fundas especiales para la comercialización.</p>	Descripción de actividades	<p>El proceso de transformación inicia clasificándolo luego sigue con el tostado del café, para después ser molido, posteriormente se pesa y finalmente se empaca el café para la comercialización.</p>
Relación entre actores	<p>Se relacionan formalmente con quien se encarga del acopio dentro de la asociación y con los comercializadores quienes se encargan de vender el producto terminado.</p>	Relación entre actores	<p>Se relacionan formalmente con quien se encarga del acopio dentro de la asociación y con los comercializadores quienes se encargan de vender el producto terminado.</p>
Precio	<p>El precio del proceso de Tostado, molido y empacado de un quintal de café es de \$50,00.</p>	Precio	<p>El precio del proceso de Tostado, molido y empacado de un quintal de café en la asociación “Montubio San Martin” es de \$40,00 y en la asociación “Manuel Ignacio Romero” es de \$37,00</p>
Riesgos	<p>Contrabando de café a precios más bajos y la aparición de competidores que comercialicen café con precios y calidad menores.</p>	Riesgos	<p>Contrabando de café y la aparición de competidores que comercialicen café con una baja calidad.</p>

Debilidades	La falta de capital para invertir en maquinaria y equipos avanzados que permitan aumentar la capacidad de transformación.	Debilidades	La falta de capital para invertir en maquinaria y equipos avanzados que permitan aumentar la capacidad de transformación.
Fortalezas	Tienen gran reconocimiento en el mercado gracias a su trayectoria y la calidad de su café. Reciben ayuda por parte de las instituciones públicas como es el MAG y cuentan con mano de obra calificada con conocimiento en temas relacionados con el café.	Fortalezas	Tienen gran reconocimiento en el mercado gracias a su trayectoria y la calidad de su café. Reciben ayuda por parte de las instituciones públicas como es el MAG y cuentan con mano de obra calificada con conocimiento en temas relacionados con el café.

Fuente: Anexos 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94,95.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

e. Comercializadores

Por último, la asociación realiza la función de comercializadores, ya que venden el café tostado y molido, este café cuenta con una marca patentada y registro sanitario, que hacen que el producto tenga garantías de su calidad, bajo la marca “San Antonio de Zaruma” del cantón Zaruma y “CapiOro” del cantón Piñas.

Tabla 21 Caracterización de los comercializadores bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA		CANTÓN PIÑAS	
VARIABLES	COMERCIALIZADORES	VARIABLES	COMERCIALIZADORES
Características	En este caso la asociación cumple el rol de comercializar el café molido “San Antonio de Zaruma” en presentación de 400 g, su principal mercado es a nivel local y un poco a ciudades como Machala, Loja, Cuenca y Guayaquil.	Características	En este caso la asociación cumple el rol de comercializar el café molido en presentación de 200g y 400g, su principal mercado es a nivel local y un poco nacional, a ciudades como Machala, Loja y Quito; bajo la marca “CapiOro”

Descripción de actividades	Se encargan de empacar el café en fundas especiales, además realizan el control del peso que debe tener cada presentación y finalmente se encargan de comercializar el café molido a los clientes.	Descripción de actividades	Se encargan de empacar el café en fundas especiales, además realizan el control del peso que debe tener cada presentación y finalmente se encargan de comercializar el café molido a los clientes.
Relación entre actores	Se relacionan exclusivamente con los clientes.	Relación entre actores	Se relacionan exclusivamente con los clientes.
Precio	El precio de la funda de café de 400g es de \$3,50	Precio	El precio de café que vende en presentación de 200g es de \$1,50 y de 450g a \$3,50
Riesgos	La falta de mercado para la venta del café y la aparición de nuevas marcas de café en el mercado.	Riesgos	La falta de mercado para la venta del café y la aparición de nuevas marcas de café en el mercado.
Debilidades	Falta de estrategias de marketing para la comercialización del producto y posicionamiento del mismo. Baja producción de café para satisfacer la demanda del mercado nacional.	Debilidades	Falta de estrategias de marketing para la comercialización del producto y posicionamiento del mismo. Baja producción de café para satisfacer la demanda del mercado nacional.
Fortalezas	La asociación tiene altos estándares de calidad, por lo que podrían aprovechar este reconocimiento para ampliar su mercado.	Fortalezas	La asociación tiene altos estándares de calidad, por lo que podrían aprovechar este reconocimiento para ampliar su mercado.

Fuente: Anexos 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103.

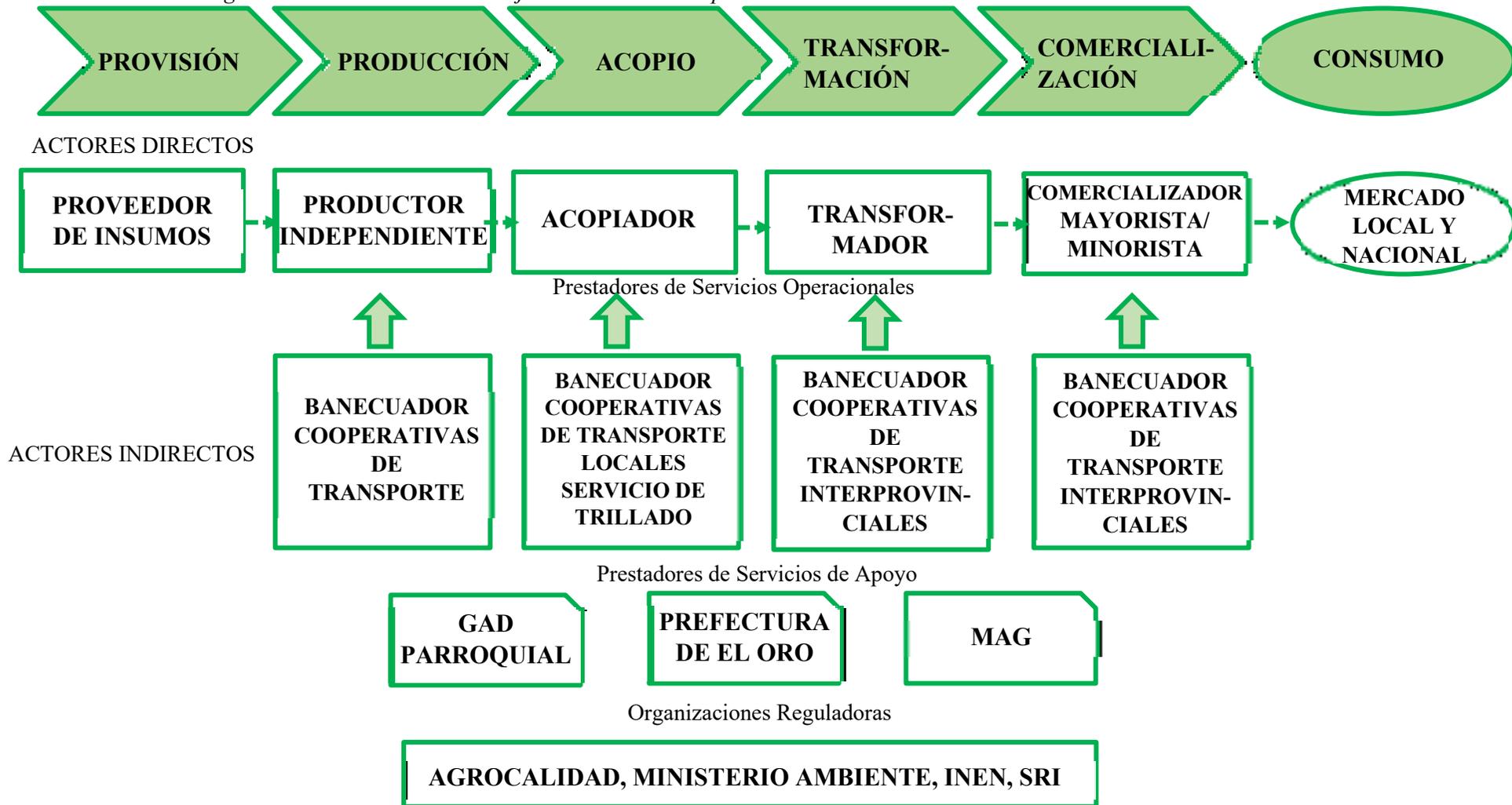
Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Objetivo Específico 3. “Diagramar la Cadena de Valor del Café Bajo la Modalidad Independiente y Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas”

Para dar cumplimiento a este objetivo se analizó la información obtenida de cada uno de los caficultores en su modalidad de trabajo, en base a este análisis, se procede a estructurar y diagramar las cadenas de valor en las dos modalidades.

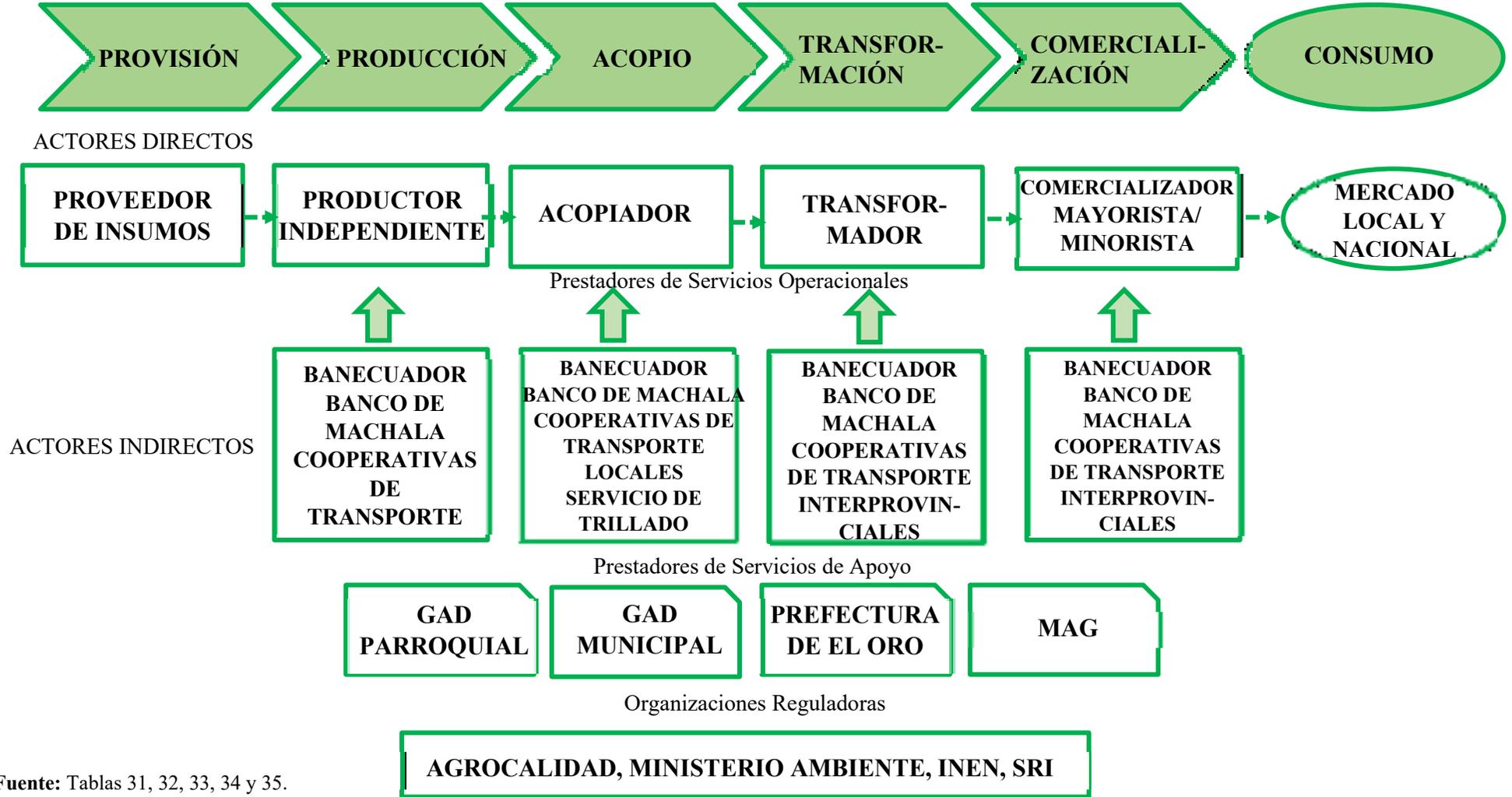
En dicha diagramación, se empleó la simbología ValueLinks para la caracterización de la cadena de valor, expuesta en la guía metodológica (Tabla 4), determinando las estructuras señaladas a continuación, es importante aclarar que, además, se ha representado el mapeo de costos en los que incurre ambas cadenas de valor, con base a la información que se ha podido obtener de los actores implicados en cada proceso

Ilustración 9 Diagrama de la cadena de valor bajo la Modalidad Independiente en el cantón Zaruma



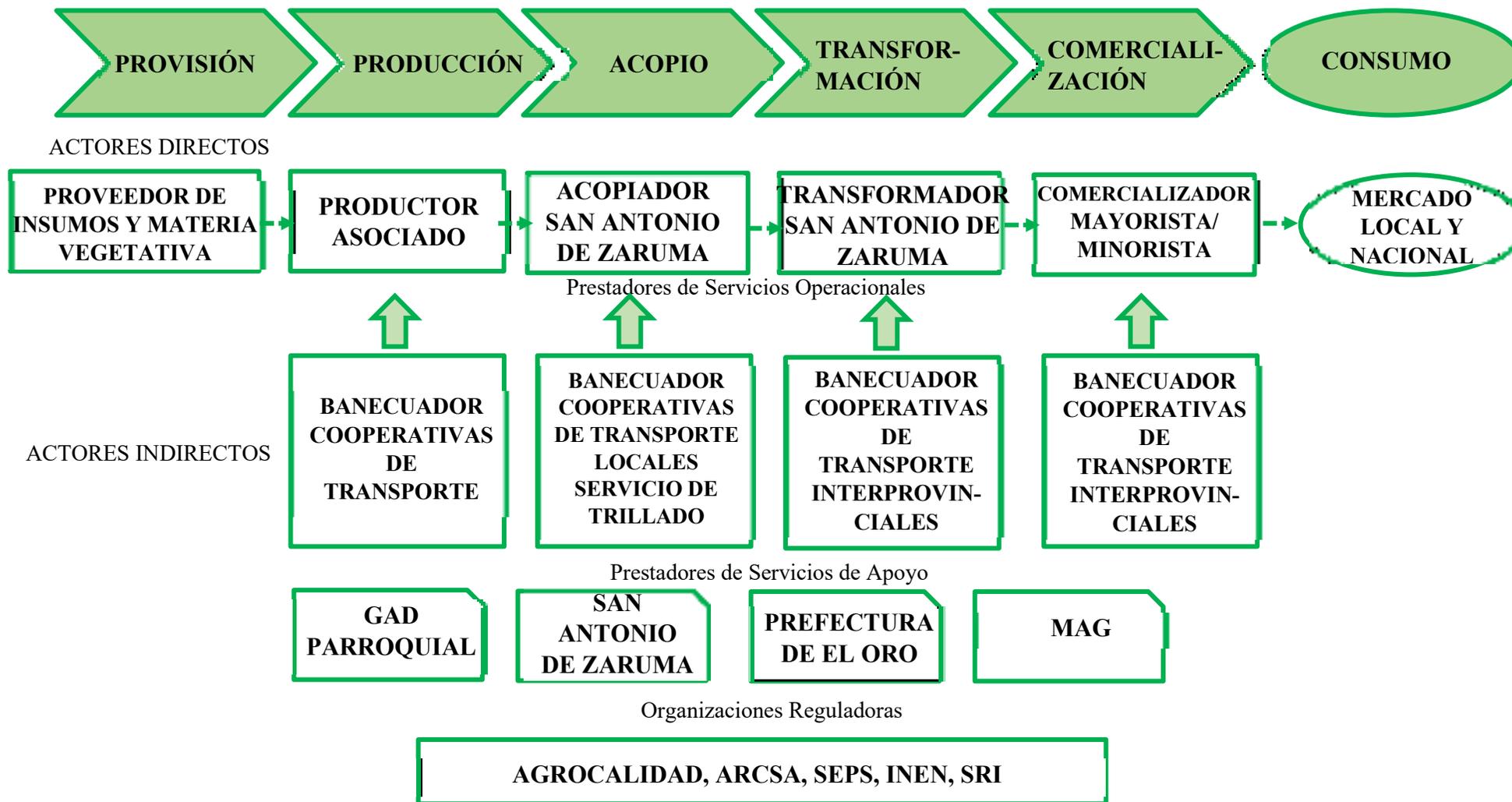
Fuente: Tablas 9,10, 11, 12 y 13.
Elaboración: Salomé Peralta Apolo.

Ilustración 10 Diagrama de la cadena de valor bajo la Modalidad Independiente en el cantón Piñas



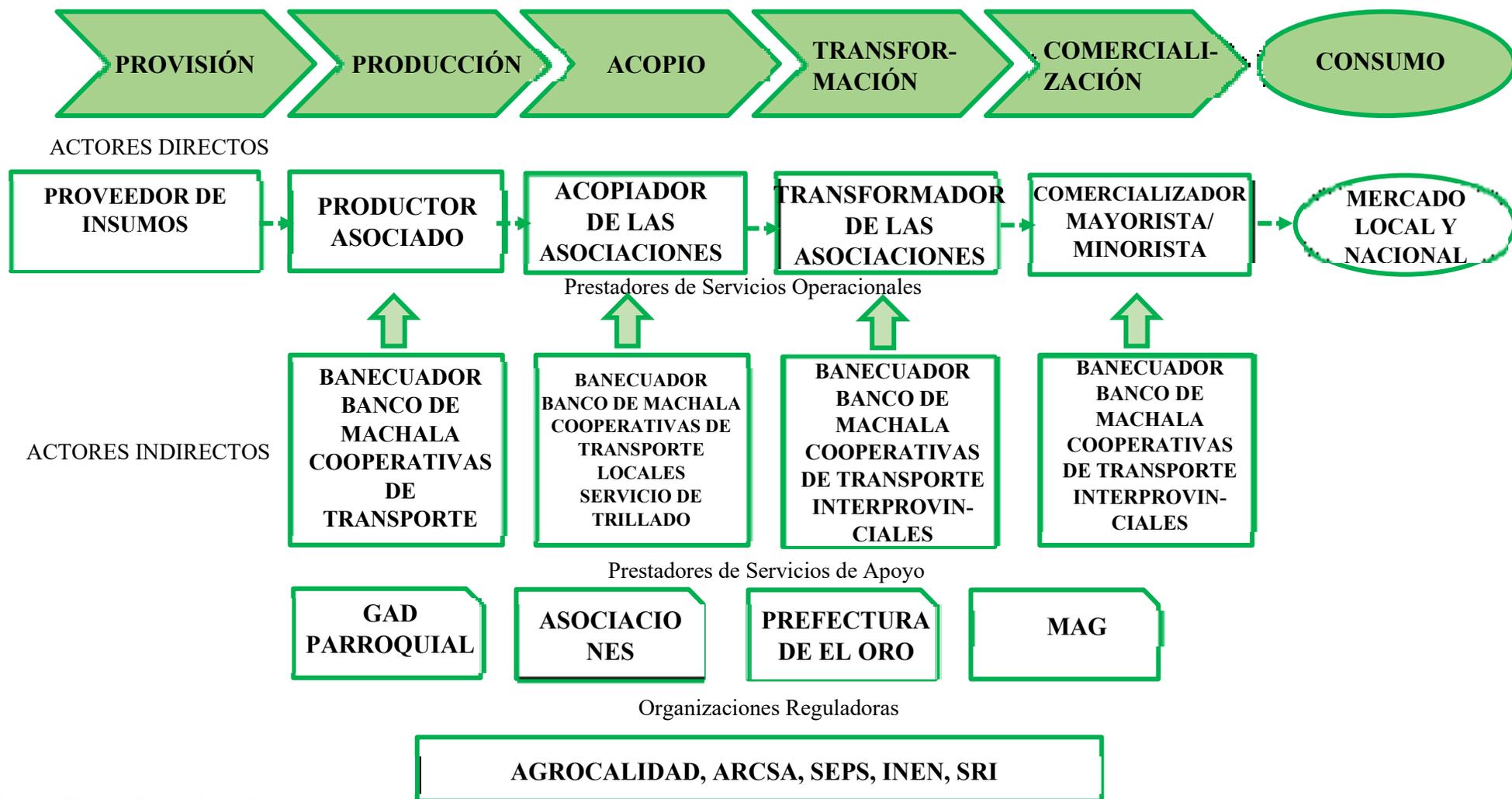
Fuente: Tablas 31, 32, 33, 34 y 35.
 Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Ilustración 11 Diagrama de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma



Fuente: Tablas 15, 16, 17, 18 y 19.
 Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Ilustración 12 Diagrama de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Piñas



Fuente: Tablas 37, 38, 39, 40 Y 41.
 Elaboración: Salomé Peralta Apolo.

Mapeo de Costos

En las siguientes tablas (22, 23, 24 y 25) se establecen los costos inmersos en el procesamiento del café tanto en la cadena de valor independiente como asociativa del cantón Zaruma y Piñas, para lo cual se ha hecho uso de las siguientes categorías: de manera verticalmente, se pueden observar: **1°** el Precio de compra de un quintal, **2°** los Costos que permiten generar valor agregado, **3°** la Utilidad obtenida y **4°** el Precio en que vende el quintal de café al siguiente actor de la cadena de valor.

De manera horizontalmente se encuentran ubicados los eslabones de: **Producción**, en donde se incluyen los procesos de siembra, control, nutrición, cosecha y pos cosecha hasta obtener un quintal de café en estado en el que se comercializa; **Acopio**, donde se encuentran los procesos de trillar, clasificar y limpiar el café; **Transformación**, en donde se tuesta, muele y empaca el café, **Comercialización**, en donde se incluyen los costos para la distribución del producto y **Consumo**, es la etapa en la que el producto llega al cliente final.

Tabla 22 Mapeo de costos de la cadena de valor bajo la Modalidad Independiente en el cantón Zaruma

	PRODUCCIÓN Café cereza	ACOPIO Café pilado	TRANSFORMACIÓN Café tostado y molido	COMERCIALIZACIÓN Unidades 400 g	CONSUMO
4° PRECIO DE VENTA	\$105,00	\$125,00	\$230,00	\$3,00	\$3,00
3° UTILIDAD	\$15,00	\$13,00	\$45,00	\$0,50	-
2° COSTOS	\$90,00	\$7,00	\$35,00	\$0.10	-
1° PRECIO DE COMPRA (USD/QQ)	-	\$105,00	\$150,00	\$2,40	-

Fuente: Encuestas

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Tabla 23 Mapeo de costos de la cadena de valor bajo la Modalidad Independiente en el cantón Piñas

	PRODUCCIÓN Café cereza	ACOPIO Café pilado	TRANSFORMACIÓN Café tostado y molido	COMERCIALIZACIÓN Unidades 400 g	CONSUMO
4° PRECIO DE VENTA	\$100,00	\$130,00	\$220,00	\$3,00	\$3,00
3° UTILIDAD	\$15,00	\$25,00	\$40,00	\$0,50	-
2° COSTOS	\$85,00	\$5,00	\$30,00	\$0.10	-
1° PRECIO DE COMPRA (USD/QQ)	-	\$100,00	\$150,00	\$2,40	-

Fuente: Encuestas

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Tabla 24 Mapeo de costos de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma

	PRODUCCIÓN Café cereza	ACOPIO Café pilado	TRANSFORMACIÓN Café tostado y molido	COMERCIALIZACIÓN Unidades 400 g	CONSUMO
4° PRECIO DE VENTA	\$100,00	\$128,00	\$220,00	\$3,50	\$3,50
3° UTILIDAD	\$20,00	\$23,00	\$35,00	\$0,60	-
2° COSTOS	\$80,00	\$5,00	\$50,00	\$0.15	-
1° PRECIO DE COMPRA (USD/QQ)	-	\$100,00	\$135,00	\$2,75	-

Fuente: Encuestas

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Tabla 25 Mapeo de costos de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Piñas

	PRODUCCIÓN Café cereza	ACOPIO Café pilado	TRANSFORMACIÓN Café tostado y molido	COMERCIALIZACIÓN Unidades 450 g.	CONSUMO
4° PRECIO DE VENTA	\$105,00	\$125,00	\$215,00	\$3,50	\$3,50
3° UTILIDAD	\$15,00	\$15,00	\$40,00	\$0,65	-
2° COSTOS	\$90,00	\$5,00	\$40,00	\$0.15	-
1° PRECIO DE COMPRA (USD/QQ)	-	\$105,00	\$135,00	\$2,70	-

Fuente: Encuestas

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Objetivo Específico 4. “Comparar las cadenas de valor del Café bajo las Modalidades Independiente y Asociativa en el Cantón Zaruma y Piñas”.

Para dar cumplimiento al cuarto objetivo específico, se compara los diferentes actores de la cadena de valor bajo las modalidades: Independiente y Asociativa, a continuación, se realiza una comparación entre las características de cada uno de los actores que las integran, las actividades que realizan, la relación entre ellos, los costos, los riesgos, las debilidades y las fortalezas que tienen:

Tabla 26 Matriz comparativa de los proveedores de la cadena de valor en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA			CANTÓN PIÑAS		
VARIABLES	PROVEEDORES MODALIDAD INDEPENDIENTE	PROVEEDORES MODALIDAD ASOCIATIVA	VARIABLES	PROVEEDORES MODALIDAD INDEPENDIENTE	PROVEEDORES MODALIDAD ASOCIATIVA
Características	El principal proveedor de semillas y plántulas de café es el GAD Parroquial. Ofrecen productos agroquímicos como matamontes, fungicidas y abono para los cultivos de café.	La asociación es la principal proveedora de las semillas e insumos, consiguen el apoyo de GAD Municipal de Zaruma y la Prefectura de El Oro. La asociación se encarga de analizar y seleccionar la mejor semilla para dárselas a sus socios y renovar los cultivos.	Características	El principal proveedor de semillas y plántulas de café es el GAD Parroquial. También existen proveedores de semilla y plántulas de café que trabajan de manera particular, ubicados en el cantón Piñas, que ofrecen a sus clientes asistencia técnica como garantía por la compra.	Las asociaciones se encargan de analizar y seleccionar la mejor semilla para dárselas a sus socios y renovar los cultivos. Se encargan de gestionar capacitaciones en temas relacionados al tratamiento de cultivos de café. Les brinda asistencia técnica en caso de que la necesiten.

Descripción de actividades	Una vez adquirida la semilla los proveedores brindan indicaciones para el sembrado. La supervisión de las plántulas de café lo realiza un técnico del MAG.	La asociación selecciona la mejor semilla para entregarles a los socios. La supervisión la hacen los mismos productores.	Descripción de actividades	Abastecen a los productores de café de insumos agrícolas necesarios para el cuidado y cultivo del café, como abonos, matamontes y fungicidas.	La asociación es la principal proveedora de las semillas e insumos que consiguen el apoyo de instituciones públicas, como el GAD. Municipal y el MAG.
Relación entre actores	Se relacionan directamente con los productores	Se relacionan de manera exclusiva con los productores asociados a “San Antonio de Zaruma”	Relación entre actores	Se relacionan directamente con los productores del cantón de forma esporádica.	Se relacionan de manera exclusiva con los productores asociados de “Asociación Montubio San Martin” y “Manuel Ignacio Romero”
Precio	Kilo de semilla desde \$6,50 hasta los \$25,00 Plántulas de vivero entre 0,25 ctvs. y 0,40 ctvs Matamontes \$10,00 el litro Fungicida desde \$20,00 hasta los \$27 el litro Abono orgánico \$7,00 el quintal.	Las plántulas de vivero tienen un precio que van desde 0,25 centavos hasta los 35 centavos.	Precio	Kilo de semilla desde \$6,00 hasta los \$20,00 Plántulas de vivero tienen un precio entre 0,20 ctvs. y 0,40 ctvs. Matamontes \$8,00 el litro Fungicida desde \$15,00 a \$20,00 el litro Abono orgánico \$8,00 dólares el quintal.	Las plántulas de vivero tienen un precio que van desde 0,20 centavos hasta los 0,30 centavos.

Riesgos	Aumento de cultivos de tipo orgánico en el sector por lo que el uso de productos agroquímicos ya se deja de usar	Corren el riesgo de que los insumos no se usen de manera adecuada y la producción se vea afectada.	Riesgos	Aumento de cultivos de tipo orgánico por lo que el uso de productos agroquímicos ya se deja de usar. La pérdida de insumos en los meses de menores ventas.	Corren el riesgo de que los insumos no se usen de manera adecuada y la producción se vea afectada.
Debilidades	No poder abastecer a los productores con los insumos necesarios para los cultivos debido a la falta de capital. Los productos son con periodos de caducidad cortos, por lo que sería una pérdida económica.	No poder abastecer a los productores con los insumos necesarios para los cultivos debido a la falta de recursos económicos. Poca comunicación entre los directivos y socios.	Debilidades	No poder abastecer a los productores con los insumos necesarios para los cultivos debido a la falta de capital.	No poder abastecer a los productores con los insumos necesarios para los cultivos debido a la falta de recursos económicos.
Fortalezas	Ofrecen asistencia técnica a sus clientes y les dan las indicaciones necesarias para aplicar algún producto al cultivo de café.	Ofrecen asistencia técnica a los productores. Poseen semillas que aseguran el rendimiento y la calidad, en base a resultados de sus cafetales.	Fortalezas	Ofrecen asistencia técnica a sus clientes y les dan las indicaciones necesarias para aplicar algún producto al cultivo de café.	Ofrecen asistencia técnica a los productores, además se aseguran de que la materia prima adquiridos cumplan con los estándares de calidad y se usen de la manera correcta.

Fuente: Tabla 9, 15, 31 y 37.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Tabla 27 Matriz comparativa de los productores de la cadena de valor en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA			CANTÓN PIÑAS		
VARIABLES	PRODUCTORES MODALIDAD INDEPENDIENTE	PRODUCTORES MODALIDAD ASOCIATIVA	VARIABLES	PRODUCTORES MODALIDAD INDEPENDIENTE	PRODUCTORES MODALIDAD ASOCIATIVA
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Pertenecen el 59% de productores. • El productor posee un promedio de 2 hectáreas de terreno de producción de café. • Abarcan un promedio de 2500 plantas. • El 94% es propietario del terreno en el que cultivan el café. • El 31% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café. • Las variedades de café más representativas son: la Sachimor (32%), Bourbon Sidra (28%), San Salvador (25%), Catucaí (18%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pertenecen el 41% de productores. • El productor posee un promedio de 1,5 hectáreas de terreno de producción de café. • Abarcan un promedio de 2800 plantas. • El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café. • El 55% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café. • Las variedades de café más representativas son: la Sachimor (24%), San Salvador (19%), Típica Mejorada 	Características	<ul style="list-style-type: none"> • Pertenecen el 52% de productores. • Posee un promedio de 2 hectáreas de terreno de producción de café. • Abarcan un promedio de 1900 plantas. • El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café. • El 29% de los caficultores fue capacitado en temas relacionados al café. • Las variedades de café más representativas son: la Sachimor (24%), San Salvador (21%), Catimor (19%), Bourbon Sidra (18%) y Típica Mejorada (15%). 	<ul style="list-style-type: none"> • Pertenecen el 48% de productores. • Posee un promedio de 2.5 hectáreas de terreno de producción de café. • Abarcan un promedio de 2000 plantas. • El 100% es propietario del terreno en el que cultivan el café. • El 69% de los caficultores asociados fue capacitado en temas relacionados al café. • Las variedades de café más representativas son: la Sachimor (25%), San Salvador (24%), Bourbon Sidra (19%), Catimor (17%) y Típica Mejorada (9%).

<p>y Típica Mejorada (17%).</p> <ul style="list-style-type: none"> • La edad promedio de la plantación de café es de 10 años. • El tiempo de renovación del cultivo es de 3 años. • El 75% son pequeños productores y el 25% medianos productores. • El 31% de los productores contrata trabajadores. • El 19% recibe ayuda del GAD Parroquial. • El 44% se enfrentan a enfermedades de los cultivos, el 31% a los cambios climáticos y el 25% a los precios inestables. • Tienen una edad promedio de 50 años. • El 88% son hombres y el 12% son mujeres. 	<p>(16%), Bourbon Sidra (15%) y Catimor (12%).</p> <ul style="list-style-type: none"> • La edad promedio de la plantación de café es 11 años. • El tiempo de renovación del cultivo es de 4 años. • El 82% son pequeños productores y el 18% medianos productores. • El 36% de los productores contrata trabajadores. • El 27% recibe ayuda del GAD Parroquial y la prefectura de El Oro. • El 45% se enfrentan a enfermedades de los cultivos, el 18% a los cambios climáticos y los precios inestables. 	<ul style="list-style-type: none"> • La edad promedio de la plantación de café es de 8 años. • El tiempo de renovación del cultivo de café es de 4 años. • El 64% son pequeños productores y el 29% son productores medianos. • El 79% de los productores tienen cultivo temporal, el 7% tiene cultivo bajo condiciones de riego y el 14% de ambos. • El 43% de los productores contrata trabajadores. • El 14% recibe ayuda del GAD Parroquial y la prefectura de El Oro. • El 36% se enfrentan a enfermedades de los cultivos, el 21% a los 	<ul style="list-style-type: none"> • La edad promedio de la plantación de café es de 12 años. • El tiempo de renovación del cultivo de café es de 5 años. • El 77% son pequeños productores y el 23% son productores medianos. • El 92% de los productores tienen cultivo temporal y el 8% tiene cultivo bajo condiciones de riego. • El 62% de los productores contrata trabajadores. • El 31% recibe ayuda del GAD Parroquial y la prefectura de El Oro. • El 62% se enfrentan a las enfermedades de los cultivos, el 38% a precios inestables, el 15% considera que son
--	---	--	---

<ul style="list-style-type: none"> • Llevan un promedio de 30 años trabajando como caficultores. • El 63% de los productores tienen seguro; de ellos el 50% tiene seguro campesino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen una edad promedio de 45 años. • El 73% son hombres y el 27% son mujeres. • Llevan un promedio de 25 años trabajando como caficultores. • El 100% tienen seguro; de ellos el 82% tiene seguro campesino. 	<p>cambios climáticos y a los precios inestables.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tienen una edad promedio de 48 años. • El 93% son hombres y el 7% son mujeres. • Llevan un promedio de 27 años trabajando como caficultores. El 71% de los productores tienen seguro; de ellos el 57% tiene seguro campesino. <p>los cambios climáticos y el 8% a poco acceso a financiamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tienen una edad promedio de 45 años. • El 100% de productores son hombres. • Llevan un promedio de 32 años trabajando como caficultores. El 100% de los productores tienen seguro; de ellos el 92% tiene seguro campesino.
<p>Descripción de actividades</p> <p>Los productores son quienes se encargan de la preparación del vivero, siembra, control de plagas y enfermedades del cultivo; de la cosecha y secado del café.</p>	<p>Descripción de actividades</p> <p>El productor asociado es la persona encargada del manejo de la tierra, siembra de café, realiza los controles de plagas y enfermedades para que la planta desarrolle adecuadamente, asegurándose que el café sea de calidad y</p>	<p>Descripción de actividades</p> <p>Los productores son quienes se encargan de la preparación del vivero, siembra, control de plagas y enfermedades del cultivo; de la cosecha y secado del café.</p> <p>El productor asociado es la persona encargada del manejo de la tierra, siembra de café, realiza los controles de plagas y enfermedades para que la planta desarrolle adecuadamente, asegurándose que el café sea de calidad para</p>

		100% orgánico para su posterior cosecha y luego ser enviado a la asociación.		su posterior cosecha y luego ser enviado a la asociación.
Relación entre actores	Se relacionan con el acopiador y proveedor del cantón Zaruma de manera esporádica.	Se relacionan exclusivamente con la asociación “San Antonio de Zaruma”	Relación entre actores	Se relacionan con el acopiador y proveedor del cantón Piñas de manera esporádica. Se relacionan exclusivamente con las asociaciones “Asociación Montubio San Martin” y “Manuel Ignacio Romero”
Precio	El precio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: cereza \$105 y pilado \$120.	El precio que pagan los productores por quintal de café en cereza es de \$100 y pilado de \$128.	Precio	El precio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: cereza \$100 y pilado \$140. El precio que pagan los productores por quintal de café en el mercado nacional es de: cereza \$100 y pilado \$120.
Riesgos	El factor climático, las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya, que pueden afectar a los cultivos.	Las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya, que pueden afectar a los cultivos.	Riesgos	El factor climático, las plagas y enfermedades existentes en el medio como la roya, que pueden afectar a los cultivos. El factor climático que pueden afectar a los cultivos y las enfermedades como es la roya.
Debilidades	La falta de tecnificación de los procesos, por lo que existe pérdida de cafetales y carecen de compradores exclusivos.	Las personas jóvenes están abandonando el campo para emigrar a las ciudades, por lo que cada vez van	Debilidades	No llevan un registro de los controles que realizan a los cultivos, ni del costo de producción. Los jóvenes están abandonando el campo para emigrar a las ciudades, por lo que cada vez van

	No llevan un registro de los controles que realizan a los cultivos, ni del costo de producción del café debido a la falta de conocimientos.	disminuyendo los cultivos de café		del café debido a la falta de conocimientos.	disminuyendo los cultivos de café
Fortalezas	La mayor parte de los productores poseen tierra de su propiedad, la tendencia está orientada hacia el cultivo orgánico. Los miembros de la familia participan en la producción del café.	Dispuestos a trabajar en equipo y aprender para mejorar sus cultivos y el café que producen es 100% orgánico, por lo que obtienen mejores precios por él.	Fortalezas	Todos los productores poseen tierra de su propiedad. La tendencia está orientada hacia el cultivo orgánico.	Dispuestos a trabajar en equipo para mejorar sus cultivos y el café que producen es de buena calidad, por lo que obtienen mejores precios por él.

Fuente: Tabla 10, 16, 32 y 38.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Tabla 28 Matriz comparativa de los acopiadores de la cadena de valor en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA			CANTÓN PIÑAS		
VARIABLES	ACOPIADORES MODALIDAD INDEPENDIENTE	ACOPIADORES MODALIDAD ASOCIATIVA	VARIABLES	ACOPIADORES MODALIDAD INDEPENDIENTE	ACOPIADORES MODALIDAD ASOCIATIVA
Características	Para adquirir el café se fijan en el tamaño del grano de café y en el aroma del mismo.	La asociación acopia un promedio de 300 quintales al año. Realiza controles al café para verificar que	Características	Para adquirir el café se fijan en el tamaño del grano de café y en el aroma del mismo.	La asociación “Montubio San Martín” acopia un promedio de 130 quintales al año.

	Ofrecen el servicio de trillado de café a los productores locales. Compran anualmente un promedio de 100 quintales de café pilado.	cumpla estándares de calidad, estos controles son: tamaño del grano, olor del café, grado de humedad del grano de café y luego se procede a clasificar en mallas.		Ofrecen el servicio de trillado de café a los productores locales. Compran anualmente un promedio de 120 quintales de café pilado.	Realiza controles al café para verificar que cumpla estándares de calidad, estos controles son: tamaño del grano, olor del café, grado de humedad del grano de café y luego se procede a clasificar en mallas.
Descripción de actividades	Una vez que la producción llega al almacén de acopio se procede a comprobar la calidad del grano de café, verifican el peso y si cumple las condiciones de calidad lo compran, definiendo el precio dependiendo de las características del café, después lo clasifican de acuerdo a su calidad, lo almacenan y buscan el comprador.	Reúnen la producción que los socios les entregan, para realizarle pruebas y determinar la calidad del grano y poder determinar su precio. Una vez receptado el café pilado de los socios se somete a pruebas de eficacia para luego clasificarlo según el tamaño del grano para ser distribuido en lotes.	Descripción de actividades	Una vez que la producción llega al almacén de acopio se procede a comprobar la calidad del grano de café, verifican el peso y si cumple las condiciones de calidad lo compran, después lo clasifican de acuerdo a su calidad, lo almacenan y buscan el comprador.	Reúnen la producción que los socios les entregan, para realizarle pruebas y determinar la calidad del grano y poder determinar su precio. Una vez receptado el café de los socios se somete a pruebas para luego clasificarlo según el tamaño del grano para ser distribuido en lotes.
Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con los productores de las	Se relacionan de forma exclusiva con los	Relación entre actores	Se relaciona esporádicamente con los productores de las	Se relacionan de forma exclusiva con los

	parroquias del cantón Zaruma y de manera exclusiva con los transformadores de café	productores asociados del cantón.		parroquias del cantón Piñas.	productores asociados del cantón.
Precio	El precio del servicio de trillado de un quintal de café es de \$7,00	El precio promedio por el trillado de café es de \$5 por quintal	Precio	El precio del servicio de trillado de un quintal de café es de \$5,00	El precio promedio por el trillado de café en la asociación es de \$5,00 por quintal.
Riesgos	El estancamiento del café por falta de mercado Precios inestables Escasa producción de café debido a los diferentes factores que afectan a los cultivos y la inseguridad, ya que puedan ser víctimas de robo.	Escasa producción de café y que no cumpla con la calidad necesaria. Aplicación de nuevas normativas por parte del Gobierno que desmotiven la inversión en la producción de café. Inseguridad, pueden ser víctimas de robo.	Riesgos	Los riesgos que enfrentan son el estancamiento del café por falta de mercado. Precios inestables. La escasa producción de café debido a los diferentes factores que afectan a los cultivos.	Que exista una escasa producción de café y que no cumpla con la calidad necesaria. Aplicación de nuevas normativas por parte del Gobierno que desmotiven la inversión en la producción de café.
Debilidades	No cuentan con el capital suficiente para comprar mayores cantidades de café o invertir en más maquinaria, no llevan un adecuado proceso contable.	No tener el capital suficiente para comprar más café a los productores o para la creación de nuevos proyectos dentro de la asociación.	Debilidades	No cuentan con el capital suficiente para invertir en más maquinaria. No llevan un adecuado proceso contable.	No tener el capital suficiente para la creación de nuevos proyectos dentro de la asociación, donde sean beneficiados todos los socios.

Fortalezas	Tienen experiencia y son conocidos entre los productores de café del cantón Zaruma y cuenta con una infraestructura adecuada para poder acopiar el café.	Tienen la infraestructura necesaria para el correcto almacenamiento del café acopiado de los socios. Son una organización con personería jurídica.	Fortalezas	Tienen experiencia y son conocidos entre los productores de café del cantón Piñas y cuenta con una infraestructura adecuada para poder acopiar el café.	Tienen la infraestructura necesaria para el correcto almacenamiento del café acopiado de los socios. Son una organización con personería jurídica.
-------------------	--	--	-------------------	---	--

Fuente: Tablas 11, 17, 33 y 39.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Tabla 29 Matriz comparativa de los transformadores de la cadena de valor en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA			CANTÓN PIÑAS		
VARIABLES	TRANSFORMADOR ES MODALIDAD INDEPENDIENTE	TRANSFORMADOR ES MODALIDAD ASOCIATIVA	VARIABLES	TRANSFORMADOR ES MODALIDAD INDEPENDIENTE	TRANSFORMADOR ES MODALIDAD ASOCIATIVA
Características	Cuenta con maquinaria: tostadora, molino industrial y balanza; y el personal necesario para la transformación del café en grano a café tostado y molido. Tienen una capacidad de transformación promedio de 100 quintales al año. Utilizan los desechos de la transformación del	La asociación se encarga de transformar el café para su venta. Cuenta con maquinaria necesaria: molino industrial, tostadora, secadora, empacadora y balanza que les permite transformar el café para su comercialización y tienen instalaciones	Características	Se caracterizan por contar con maquinaria y el personal necesario para la transformación del café. Tienen una capacidad de transformación promedio de 120 quintales al año y no llevan ningún registro de procesamiento.	Las asociaciones se encargan de transformar el café para su venta. Cuenta con maquinaria necesaria, que les permite transformar el café para su comercialización y tienen instalaciones estandarizadas para cada proceso.

	café como abono orgánico.	estandarizadas para cada proceso.			
Descripción de actividades	<p>Inicia con la recepción del café pilado, luego lo seleccionan para enviarlo a la tostadora, donde se controla el color del tostado y el tiempo de tueste, finalizado este proceso se enfría el café y lo someten al proceso de molido. Finalmente se procede a empacar en fundas cuya unidad de medida es la libra, para luego ser comercializado.</p>	<p>El proceso de transformación inicia clasificándolo luego sigue con el tostado del café, para después ser molido, posteriormente se pesa y finalmente se empaca el café en fundas especiales para la comercialización.</p>	Descripción de actividades	<p>Inicia con la recepción del café pilado, luego lo seleccionan para enviarlo a la tostadora, se deja enfriar el café y lo someten al proceso de molido. Se procede a empacar en fundas cuya unidad de medida es la libra, para luego ser comercializado.</p>	<p>El proceso de transformación inicia clasificándolo luego sigue con el tostado del café, para después ser molido, posteriormente se pesa y finalmente se empaca el café para la comercialización.</p>
Relación entre actores	<p>Se relacionan de forma esporádica con los clientes a nivel local y nacional.</p>	<p>Se relacionan formalmente con quien se encarga del acopio dentro de la asociación y con los comercializadores quienes se encargan de vender el producto terminado.</p>	Relación entre actores	<p>Se relacionan de forma esporádica con los clientes a nivel local y nacional.</p>	<p>Se relacionan formalmente con quien se encarga del acopio dentro de la asociación y con los comercializadores quienes se encargan de vender el producto terminado.</p>

Precio	El precio de tostar y moler el café es de \$35,00 por quintal.	El precio del proceso de Tostado, molido y empacado de un quintal de café es de \$50,00	Precio	El precio de tostar y moler el café es de \$30,00 por quintal.	El precio del proceso de tostado, molido y empacado de un quintal de café en la asociación “Montubio San Martin” es de \$40,00 y en la asociación “Manuel Ignacio Romero” es de \$37,00
Riesgos	Contrabando Los que transforman el café, no obtienen garantías del producto que están transformando, ya que desconocen si el café ha sido cultivado con el uso de agroquímicos.	Contrabando de café Precios más bajos Aparición de competidores que comercialicen café con precios y calidad menores.	Riesgos	En el caso de los que transforman el café, no obtienen garantías del producto que están transformando, es decir desconocen si el café ha sido cultivado con el uso de agroquímicos.	Contrabando de café y la aparición de competidores que comercialicen café con una baja calidad.
Debilidades	No reciben ningún tipo de asesoramiento, no buscan expandir el mercado, no llevan contabilidad, ni registro de los insumos que necesitan.	La falta de capital para invertir en maquinaria y equipos avanzados que permitan aumentar la capacidad de transformación.	Debilidades	No reciben ningún tipo de asesoramiento, no llevan contabilidad, ni registro de los insumos que necesitan.	La falta de capital para invertir en maquinaria y equipos avanzados que permitan aumentar la capacidad de transformación.
Fortalezas	Cuentan con la maquinaria para realizar los procesos de transformación.	Tienen gran reconocimiento en el mercado gracias a su	Fortalezas	Cuentan con la maquinaria para realizar	Tienen gran reconocimiento en el mercado gracias a su

	trayectoria y la calidad de su café. Reciben ayuda por parte de las instituciones públicas como es el MAG.	los procesos de transformación.	de trayectoria y la calidad de su café.
--	---	---------------------------------	---

Fuente: Tablas 12, 18, 34 y 40.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Tabla 30 Matriz comparativa de los comercializadores de la cadena de valor en el cantón Zaruma y Piñas.

CANTÓN ZARUMA			CANTÓN PIÑAS		
VARIABLES	COMERCIALIZADORES MODALIDAD INDEPENDIENTE	COMERCIALIZADORES MODALIDAD ASOCIATIVA	VARIABLES	COMERCIALIZADORES MODALIDAD INDEPENDIENTE	COMERCIALIZADORES MODALIDAD ASOCIATIVA
Características	Se caracterizan por vender la mayor parte de café en pequeñas cantidades, su principal mercado es el local. Venden el café a los clientes del cantón y a clientes de Cuenca y Loja. Marcas: Café Alonso Gálvez, Café El Zarumeñito	En este caso la asociación cumple el rol de comercializar el café molido en presentación de 400g, su principal mercado es a nivel local y un poco a ciudades como Machala, Loja, Cuenca y Guayaquil. Marca: San Antonio de Zaruma	Características	Se caracterizan por vender la mayor parte de café en pequeñas cantidades, su principal mercado es el local; pero también venden el café a clientes de Loja, Quito y Machala. Sus clientes se fijan especialmente en el aroma y el color de tostado del café al	En este caso la asociación cumple el rol de comercializar el café molido en presentación de 200g y 400g, su principal mercado es a nivel local y un poco nacional, a ciudades como Machala, Loja y Quito. Su marca es CapiOro

				momento de adquirir el café. La marca es Café Don Manuelito	
Descripción de actividades	Cuentan con un local en el que se dedican a la venta de café molido, el propietario es quien atiende el local comercial, donde las mayores ventas se registran los fines de semana, realiza pedidos en pequeñas cantidades para abastecer la demanda.	Se encargan de empacar el café en fundas especiales, además realizan el control del peso que debe tener cada presentación y finalmente se encargan de comercializar el café molido a los clientes.	Descripción de actividades	Cuentan con un local en el que se dedican a la venta de café molido, las mayores ventas se registran los fines de semana.	Se encargan de empacar el café en fundas especiales, además realizan el control del peso que debe tener cada presentación y finalmente se encargan de comercializar el café molido a los clientes.
Relación entre actores	Establecen una relación esporádica con los transformadores y con los clientes	Se relacionan exclusivamente con los clientes.	Relación entre actores	Establecen una relación esporádica con los transformadores y con los clientes.	Se relacionan exclusivamente con los clientes.
Precio	El precio de café en presentaciones de: 200g es de \$1,50; 400g es de \$3,00 y la libra de café es de \$4,50	El precio de café en presentación de 400g es de \$3,50	Precio	El precio de café en presentaciones de 200g es de \$1,75 y de 400g es de \$3,00.	El precio de café que vende “Montubio San Martin” de 200g es de \$1,50 y de 450g es de \$3,50.
Riesgos	El aumento de la competencia debido a la creación de nuevas	La falta de mercado para la venta del café y la aparición de nuevas	Riesgos	El aumento de la competencia debido a la	La falta de mercado para la venta del café y la aparición de nuevas

	marcas de café, ya que existen marcas de café sin registro sanitario.	marcas de café en el mercado.		creación de nuevas marcas de café.	marcas de café en el mercado.
Debilidades	Carece de un adecuado estudio de mercado, planes de ventas ni de marketing, que les permita mejorar su nivel de ventas, promocionando su producto y así aumentar su mercado.	Falta de estrategias de marketing para la comercialización del producto y posicionamiento del mismo. Baja producción de café para satisfacer la demanda del mercado nacional.	Debilidades	Carece de un adecuado estudio de mercado, no promocionan continuamente su producto por lo que no puede aumentar su mercado.	Falta de estrategias de marketing para la comercialización del producto. Baja producción de café para satisfacer la demanda del mercado nacional.
Fortalezas	Comercializan uno de los mejores cafés de la provincia y el país, gracias a su aroma y el buen sabor. Cuentan con una marca propia de café y es reconocido por su calidad.	La asociación tiene altos estándares de calidad, por lo que podrían aprovechar este reconocimiento para ampliar su mercado.	Fortalezas	Comercializan uno de los mejores cafés, ya que es de la parte alta de El Oro, gracias a su aroma y el buen sabor. Cuentan con una marca propia de café y es reconocido por su calidad.	La asociación tiene altos estándares de calidad, por lo que podrían aprovechar este reconocimiento para ampliar su mercado.

Fuente: Tablas 13, 19, 35 y 41.

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

7. Discusión

La caracterización de la cadena de valor permite realizar una descripción completa de los eslabones, actores y las actividades que se realizan dentro de las mismas.

De acuerdo al Informe de Rendimientos del café Grano Oro, emitido por el MAG (2019) dentro de las principales actividades productivas que se desarrollan en el Ecuador está la producción de café, con sembríos en 22 provincias del país. El rendimiento de coffeea arábica durante el 2019 fue de 0,30 t/ha a nivel nacional y en la provincia de El Oro es de 0,22 t/ha, no coincidiendo con el estudio realizado en el cantón Zaruma en el que se determinó que es de 0,16 t/ha, y en el cantón Piñas es de 0,12 t/ha, lo cual evidencia un notable decrecimiento en la producción de café, debido a problemas como las enfermedades que afectan a los cultivos o la falta de riego no permiten aumentar la productividad, la calidad del café se ve afectada y no obtienen un pago justo por el mismo, existiendo la competencia desleal.

En la cadena de valor del café del cantón Zaruma y Piñas existen dos modalidades de producción: la independiente y la asociativa. La cadena de valor asociativa se puede comparar con la cadena de valor del café ecuatoriano propuesta por González Méndez (2018) (Ilustración 3), la cual es similar a la propuesta por esta investigación, está compuesta por tres eslabones, el primero integrado por proveedores de insumos, los mismos que son adquiridos por cada asociación (“San Antonio de Zaruma”, “Montubio San Martín” y “Manuel Ignacio Romero”) por medio de convenios que tienen con la Prefectura de El Oro y el GAD Municipal de Zaruma; en el segundo se encuentran los productores asociados, los acopiadores y transformadores; quienes están bajo el mando de cada Asociación y son quienes les delegan cada actividad que realicen dentro de la organización; y, por último, los comercializadores a nivel local y nacional. Así mismo se analizó la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente, con pequeñas

diferencias estructurales a la descrita anteriormente, cuenta con seis eslabones, el primero integrado por proveedores que incluye insumos agrícolas y material vegetativo; el segundo los productores, el tercer eslabón está formado por los acopiadores; el cuarto por transformadores; el quinto eslabón por los comercializadores a nivel local y nacional y, finalmente el sexto el consumidor.

Los autores Barrezueta et al. (2018), destacan que “es importante el estudio de estas cadenas de valor principalmente en el eslabón de comercialización, la misma que sirve como una herramienta básica que identifica las ventajas y desventajas en cada uno de los eslabones que la conforman y en el eslabón de producción que destacan actividades relacionadas con la selección y producción de semilla y material vegetativo para el establecimiento de los cultivos, labores de siembra, mantenimiento y cosecha para lograr un producto que sea 100% de calidad”, lo que ayuda para el desarrollo del segundo objetivo específico, confirmando que la información obtenida es similar a la teoría; el eslabón de comercialización y producción es al que más atención se le debe brindar, debido a que si no producen sus tierras de una forma responsable con el medio ambiente y procesos en base a estándares de calidad, jamás se podrá brindar un café de la más alta calidad que pueda llegar a ser requerido para expandirse, es por ese motivo la necesidad de que las instituciones de apoyo (MAG, Prefectura de El Oro y GAD’S) brinden atención prioritaria a este actor, que es crucial para el desarrollo de este sector económico productivo.

De acuerdo al Informe de Rendimiento Objetivos Café grano Oro (2019) desarrollado por el MAG y a la información obtenida se ha podido comparar al productor de la siguiente manera: la edad promedio de los productores a nivel nacional, es de 53 años, la de los productores independientes de Zaruma es 50 años y de Piñas 48 años y el caficultor asociado del cantón Zaruma y Piñas es de 45 años; lo que indica que en los dos cantones

los caficultores son más jóvenes que a nivel nacional. También se analiza el nivel de educación en donde el caficultor asociado, independiente y a nivel nacional son semejantes pues, en promedio, alcanzaron la primaria, lo cual, dificulta que se adapten a nuevas técnicas de cultivo, por lo que en el caso de los productores independientes, utilizan técnicas ancestrales de cultivo que junto con problemas como las enfermedades que afectan a los cultivos la calidad del café se ve afectada y no obtienen un pago justo por el mismo.

Este informe también menciona que el 63% de los productores han recibido alguna capacitación, mientras que en el caso de los productores independientes del cantón Zaruma el 31% y de Piñas el 29% y los productores asociados de Zaruma el 55% y de Piñas el 69%, son quienes han recibido algún tipo de capacitación relacionada con el cultivo de café (tratamiento de cultivos de café y la elaboración de sus propios insumos orgánicos); se evidencia que los asociados tienen una mayor ventaja por trabajar en equipo y realizar convenios con el MAG y la Prefectura de El Oro, quienes son los que han impartido las capacitaciones.

Respecto a los principales problemas que enfrentaron los cafetaleros del cantón Zaruma y Piñas, comparando con el Banco Central del Ecuador (2019) que menciona los siguientes: “clima desfavorable, enfermedades en los cultivos, exceso de lluvias inundaciones, bajo precio de venta del producto, falta de riego, falta de vías de comunicación, así como el contrabando desde Perú”, son semejantes con los problemas que enfrenta el cantón Zaruma y Piñas, el 50% de productores se ven afectados por problemas de riego, el 46% por enfermedades en los cultivos, el 26% por precios inestables ya que ha bajado el precio de venta del café y el 23% por los cambios climáticos que se dan en el cantón.

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 de que la unión hace la fuerza, ya que los actores realizan un trabajo conjunto para poder mejorar la productividad, obtener un café de buena calidad y mayores beneficios. La asociación provee a los productores no solo de los insumos necesarios, sino también de capacitaciones y asesoramiento técnico, con la finalidad de obtener una producción 100% orgánica y que cumpla con los estándares de calidad llegando al mercado local y nacional.

Por otro lado, en la cadena de valor bajo la modalidad independiente se ha identificado inestabilidad del mercado interno a la hora de vender el café, ya que las relaciones entre los actores son esporádicas y los precios del café varían continuamente, quedando a expensas del intermediario, como lo manifiesta Romero (2010) “bajo la modalidad independiente los productores no disponen de ningún conocimiento de mercado ni tienen acceso directo a ellos lo que da como resultado que vendan su producción a un precio demasiado bajo, donde los mayores beneficiarios son los intermediarios, los cafetales se siembran en paisaje de montaña y en donde todas las labores de cultivo se hacen a mano, por esta razón que este sistema no permite mejorar la calidad de la cosecha”, por lo tanto en la investigación, se identificó que predominan las prácticas de cultivo ancestrales que carecen de tecnificación en los procesos, en donde los productores tienen conocimiento de siembra, cosecha e incluso pos cosecha, sin embargo, en algunos casos no cuentan con la maquinaria necesaria para realizar estos procesos, asimismo no les dan los cuidados necesarios a los cultivos, lo cual, afecta a la calidad del café y hace que el café no llegue más allá del mercado local y nacional.

Si se compara el precio del quintal de café del cantón Zaruma y Piñas con lo que indica el periódico digital Primicias (2019) “en Ecuador el valor del café molido se encuentra

entre \$200 y \$250”; por lo tanto, en el cantón Zaruma está a \$220 y \$230 y en el cantón Piñas a \$215 y \$220 cada quintal, encontrándose dentro del rango de precio que está a la venta en Ecuador.

Se ha puesto a consideración la diagramación de las cadenas de valor sujetas a comparación en este caso la cadena de valor del café en Ecuador propuesta por González Méndez (2018), unifica en una sola la modalidad independiente y asociativa lo que no permite identificar de forma clara los procesos que se llevan a cabo para cada modalidad, en su lugar clasifica al productor en pequeño, mediano y grande congruentes con el nivel de producción, además de la falta de identificación de las instituciones de apoyo, operacionales y reguladoras; mientras que en la investigación se diagramo por separado las dos modalidades, identificando todos los procesos que se realizan (Provisión, Producción, Acopio, Transformación, Comercialización y Consumo), los actores directos e indirectos que intervienen en la cadena de valor y las organizaciones reguladoras para cada uno. Así mismo, en la investigación se ha empleado la simbología del Manual de ValueLinks propuesta por Rojas et al. (2009) (Ilustración 7, 8 y 9), ayudando para la caracterización de la cadena de valor en donde se especifica las figuras a emplear y categorizar a los principales actores del mercado, se identificó productor independiente y asociado, y se ha definido claramente las instituciones de apoyo, operacionales y reguladoras, este tipo de metodología está orientado al fomento de las cadenas de valor, por lo que se determina en detalle los eslabones, actores y actividades; facilitando las herramientas adecuadas como diagramas, cuadros de texto y cuadros que presentan conceptos clave y resultados inmediatos, ayudando a ilustrar y comprender mejor el proceso y las varias etapas por las que pasa el café hasta que llega al cliente final.

8. Conclusiones

- Las cadenas de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa del cantón Zaruma y Piñas tienen similitudes en cuanto son los actores indirectos, que son: Prestadores de servicios operacionales (BanEcuador, Banco de Machala y Cooperativas de Transporte), Prestadores de servicios de apoyo (GAD'S, Prefectura de El Oro, MAG) y las Organizaciones reguladoras (Agrocalidad, SEPS, SRI, ARCSA).
- En el eslabón de provisión, cuya principal característica es la venta de insumos orgánico, agroquímico y de materia prima vegetativa; existe una diferencia entre ambas cadenas de valor, ya que en la modalidad independiente son las casas comerciales que desarrollan esta actividad con fines de lucro; mientras que, en la modalidad asociativa, las asociaciones (“San Antonio de Zaruma”, “Montubio San Martín” y “Manuel Ignacio Romero”) proveen a los productores, de materia prima y de insumos, los cuales en algunos casos son donados y en otros vendidos a precios más económicos.
- La modalidad asociativa es más sustentable y competitiva respecto a la modalidad independiente, principalmente por la organización, trabajo conjunto y la capacidad de cultivo por hectárea que corresponde a un valor promedio de 2750 plantas por hectárea y un rendimiento de 4 a 6 quintales por hectárea de café, mientras que la modalidad independiente tiene un promedio de cultivo de 2000 plantas por hectárea y un rendimiento de 3 a 4 quintales de café por hectárea; así mismo la modalidad asociativa ha facilitado reunir mayores cantidades de café permitiendo tener un mayor poder de negociación en el mercado nacional, además de ello manejan un adecuado control y registro de todos los procesos que le realizan al grano de café, gracias a la gestión de los administradores de las

asociaciones cuenta con el apoyo de las instituciones públicas, mismas que impulsan el desarrollo de esta actividad productiva ya sea por medio de capacitaciones y asesoramiento técnico relacionados con el café.

- En la modalidad independiente del cantón Zaruma únicamente el 31% y del cantón Piñas el 29% de los productores han recibido capacitaciones, por lo que la mayoría siguen usando técnicas ancestrales; mientras que, en el caso de la cadena de valor bajo la modalidad asociativa, de Zaruma el 55% y de Piñas el 69% de los productores han recibido capacitaciones, gracias a los convenios que realiza las asociaciones para beneficio de todos los socios que la integran.
- Las organizaciones de apoyo que intervienen en el desarrollo de las cadenas de valor tanto asociativa como independiente 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.
- En cuanto a la comercialización del café que se produce en la modalidad independiente como en la asociativa llega al mercado local y nacional.

9. Recomendaciones

- El Gobierno a través del MAG, debe brindar mayor apoyo al sector cafetalero, por lo que debería implementar nuevos programas de capacitación en temas relacionados con el cultivo de café, e incentivar al manejo de la tecnología para que permita a los productores mejorar el proceso de cultivo.
- La Prefectura de El Oro y GAD'S deberían realizar un mayor número de eventos cafetaleros a nivel nacional que permitan dar mayor promoción e impulso a este sector, facilitando la comercialización del café e incluso llegar a expandirse internacionalmente.
- Es importante que los productores de café consideren asociarse, ya que podrán aumentar su capacidad productiva, mejorar la calidad del producto a través del trabajo en equipo y tener apoyo por parte de las instituciones y a su vez recibir capacitaciones relacionadas al café.
- Las organizaciones de regulación y control como INEN, ARCSA, AGROCALIDAD, SRI y SEPS son de vital importancia para el correcto funcionamiento de instituciones y organizaciones por lo que se hace necesario crear procesos más ordenados con la elaboración de normas claras, que sean socializadas con la ciudadanía a través de capacitaciones cortas.

10. Bibliografía

- Acuña Castellanos, Z. (Diciembre de 2009). Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor. En *Cooperación Alemana al Desarrollo GTZ*. Lima, Perú: Primera edición. Obtenido de <https://www.bivica.org/files/guia-metodologica-value-links.pdf>
- Akaki, P. P., & Echánove, H. F. (2006). Cadenas globales y café. *Revista de la Universidad de Granada*, 3.
- Alarcó, L. A. (2011). *Modelo de gestión productiva para el cultivo de café (Coffea arabica L.) e el sur de Ecuador*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid. Obtenido de http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2017/06/ALICIA_ALARCO_LOPEZ.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*. Recuperado el julio de 2019, de <http://repiica.iica.int/docs/B3246e/B3246e.pdf>
- Anacafé, A. N. (2019). *Guía de Variedades de Café (Segunda ed.)*. Guatemala. Recuperado el 14 de Marzo de 2020. Obtenido de <https://www.anacafe.org/uploads/file/9a4f9434577a433aad6c123d321e25f9/Gu%C3%ADa-de-variedades-Anacaf%C3%A9.pdf>
- Andrés, C. L. (2017). *Análisis de la cadena de valor de café para la creación de un sistema integrado de gestión para el procesamiento y comercialización de café verde*. Bogotá. Obtenido de <https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/1817?show=full>
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Reporte Coyuntura del sector agropecuario*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/En>
- Barrezueta Unda, S., Moreira Blacio, W., & Quezada Abad, C. (2018). Análisis del cacao y café ecuatoriano desde su cadena de valor en el periodo 2010-2015. *Revista Científica Agrosistemas*. Obtenido de <https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/213/240>
- Bonilla Castro, E., Hurtado Prieto, J., & Jaramillo Herrera, C. (2009). *La investigación. Aproximaciones a la construcción del conocimiento científico*. Colombia: Alfaomega.
- Caffè IQ. (2018). *Caffè IQ*. Obtenido de <https://www.coffeeiq.co/procesos-del-cafe-lavado-natural-y-honey/>
- Cepeda Bastidas, D. A., & Pila Laines, J. D. (Julio de 2019). Análisis de cadena de valor en café (Coffea arábica) en el Área de Desarrollo Territorial PUKARA. Quito, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/19516>
- COFENAC. (Enero de 2017). Obtenido de <http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2010/09/Diagn%C3%B3sticoSector-Caf%C3%A9-.pdf>
- Cortijo, J. D. (2017). *El mundo del café por José Daniel Cortijo. Homatic Vending*. Obtenido de <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2017/01/cafe.pdf>
- Cumbicus, E. M., & Jiménez, R. M. (Marzo de 2012). Análisis Sectorial del Café en la Zona 7 del Ecuador. Universidad Técnica de Loja. Loja, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2703/1/338X1227.pdf>

- Delgado, P., Larco, A., García, C., Alcívar, R., Chilán, W., & Patiño, M. (Junio de 2017). *Anecafé, Café en Ecuador: Manejo de la broca del fruto*. Obtenido de http://www.ico.org/projects/cabi_cdrom/PDFFiles/ECUADOR.pdf
- Esguerra, M., & McAllister, D. (2017). *Infocafes*. Obtenido de infocafes.com/portal/wp-content/.../Esguerra-Mercado-Internacional-del-Cafe.pdf (último acceso: 12 de Julio de 2017).
- 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) Recuperado el 7 de Octubre de 2019, Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p07.pdf>
- FAO, O. d. (2015). *Desarrollo de cadenas de valor alimentarias sostenibles*. Roma: FAO 2015. Obtenido de <http://www.fao.org/ag/esp/revista/pdf/0607-1.pdf>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2010). *Guía Para el Sector Cafetalero (Segunda edición)*. (Recuperado el 25 de Marzo de 2020) Obtenido de <https://federaciondefcafeteros.org/static/files/8Capitulo6.pdf>
- Fundación CODESPA. (Agosto de 2011). Metodología de análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadenas de valor. Madrid. Obtenido de <https://www.codespa.org/app/uploads/metodologias-analisis-bajo-enfoque-cadenas-de-valor.pdf>
- GAD Municipal de Piñas. (2018). *Piñas*. Obtenido de <https://pinas.gob.ec/>
- GAD Municipal de Zaruma. (2019). *Zaruma*. Obtenido de <https://www.zaruma.gob.ec/>
- Gómez, G. S. (2008). *Cuantificación de valor en la cadena de suministros extendida*. Colombia: De blanco Editores. doi:978-84-96227-03-3
- González Méndez, R. V. (2018). *Diagnóstico y Análisis de la Cadena de Valor del Café Ecuatoriano Durante el Periodo: 2010-2015. Machala*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12414>
- IICA. (2017). Competitividad y sustentabilidad de las cadenas agrícolas para la seguridad alimentaria y el desarrollo económico. (IICA, Ed.) *Cooperativas de las Américas*. Recuperado el julio de 2019, Obtenido de <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/6326/1/BVE18019624e.pdf>
- IICA, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2019). *Manual de producción sostenible de café en la República Dominicana*. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/8726/BVE20037756e.pdf?sequence=1>
- INEC. (2001). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/El_Oro/Fasciculo_Zaruma.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
- INEC, I. E. (2006). *Café Verde en Grano. Clasificación y Requisitos*. Obtenido de NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 285:2006, primera edición, 13. (Recuperado el 26 de Julio de 2020) Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/285.pdf>

- Jansen, H. G., & Torero, M. (2008). *Resumen de la literatura de cadenas de valor agropecuarias en cinco países centroamericanos*. San Jose, Costa Rica: IFPRI.
- 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) Obtenido de <https://proyectaryproducir.com.ar/wp-content/uploads/2010/04/Kaplinsky-Manual-completoRev-4-2010>
- MAG. (2018). *Poblacion economicamente activa*. LOJA.
- MAG. (2019). *Informe de rendimiento objetivos del café grano oro*. Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cafe/rendimiento-del-cafe-ecuador>
- 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-propiedad-de-tierras-se-entregaron-el-ano-pasado-en-cotopaxi/>
- MAGAP. (2018). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-y-giz-dictaron-taller-sobre-cadenas-de-valor-bajo-la-metodologia-value-links/>
- MAGAP, M. d. (2015). *MAGAP*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-ejecuta-proyecto-de-reactivacion-de-la-caficultura-ecuatoriana/>
- Marín Ciriaco, G. (2012). *Producción de Cafés Especiales. Manual Técnico (Primera ed.)*. Lima: Roble Rojo Grupo de Negocios S.A.C. Recuperado el 16 de Marzo de 2020 Obtenido de http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/01/manual-cafe_selva_VF.pdf
- Matute, A., Mora, J., & Mora, R. (2017). Ventajas y desventajas del cambio de la matriz productiva y su incidencia en el sector cafetalero de la provincia de el oro. *Revista Tecnológica ESPOL*.
- Newsletter Fórum. (2019). *Cafe en las provincias del Ecuador*. *Revista Forum Cafe*.
- Nutz, N., & Sievers, M. (2016). *Guía general para el desarrollo de cadenas de valor*. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_541432.pdf
- Padilla, P. R., & Oddone, N. (2016). *Manual para el fortalecimiento de cadenas de valor*. *Cepal.org*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40662/S1601085_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pesantes, K. (14 de Julio de 2019). Ecuador se enfoca en el café de especialidad, ante los bajos precios en el mercado mundial. *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-cafe-especialidad-bajos-precios/>
- Pizarro, J., Barraqueta, S., & Prado, E. (2016). *Café arabica en la Provincia de El Oro*. *Revista Caribeña*.
- Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (Noviembre de 2014). *Actualizacion del Plan De Ordenamiento Territorial del Cantón Zaruma*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/PDOT_Zarumadiagnostico5nov2014_15-11-2014.pdf

- Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2015). *GAD Municipal de Piñas*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0760000850001_PDOT%20PI%C3%91AS%20DIAGN%C3%93STICO_16-03-2015_23-39-35.pdf
- Porter, M. E. (1987). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (Segunda Edición 2015 ed.) Ciudad de México, México: Grupo Editorial Patria. Recuperado julio de 2019
- PRO ECUADOR. (2018). *PRO ECUADOR. Análisis sectorial del café*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec
- Real Academia de la Lengua Española. (s.f.). Obtenido de <https://dle.rae.es/caracterizaci%C3%B3n>
- Rojas, M., Ruiz, C. L., & Saavedra, T. (2006). *Guía Metodológica de facilitación en cadenas de valor*. Lima: El Comercio S.A. Recuperado el 26 de octubre de 2019 Obtenido de bivica.org/files/guia-metodologica-value-links.pdf
- Romero, A. M. (2010). *Estudio sobre la cadena de valor de de valor del café ugandés de comercio justo*. Obtenido de http://propuestadidacticakaay.com/pdf/rovers/intermon_estudio_sobre_la_cadena_de_valor_del_cafe_ugandes_de_CJ_0.pdf
- Rosenberg, N. (1982). *Inside the black box Technology and economics*. Cambridge, Estados Unidos: Cambridge University Press.
- Saavedra Gallo, C. G. (2017). Incidencia de la cadena de valor en el desarrollo sustentable del cultivo de café robusta (*Coffea canephora*) en la parroquia San Jacinto del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Riobamba, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/6296>
- Sanchez Gómez, G. (2008). *Cuantificación de Valor en la Cadena de Suministro Extendida*. Del Blanco Editores.
- Sánchez Upegüi, A. A. (2010). *Introducción: ¿qué es caracterizar?*. Medellín, Fundación Universitaria Católica del Norte.
- Santistevan, M., Julca, A., Borjas, R., & Tuesta, O. (2014). Caracterización de fincas cafetaleras en Ecuador. *Scielo*.
- Springer-Heinze, A. (2007). *Manual ValueLinks: la metodología de promoción de la cadena de valor "The methodology of value chain promotion" GTZ, 221*. Primera Edición.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2012). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Velazco, J. G. (2013). *La cadena de valor*. España: IE Business Publishing.
- Vinelli, M. (04 de Diciembre de 2019). Asociatividad: la clave para conquistar el mercado internacional. ComexiónEsan. (Recuperado el 16 de 08 de 2020). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2019/12/04/asociatividad-la-clave-para-conquistar-el-mercado-internacional/>
- 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>

Yara Ecuador Cia Ltda. (s.f). *Yara Ecuador Knowledge Grows*. Obtenido de <https://www.yara.com.ec/nutricion-vegetal/cafe/cafe-glosario/#:~:text=Es%20el%20endocarpio%20de%20la,caf%C3%A9%20se%20denomina%20caf%C3%A9%20oro.>

11. Anexos

Anexo 1

PROYECTO DE TESIS

1. TITULO

“Caracterización de la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en el cantón Zaruma y Piñas, provincia de El Oro, periodo 2020-2021”

2. PROBLEMÁTICA

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

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

El cultivo de café durante décadas ha representado una fuente importante de ingresos para muchos países productores en el mundo, sin embargo, a inicios del (2017) ciertos países productores no dependen significativamente de las exportaciones de este grano como lo era antes, tal es el caso de Brasil, Colombia e incluso Ecuador, no obstante, es una fuente importante de divisas para otros países como Honduras cuya participación es del 35% de sus exportaciones.

Considerando que el Ecuador es un país rico en recursos y capacidades de producción de bienes agrícolas, no se evidencia un mayor desarrollo en sus diversos sectores. Uno de

los casos puntuales es el relacionado al sector cafetalero, que presenta problemas que afectan al adecuado desempeño del sector.

Según (PRO ECUADOR, 2018) en su análisis sectorial de café señala como principales problemas “al envejecimiento de las plantaciones en un buen porcentaje de la superficie cultivada, la falta de capacitación y transferencia de tecnología, la no disponibilidad de créditos, la ausencia de organización y fortalecimiento gremial, entre otros factores”. Esto refleja la existencia de problemas de gestión en el sector.

Así mismo, se resalta la existencia de otros problemas latentes que afectan al eficiente desempeño de la cadena de valor del café en el comercio internacional. De acuerdo a (Delgado, y otros, 2017) “Las bajas exportaciones tienen relación directa con el descenso en la potencial producción, originado, a la vez, por la decreciente productividad de sus cafetales, la vulnerabilidad de los productores a los precios bajos y las pérdidas de áreas sembradas por fenómenos naturales”. Esto da como resultado una afectación en el sector, provocado por factores externos ajenos a la gestión de cada productor, comercializador y exportador de café.

La superficie cafetalera en El Oro hasta el 2010 fue de 9,730 hectáreas concentradas en los cantones de Las Lajas, Balsas, Zaruma, Piñas, Atahualpa, Marcabelí y Portovelo (Pizarro, Barraqueta, & Prado, 2016) y la especie arábica la más utilizada. A nivel nacional la participación de la provincia representa el 4,40% de la superficie sembrada. Los niveles de producción a nivel nacional son irregulares, pero en el caso de la provincia de El Oro ha ido disminuyendo de forma constante, llegando incluso a obtenerse una producción de no más de 133 sacos de 60 kg en el 2016, en comparación con el 2010 que tuvo una producción de 35,183 sacos aproximadamente.

Según datos del (Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2014) realizado por el Sistema Nacional de Información en conjunto con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo en el año 2013, el Cantón Zaruma constan de 120 agricultores cafetaleros.

El Gobierno Nacional reconoce la importancia del café en la economía del país. Por ello, a través del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP, 2018) impulsa el “Proyecto de Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana”, que busca promover la productividad, rentabilidad, investigación, mejoramiento de la calidad e institucionalidad de la cadena de valor. Con este proyecto, alrededor de 52.500 familias productoras de café arábica, involucradas en la tecnificación de sus cultivos, producirán aproximadamente 2’017.300 quintales de cafés especiales, al décimo año, disponibles para el mercado internacional. Mientras que 15 mil familias que producen café robusto generarán 1’467.000 quintales, al décimo año, producción que se destinarán a la industria local.

El proyecto trabajará directamente con 88 organizaciones de cafetaleros en territorio, distribuidas en las cuatro principales regiones cafetaleras del país, en 10 provincias y 52 cantones. Las organizaciones agrupan a 11.035 familias y unidades de producción agrícola cafetaleras, que se considera como una base socio-organizativa. Se ejecutará en un plazo de 40 trimestres (diez años). La primera etapa comprende desde finales del 2011 hasta el 2015. La segunda fase inicia en el 2016 y finaliza el 2020.

Muy pocas fincas cafetaleras se manejan de forma tecnificada; sin embargo, estas pueden llegar a niveles de productividad de hasta 50 quintales por hectárea en café arábica y 100 quintales por hectárea en café robusta, con un manejo acorde a las necesidades del cultivo.

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.

Según la revista Espacios (2018), el Banco Central del Ecuador en sus boletines estadísticos mensuales del 2016 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 artículos principales de las exportaciones del Ecuador.

Un producto que actualmente se considera una oportunidad significativa en el mercado ecuatoriano por su acogida y cultivo, es el café, generando una potencial fuente de ingresos y de gran aporte para la producción nacional, pero que no han sido aprovechadas al máximo por la falta de definición de la cadena de valor en la producción del café.

El desconocimiento de la cadena de valor afecta principalmente al desarrollo competitivo del café en el sector al que pertenece. El no tener una idea clara sobre la cadena de valor puede orillar a generar estructuras de costos excesivamente elevadas o

márgenes de utilidad reducidos, que sitúan en peligro la competitividad de costos, y como consecuencia pérdida de mercados.

La investigación se radica en la importancia de realizar un análisis y conexión de los actores que integran la cadena de valor de la producción de café que es desconocida por los caficultores en el cantón Zaruma y Piñas; lo cual ha generado una desarticulación de los diferentes actores que interviene en los diferentes eslabones de la cadena de valor del café, que va desde el proveedor de insumos, pasando por el productor, el transformador y el comercializador hasta el consumidor final; esta investigación busca que los productores puedan desarrollar una visión conjunta de cambio y determinar las estrategias colaborativas de mejoramiento, reactivando las fincas cafetaleras del cantón Zaruma y Piñas, para promover la productividad, rentabilidad, investigación, y aumento de la calidad e institucionalidad de la cadena de valor.

La problemática se reduce al protagonismo que la cadena de valor tiene en la productividad del sector cafetalero del cantón Zaruma y Piñas, por ende, es importante identificar:

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

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

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

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

3. JUSTIFICACIÓN

En la provincia del Oro existen un conjunto de cantones Las Lajas, Balsas, Zaruma, Piñas, Atahualpa, Marcabelí y Portovelo; 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: está organizado de forma asociativa y está centrado principalmente en la producción de café orgánico.

Es indiscutible 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 Zaruma y Piñas en la producción de café.

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

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

Además, a través de la caracterización se describirá la situación actual en que se encuentra el sector cafetalero en el cantón Zaruma y Piñas y se podrá identificar los principales retos del sector, sus fortalezas, sus debilidades, las amenazas y oportunidades, y a su vez identificar el grado de participación de proveedores, productores,

intermediarios y comercializadores que proveen al sector cafetalero de una fuerza y visión que permite definir acciones para su fomento.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Caracterizar la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en el cantón Zaruma y Piñas, provincia de El Oro, periodo 2020-2021

4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

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

Describir la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.

Diagramar la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.

Comparar las cadenas de valor del café bajo las modalidades independiente y asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.

5. METODOLOGIA

El presente proyecto se realizará en base a la investigación cuantitativa de tipo descriptiva de la cadena de valor que utilizan los productores de café independientes y asociados, que se desarrollará en el cantón Zaruma y Piñas, provincia de El Oro.

El nivel de investigación es descriptivo en torno a la cadena de valor que utilizan los productores de café asociados y no asociados, que se desarrollará en el cantón Zaruma y Piñas, provincia de El Oro. Se propone describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés, empleando métodos y técnicas con el fin de

dar cumplimiento a los objetivos planteados, especialmente para recabar información primaria y secundaria.

5.1. Métodos

Método descriptivo: permitirá identificar las características de cada uno de los integrantes de los eslabones de la cadena de valor en sus diferentes modalidades y sus actividades.

Método comparativo: permitirá comparar las diferencias y semejanzas existentes en la cadena de valor independiente y asociativo.

5.2. Técnicas

Observación a las actividades y actitudes de los productores de café del cantón Zaruma y Piñas.

Entrevista a los actores involucrados en cada eslabón en la cadena de valor, como los presidentes de las asociaciones, presidente de la junta parroquial del cantón.

Encuestas a todos los actores involucrados en la cadena de valor para obtener variables y características que se pretende analizar de la producción de café en el cantón Zaruma y Piñas.

5.3. 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 Zaruma y Piñas; 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 Value Links, 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 (Rojas M. , Ruiz, Larrea, & Saavedra, 2009) permitiendo revisar distintos enfoques hacia la Cadena de valor, que servirá como medio de enlace para la recopilación de datos e información. Además, esta guía proporciona varios diagramas, cuadros de texto y cuadros que presentan conceptos clave para el mapeo, siendo un factor determinante en el análisis de resultados inmediatos relacionados con la caracterización.

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

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

Finalmente se procederá a describir los resultados y presentarlos.

5.4. Población y muestra

En el desarrollo de la investigación según (Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2014), se tomará como población objetivo del cantón Zaruma a 120 agricultores cafetaleros y en el cantón Piñas según (Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015) se tomará como población objetivo a 100 agricultores cafetaleros.

6. CRONOGRAMA

Objetivo/actividad	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
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 Zaruma y Piñas para establecer la ubicación de productores independientes y asociados del café en el cantón																						
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 Zaruma y Piñas																						
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 independiente y asociativa.																						
Describir la cadena de valor bajo la modalidad independiente y asociativa en el cantón Zaruma y Piñas																						
Diagramar la cadena de valor del café bajo la modalidad independiente y asociativa en el cantón Zaruma y Piñas																						
Comparar las cadenas de valor del café bajo las modalidades asociativa e independiente en el cantón Zaruma y Piñas																						
Establecer conclusiones y recomendaciones																						
Presentación del informe final.																						
Presentación del borrador de tesis																						

Anexo 2

MODELO DE ENCUESTA PARA PRODUCTORES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Encuesta general para Productores

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

1. Datos Generales Nro. _____

Nombre: _____ Cédula de Ciudadanía: _____

Medio de nacimiento: _____

Nombramiento de la finca: _____ Dirección: _____

Participación en el Comité: _____ Teléfono: _____

2. ¿Cuál es el tipo de terreno del terreno de cultivo? Terreno (barrido) (valle)

3. En caso de ser PLANTADO, cómo es: Propio Arrendado Otro _____

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

Cultivos	Porcentaje
_____	_____
_____	_____
_____	_____

8. ¿Con qué servicios públicos cuenta la finca?

Eléctrico Agua Teléfono

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

10. ¿De dónde? Por propio, financiero o ambos? Propio Financiero Ambos

Institución	Uso de Interés	Monto
_____	_____	_____
_____	_____	_____

11. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación relacionada con la producción de café? Especificar en el siguiente cuadro

Sí No

Institución	Fecha	¿Cómo cambió el tiempo por la capacitación?	¿El tipo? ¿Qué tan importante fue esta capacitación para su actividad?

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

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

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

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

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

Años

15. ¿Cada qué tiempo renueva dicho cultivo?

Años

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

quintales

17. Su cultivo se desarrolla bajo condiciones de:

Riego Temporal Ambos

18. ¿Cuántos trabajadores tiene?

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

19. ¿Qué beneficios les brinda aparte del salario?

Alimentación Transporte Alojamiento Ninguno

Otros _____

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

Tipo de Control Sanitario	¿Quién realiza esos controles?						Frecuencia
	Técnico del MAG	Técnico del GAD parroquial	Técnico particular	Por cuenta propia	Otro _____	Otro _____	
Control de plagas							

	Control de enfermedades						
	Sombra						
	Desinfección del suelo						
Otros							

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

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

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

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								
espulpado								
Seco								
Tostado								
Molido								
Otro								

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

25. ¿Su marca está patentada? Sí No

26. ¿Cuenta con registro sanitario? Sí No

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

¿Cuál? _____

28. ¿Ha ganado algún premio? Sí No

¿Cuál? _____

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

Aroma del café

Tamaño del grano

Certificación de calidad

Peso del café

Color del tostado

Otro _____

30. ¿ Bajo que modalidad trabaja? Tradicional (individual) Asociativa
 Nombre de la asociación _____

31. ¿Qué lo motivó a asociarse?

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

33. ¿Recibe ayuda de otras instituciones? Sí No

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

34. ¿A qué problemas se enfrenta como caficultor?

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

35. ¿Tiene otras fuentes de ingreso? Sí No

¿Cuáles? ¿En qué porcentaje?

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

¿Cuál? _____

Información 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
 Chozal/ 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

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

- No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar

- Ladrillo o cemento
- Tabla sin tratar
- Tierra/ Caña/ Otros materiales

- Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha
- Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha
- Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha

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

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

50. ¿Tiene este hogar servicio de internet?

- Sí No

51. ¿Tiene computadora de escritorio?

- Sí No

52. ¿Tiene computadora portátil?

- Sí No

53. ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?

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

54. ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?

- Sí No

55. ¿Tiene cocina con horno?

- Sí No

56. ¿Tiene refrigeradora?

- Sí No

57. ¿Tiene lavadora?

- Sí No

58. ¿Tiene equipo de sonido?

- Sí No

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

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

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

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

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

- Sí No

62.

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

- Sí No

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

- Sí No

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

- Sí No

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

- Sí No

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

- Sí No

¿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 3

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 Comercio: Nro. _____
 Nombre: _____
 Nombre de la empresa: _____
 Teléfono: _____
 Dirección: _____
 Dirección de correo electrónico: _____

Datos generales

2. Tipo de proveedor Familia Independiente Productor organizados Otros _____

3. ¿En dónde provee sus productos? Mercado municipal Mercado internacional Otro _____

4. ¿Provee sus productos para vender en el mercado? Sí No En algunos mercados. ¿Qué tipo de mercado? _____

5. ¿En qué tipo de tienda vende sus productos? Pasaño Arcabuzo _____

6. ¿Cuáles son los meses en los que vende sus productos? Enero Febrero Marzo Abril Mayo Junio Julio Agosto Septiembre Octubre Noviembre Diciembre

7. ¿Qué tipo de proveedor es usted? Independiente Asociado a un grupo Organizado

8. ¿Qué tipo de proveedor es usted? Independiente Asociado a un grupo Organizado

9. ¿Qué tipo de proveedor es usted? Independiente Asociado a un grupo Organizado

10. ¿Qué tipo de proveedor es usted? Independiente Asociado a un grupo Organizado

11. ¿Qué tipo de proveedor es usted? Independiente Asociado a un grupo Organizado

12. ¿Qué tipo de proveedor es usted? Independiente Asociado a un grupo Organizado

Proveedores de semilla

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

Tipo de materia prima vegetativa	Varietal Arábica/Robusta	Subvariedad	Precio por kilo/ unidad	Propia/ comprada	Unidades vendidas al mes
Semillas					
Plantitas de vivero					
Plantitas de reproducción					
Disco piloto					

14. ¿Cuáles son sus canales de venta? Proveedor del comercio Asociado Independiente Otro _____

15. ¿Qué tipo de proveedor es usted? Sí No

16. ¿Qué tipo de proveedor es usted? Independiente Asociado a un grupo Organizado

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

Sí No

18. Tipo de información que ofrece

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

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

Sí No

Si su respuesta es afirmativa, especifique los parámetros _____

Proveedores de Maquinaria

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

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

21. ¿En dónde entrega al cliente la maquinaria?

Distribuidora Domicilio

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

Proveedores de insumos agrícolas

23. ¿Qué tipo de insumos agrícolas ofrece?

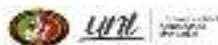
Insumo utilizado	Tipo/ Nombre	Precio por kilo/ unidad	Cantidad vendida por mes (kilos)
Herbicidas			
Abono			
Fertilizantes			
Insecticidas			
Fungicidas			
Otr			

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Anexo 4

MODELO DE ENCUESTA PARA ACOPIADORES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Encuesta a los acopiadores

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

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

2. ¿Cuántos años tiene su negocio hoy en la zona? 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 Más de 20

3. ¿Cuál es el tipo de cultivo que más produce en su finca? Café Cacao Plátano Otros _____

4. ¿Qué tipo de cultivo produce en su finca? Cacao Plátano Otros _____

5. ¿Cuál es la producción del café por hectárea?
 0-1000 kg 1000-2000 kg 2000-3000 kg 3000-4000 kg 4000-5000 kg 5000-6000 kg 6000-7000 kg 7000-8000 kg 8000-9000 kg 9000-10000 kg Más de 10000 kg

6. ¿Qué tipo de cultivo produce en su finca? Cacao Plátano Otros _____

7. ¿Cuál es el tipo de cultivo que más produce en su finca? Café Cacao Plátano Otros _____

8. ¿Cuál es el tipo de cultivo que más produce en su finca? Café Cacao Plátano Otros _____

9. ¿Cuál es el tipo de cultivo que más produce en su finca?

Producto	Producción (kg/ha)	Producción (kg/ha)	Producción (kg/ha)

10. ¿Cuál es el tipo de cultivo que más produce en su finca? Café Cacao Plátano Otros _____

11. ¿Cuál es el tipo de cultivo que más produce en su finca? Café Cacao Plátano Otros _____

12. ¿Cuál es el tipo de cultivo que más produce en su finca? Café Cacao Plátano Otros _____

13. ¿Cuál es el tipo de cultivo que más produce en su finca? Café Cacao Plátano Otros _____

14. ¿Cuál es el tipo de cultivo que más produce en su finca? Café Cacao Plátano Otros _____

Fecha: _____
 Lugar: _____

MODELO DE ENCUESTA PARA TRANSFORMADORES



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 uniones de productores de café en el desarrollo territorial: caso zona 7 de Loja." 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 empresa pertenece? 3. ¿A qué tipo de actividad se dedica la empresa?

Empresa (Industria, comercio, agricultura, ganadería, servicios, etc.)	Industria, actividad económica, sector de actividad	Tamaño, capacidad de producción	Industria productiva

4. ¿Se involucra en el cultivo de café? Sí No

5. ¿A qué grupo pertenece el café que produce?
 Grupo de procesamiento

6. ¿A qué tipo de negocio se dedica la empresa?
 Comercio Industria Servicios Otro

7. ¿Qué actividades realiza la empresa?
 Producción Comercio Servicios Otro

8. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

9. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

10. ¿Tiene un negocio de procesamiento de café?
 Sí No

11. ¿Tiene un negocio de procesamiento de café?
 Sí No

12. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

13. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

14. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

15. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

16. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

17. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

18. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

19. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

20. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

21. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

22. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

23. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

24. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

25. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

26. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

27. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

28. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

29. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

30. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

31. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

32. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

33. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

34. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

35. ¿Qué tipo de café produce?
 Especialidad Comercial Otro

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

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

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

- Nacional Internacional
 ¿Cuál? _____ ¿Cuál? _____

23. ¿A qué empresas vende el producto?

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

Empresas	Relación contractual establecida formalmente	Relación esporádica no formal	Relación exclusiva

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

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

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

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

27. ¿Cómo maneja los desechos de la planta?

- Abono orgánico Subproducto Desecho

28. ¿Cuántos años tiene la empresa?

_____ años

29. ¿Cuál es su proyección?

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

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

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Anexo 6

MODELO DE ENCUESTA PARA COMERCIALIZADORES



Universidad Nacional de Loja

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 del cantón..." de la Universidad Nacional de Loja. Agradecemos su colaboración.

I. Datos del Contacto

Nombre: _____ Cédula de Ciudadanía: _____ No. _____
 Edad: _____ Teléfono: _____
 Nombre de la entidad: _____ Fecha de nacimiento: _____
 Dirección: _____ Nivel de educación: _____
 Ciudad/Provincia: _____ Estado civil: _____
 Género: Hombre Mujer Otro

II. ¿A qué empresas vende el café?

Nombre Empresa (Industria, Comercio, Servicios, etc.)	País	Tipo de empresa comercial	Vendedor de café	Punto de venta por género	Lugar de origen

III. ¿A qué empresas vende el café?

Nombre Empresa (Industria, Comercio, Servicios, etc.)	País	Tipo de empresa comercial	Vendedor de café	Punto de venta por género	Lugar de destino

IV. ¿CÓMO SE DA EL PROCESO Y TIPO DE PRODUCTOS QUE SE VENDEN?

País de origen	País de destino

V. ¿TIPO DE CAJAS DE CAFÉ QUE SE VENDEN?

250g 500g 1kg 2kg 5kg 10kg 20kg 50kg 100kg Otro

VI. ¿TIPO DE ASOCIACIONES QUE SE ASOCIAN A NIVEL DE VENTA PARA LA VENTA DE SUS PRODUCTOS?

Sí No
 Si no, ¿por qué? _____

VII. ¿A LA VENTA DE CAFÉ EL PRECIO SE DIFERENCIA?

País de origen del café	País de destino comercial	Vendedor de café	Punto de venta de café

9. ¿Qué exigencias de calidad tienen sus compradores?

Aroma del café

Tamaño del grano

Certificación de calidad

Peso del café

Color del tostado

Otro

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

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

Fecha: ___/___/___

Firma: _____

Anexo 7

MODELO DE 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 8

MODELO DE ENTREVISTA PARA PRESIDENTES DE 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 9

MODELO DE ENTREVISTA PARA INSTITUCIONES DE APOYO

Nombre de la institución.....

Dirección.....

Representante.....

Cargo.....

Teléfono:

1. **¿Cuáles son los objetivos institucionales?**
2. **¿Tienen en ejecución un proyecto de apoyo a la cadena de valor del café?**
Nombre del proyecto
3. **¿Cuáles son los objetivos del proyecto?**
4. **¿Desde cuándo se encuentra en ejecución? ¿Cuándo se tiene previsto finalizarlo?**
5. **¿Qué tipo de apoyo o servicios se ofrece al sector cafetalero?**
6. **¿Con qué actores de la cadena se relaciona más?**
 - Proveedores
 - Productores
 - Intermediarios/ Comerciantes
 - Transformadores
 - Consumidor final
7. **¿Cómo financian los servicios ofrecidos?**
 - Del estado
 - Empresas particulares
8. **¿Cobran por los servicios prestados?**
 - Si

No

9. ¿Cuánto personal dedica al apoyo del proyecto?

10. ¿Qué perfil/especialidad tiene este personal?

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

\$1-\$300.000

\$300.001-\$600.000

\$600.001-\$900.000

\$900.001-1'000.000

\$1'000.001 – a más

12. ¿Qué tiempo tiene apoyando el proyecto?

1-5 años

6-10 años

11-15 años

16- 20 años

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

Productividad

Calidad

Reconocimiento

Tecnificación y capacitación

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

Falta de recursos

Resistencia al cambio

Dificultad para llegar a los diferentes lugares

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

16. ¿Qué potencialidades identifica en el sector cafetalero?

Productos de calidad

Buenas técnicas de cultivo

Necesidad de cambio

Productores comprometidos

Cadena de valor bien estructurada

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

ANEXOS DE PRODUCTORES DEL CANTÓN ZARUMA

Anexo 10

Tabla 1 Modalidad de trabajo según las Parroquias

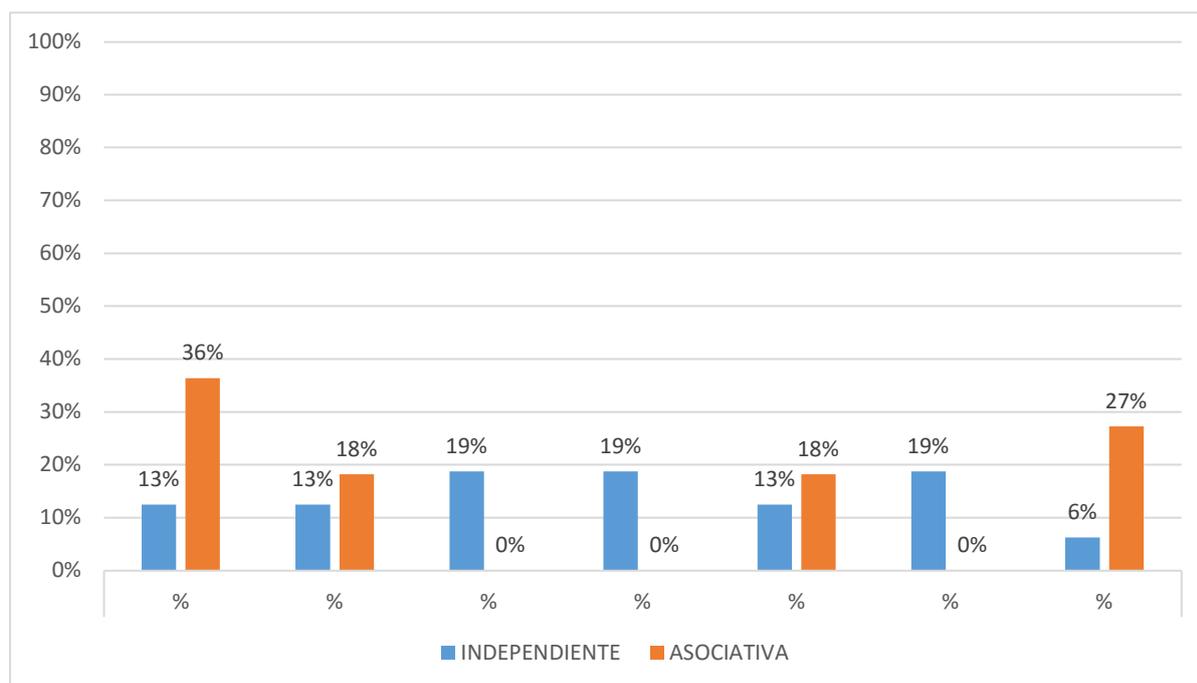
PARROQUIA	GUIZHAGUIÑA		SINSAO		SALVIAS		HUERTAS		MULUNCAY		MALVAS		ZARUMA		TOTAL	
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	13%	2	13%	3	19%	3	19%	2	13%	3	19%	1	6%	16	59%
ASOCIATIVA	4	36%	2	18%	0	0%	0	0%	2	18%	0	0%	3	27%	11	41%
TOTAL	6	22%	4	15%	3	11%	3	11%	4	15%	3	11%	4	15%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 1

Modalidad de trabajo según las Parroquias



Fuente: Tabla 1

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 11

Tabla 2 Modalidad de trabajo en general

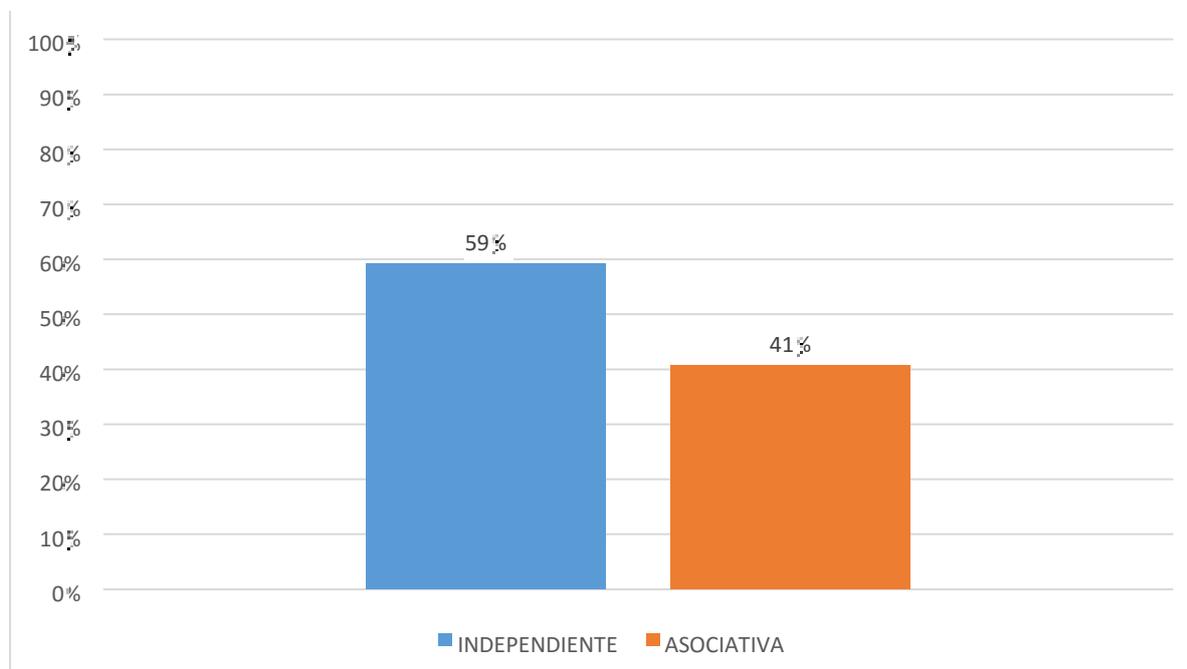
MODALIDAD DE TRABAJO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INDEPENDIENTE	16	59%
ASOCIATIVA	11	41%
TOTAL	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 2

Modalidad de trabajo en general



Fuente: Tabla 2

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 12

Tabla 3 Hectáreas sembradas de café

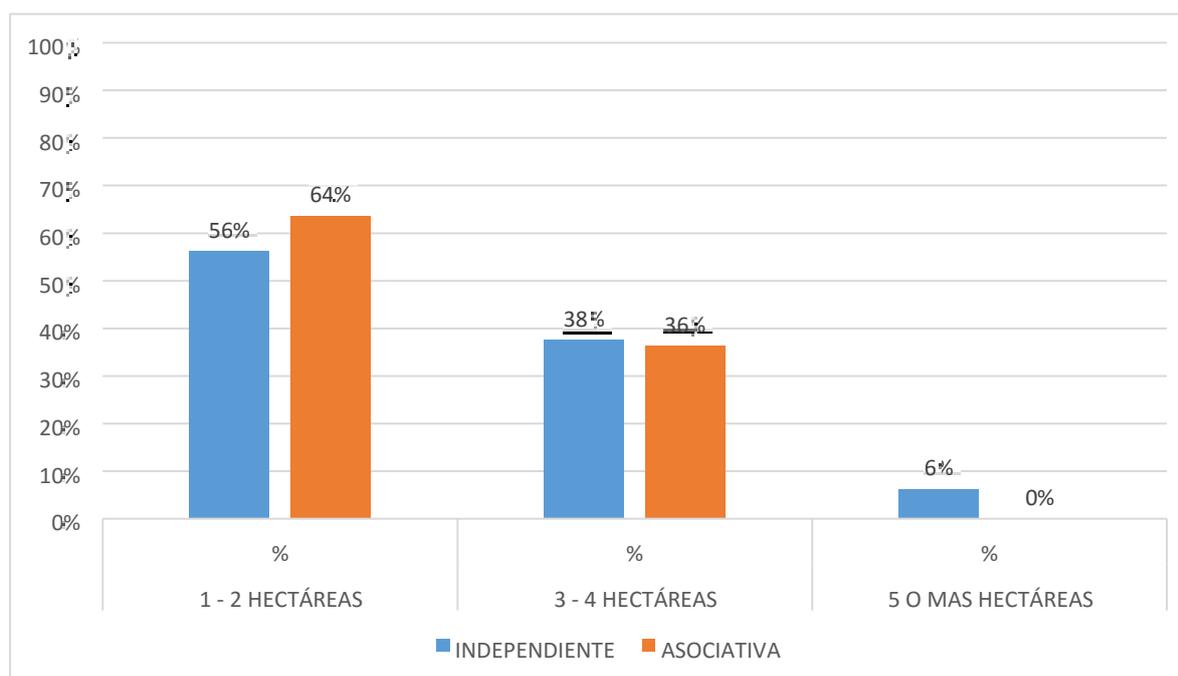
VARIABLE	1 - 2		3 - 4		5 O MAS		TOTAL	
	HECTÁREAS		HECTÁREAS		HECTÁREAS			
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	56%	6	38%	1	6%	16	59%
ASOCIATIVA	7	64%	4	36%	0	0%	11	41%
TOTAL	16	59%	10	37%	1	4%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 3

Hectáreas sembradas de café



Fuente: Tabla 3

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 13

Tabla 4 Plantas sembradas por hectárea

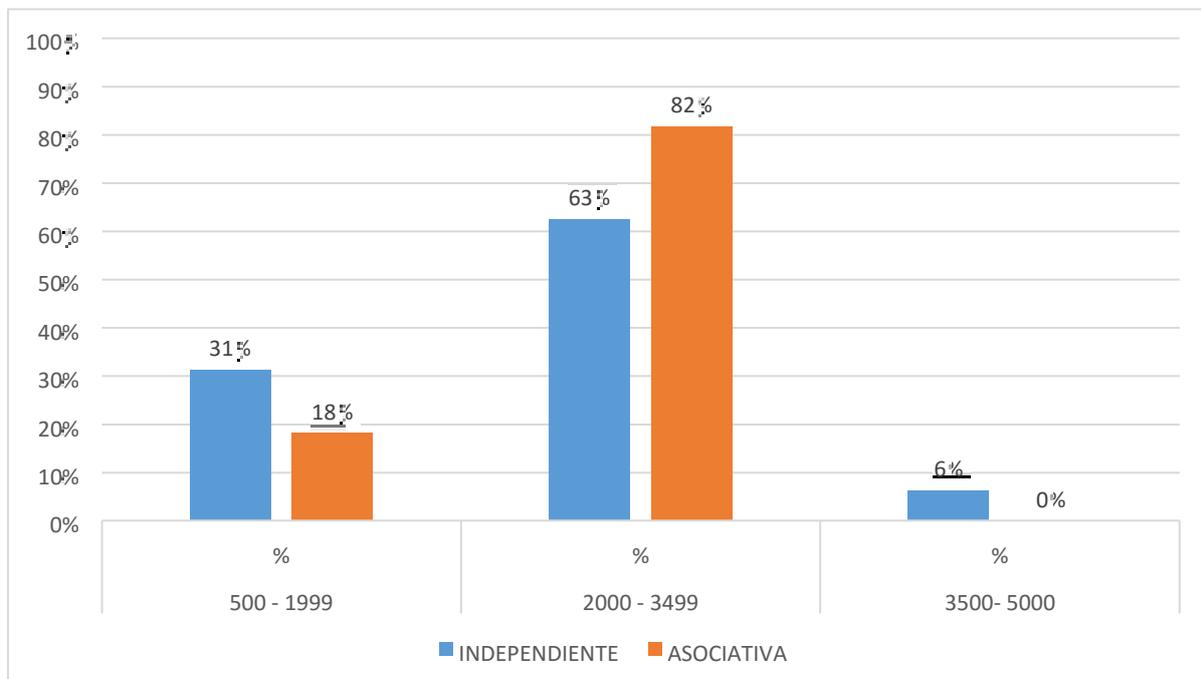
VARIABLE	500 – 1999		2000 - 3499		3500- 5000		TOTAL	
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	31%	10	63%	1	6%	16	59%
ASOCIATIVA	2	18%	9	82%	0	0%	11	41%
TOTAL	7	26%	19	70%	1	4%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 4

Plantas sembradas por hectárea



Fuente: Tabla 4

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 14

Tabla 5 Tipo de propiedad

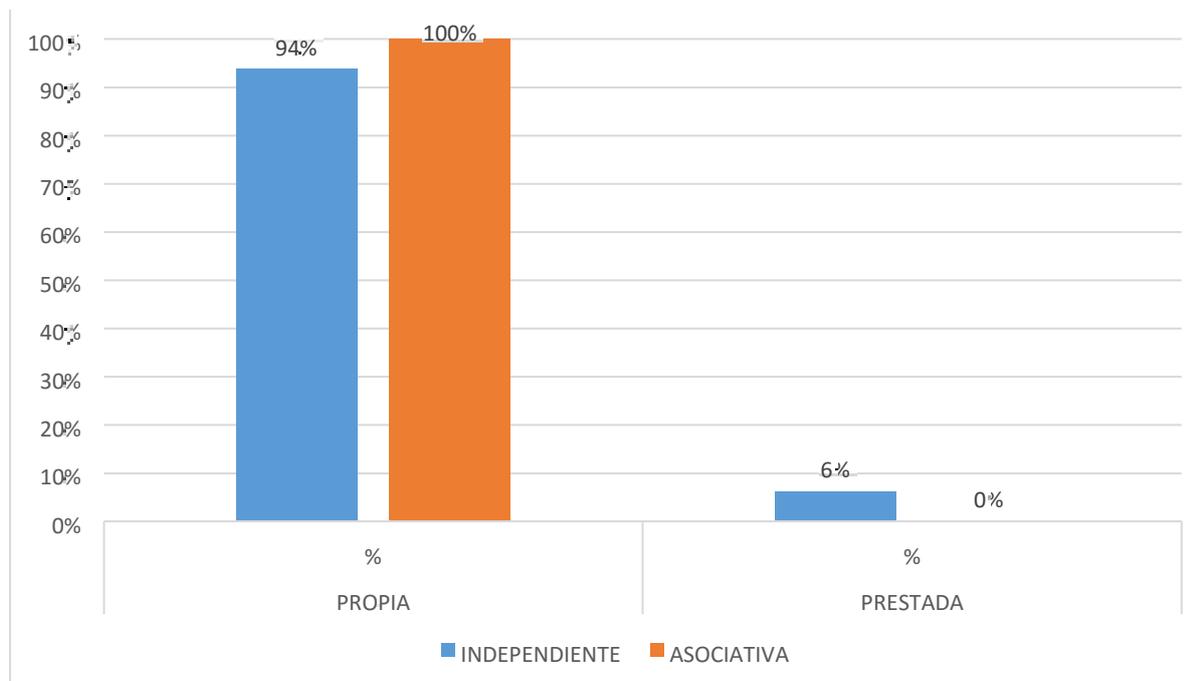
VARIABLE	PROPIA		PRESTADA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	15	94%	1	6%	16	59%
ASOCIATIVA	11	100%	0	0%	11	41%
TOTAL	26	96%	1	4%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 5

Tipo de propiedad



Fuente: Tabla 5

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 15

Tabla 6 Capacitación

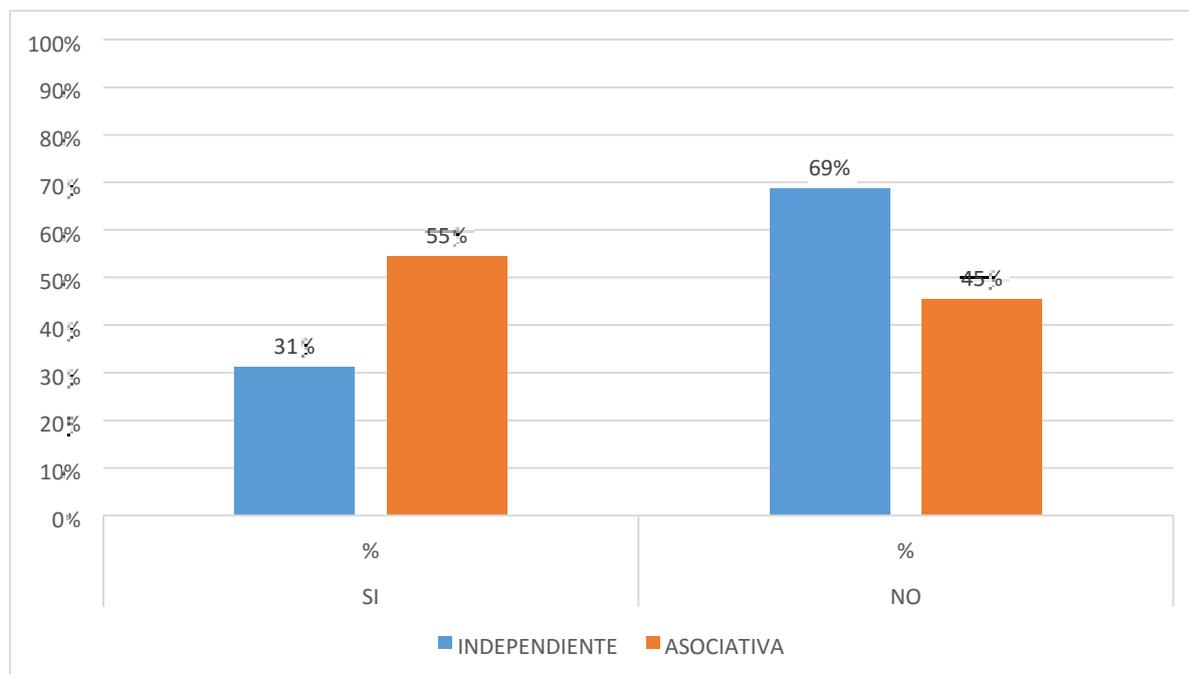
VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	31%	11	69%	16	59%
ASOCIATIVA	6	55%	5	45%	11	41%
TOTAL	11	41%	16	59%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 6

Capacitación



Fuente: Tabla 6

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 16

Tabla 7 Tipo de materia prima

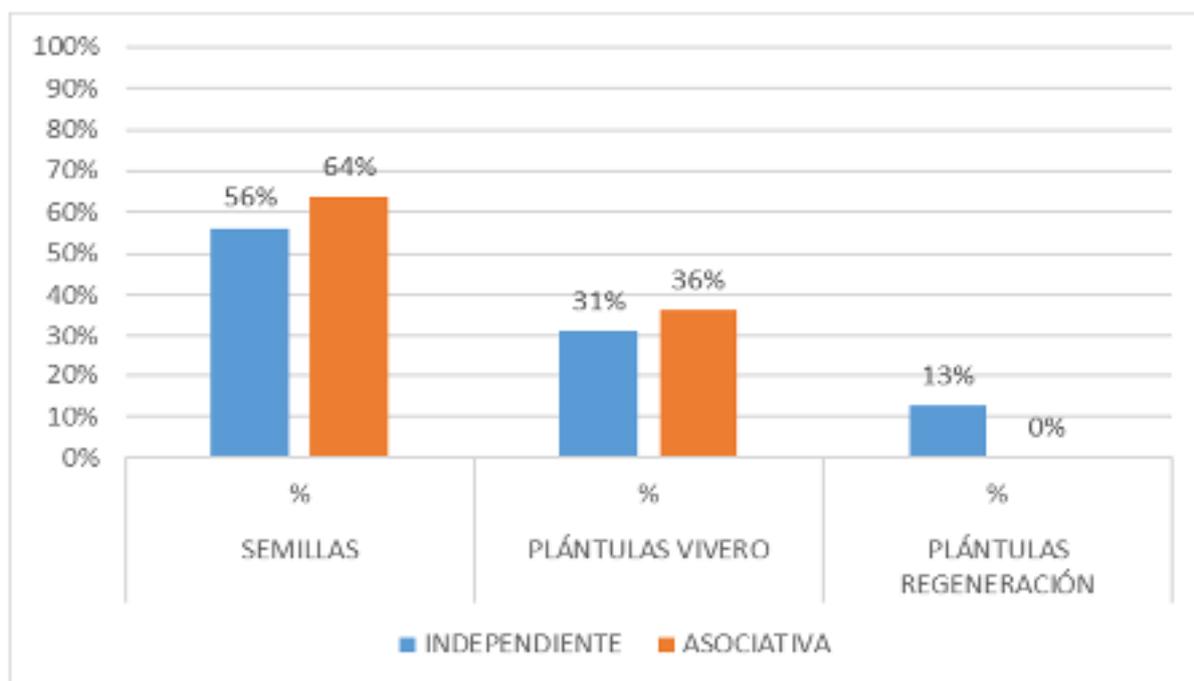
VARIABLE	SEMILLAS		PLÁNTULAS VIVERO		PLÁNTULAS REGENERACIÓN		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	56%	5	31%	2	13%	16	59%
ASOCIATIVA	7	64%	4	36%	0	0%	11	41%
TOTAL	16	59%	9	33%	2	7%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 7

Tipo de materia prima



Fuente: Tabla 7

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 17

Tabla 8 Subvariedad

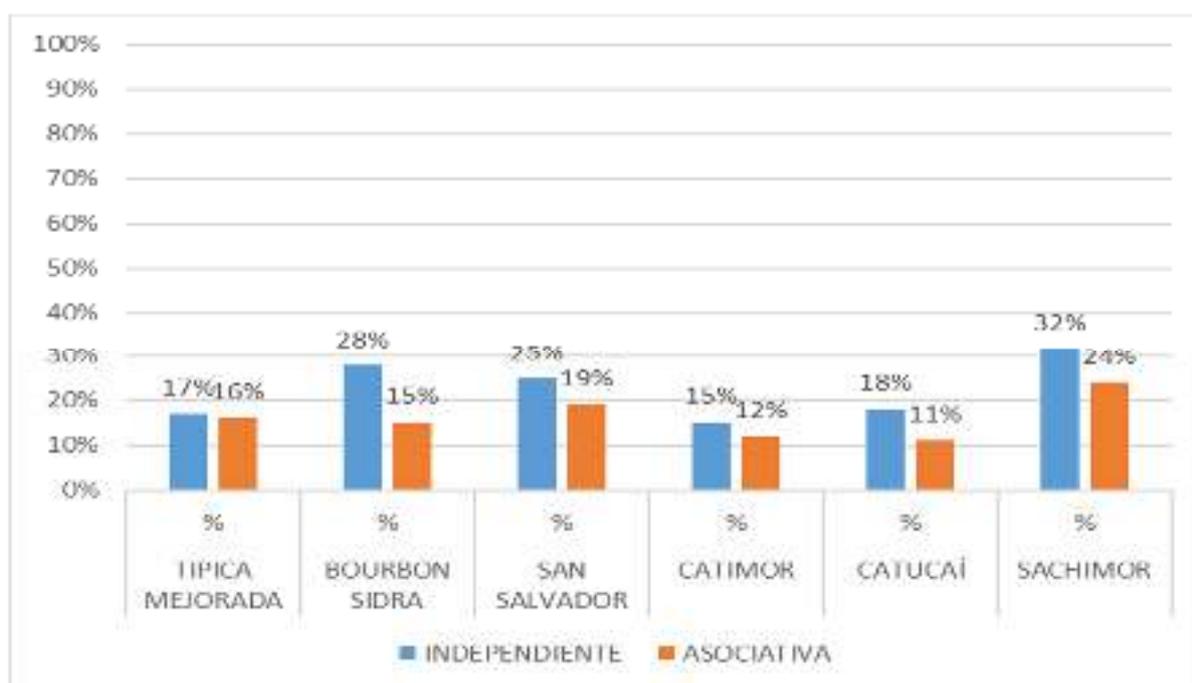
VARIABLE	TIPICA MEJORADA	BOURBON SIDRA	SAN SALVADOR	CATIMOR	CATUCAÍ	SACHIMOR
MODALIDAD	%	%	%	%	%	%
INDEPENDIENTE	17%	28%	25%	15%	18%	32%
ASOCIATIVA	16%	15%	19%	12%	11%	24%
TOTAL	33%	43%	44%	27%	29%	56%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 8

Subvariedad



Fuente: Tabla 8

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 18

Tabla 9 Origen de materia prima

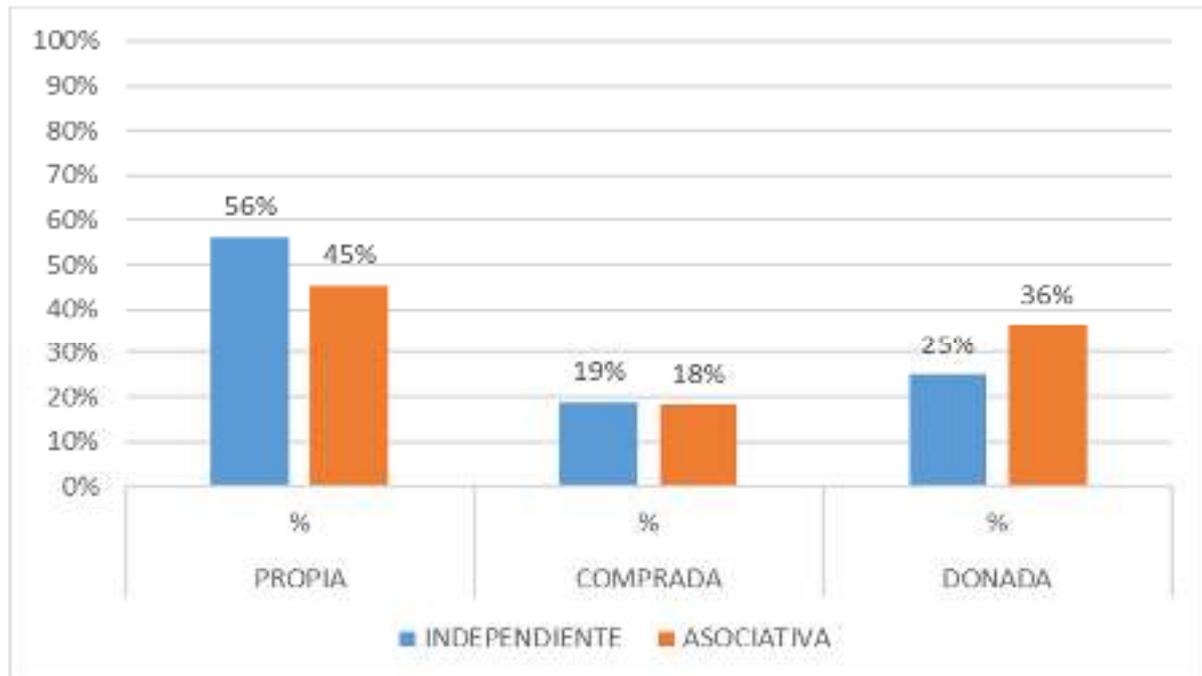
VARIABLE	PROPIA		COMPRADA		DONADA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	56%	3	19%	4	25%	16	59%
ASOCIATIVA	5	45%	2	18%	4	36%	11	41%
TOTAL	14	52%	5	19%	8	30%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 9

Origen de materia prima



Fuente: Tabla 9

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 19

Tabla 10 Insumos agrícolas

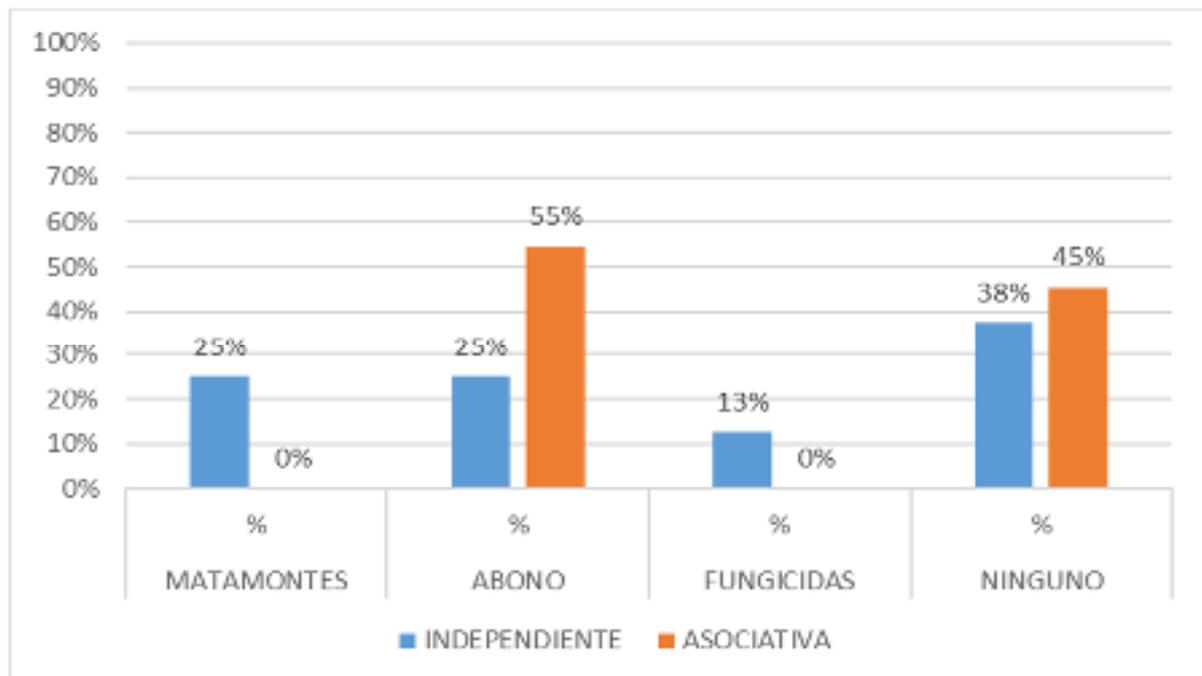
VARIABLE	MATAMONTES		ABONO		FUNGICIDAS		NINGUNO		TOTAL	
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	4	25%	4	25%	2	13%	6	38%	16	59%
ASOCIATIVA	0	0%	6	55%	0	0%	5	45%	11	41%
TOTAL	4	15%	10	37%	2	7%	11	41%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 10

Insumos agrícolas



Fuente: Tabla 10

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 20

Tabla 11 Edad de plantación

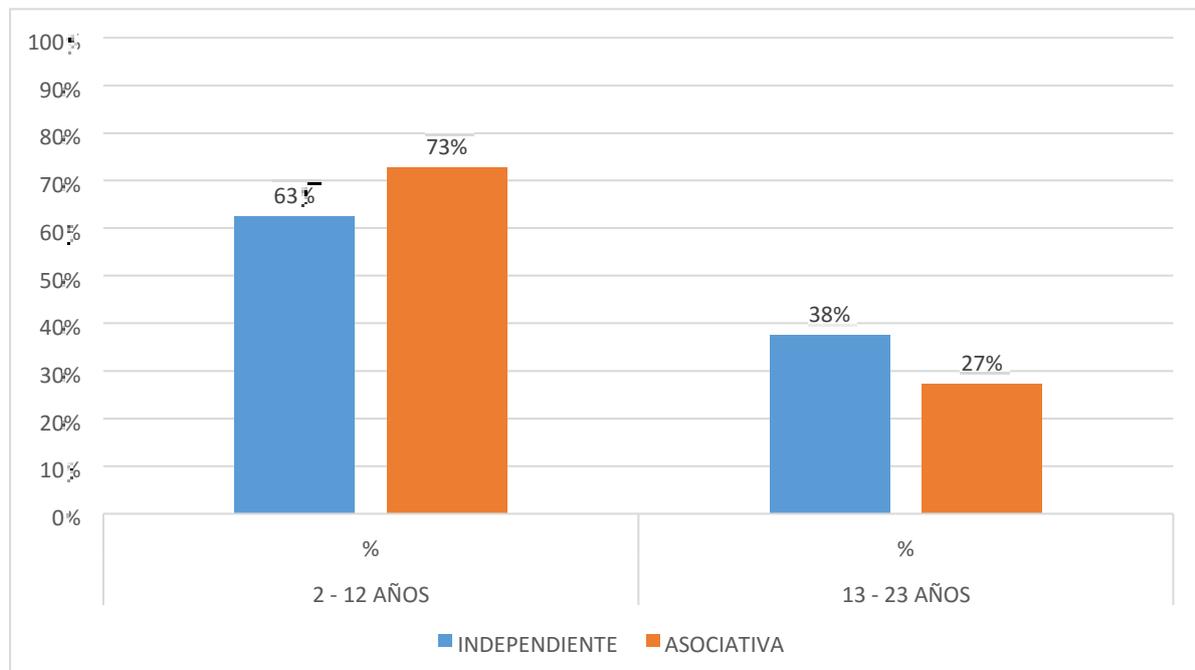
VARIABLE	2 - 12 AÑOS		13 - 23 AÑOS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	10	63%	6	38%	16	59%
ASOCIATIVA	8	73%	3	27%	11	41%
TOTAL	18	67%	9	33%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 11

Edad de plantación



Fuente: Tabla 11

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 21

Tabla 12 Renovación de cultivo

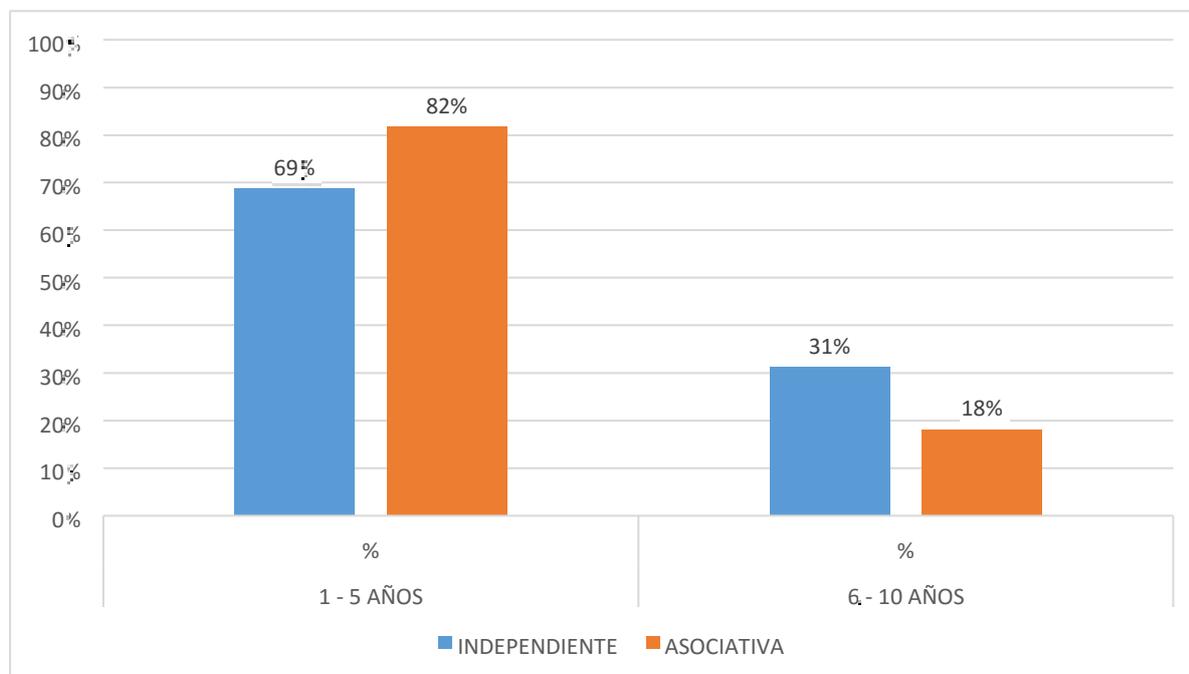
VARIABLE	1 - 5 AÑOS		6 - 10 AÑOS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	11	69%	5	31%	16	59%
ASOCIATIVA	9	82%	2	18%	11	41%
TOTAL	20	74%	7	26%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 12

Renovación de cultivo



Fuente: Tabla 12

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 22

Tabla 13 Rendimiento

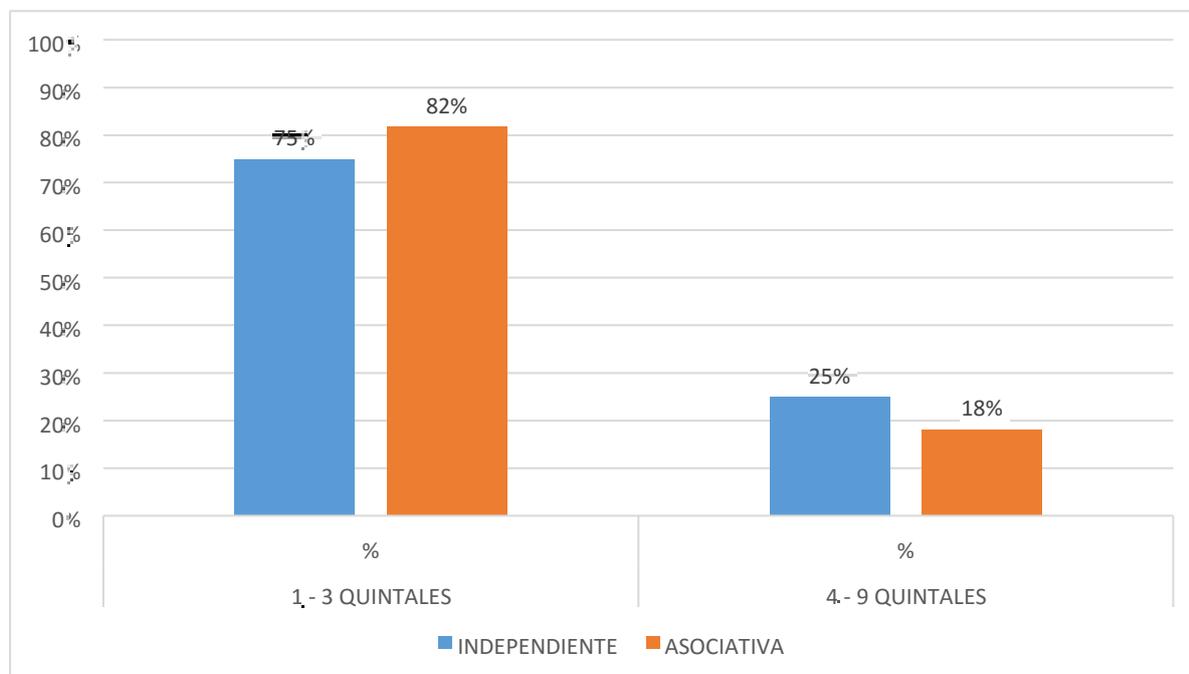
VARIABLE	1 - 3 QUINTALES		4 - 9 QUINTALES		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	12	75%	4	25%	16	59%
ASOCIATIVA	9	82%	2	18%	11	41%
TOTAL	21	78%	6	22%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 13

Rendimiento



Fuente: Tabla 13

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 23

Tabla 14 Condiciones del cultivo

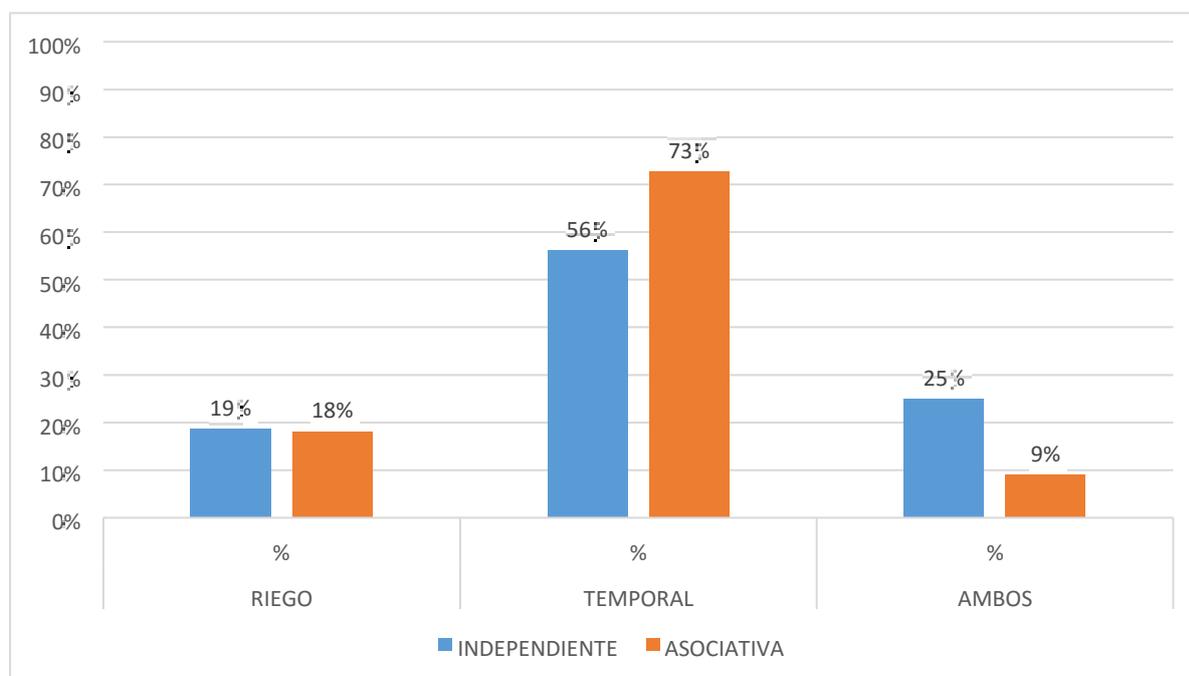
VARIABLE	RIEGO		TEMPORAL		AMBOS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	19%	9	56%	4	25%	16	59%
ASOCIATIVA	2	18%	8	73%	1	9%	11	41%
TOTAL	5	19%	17	63%	5	19%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 14

Condiciones del cultivo



Fuente: Tabla 14

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 24

Tabla 15 Trabajadores

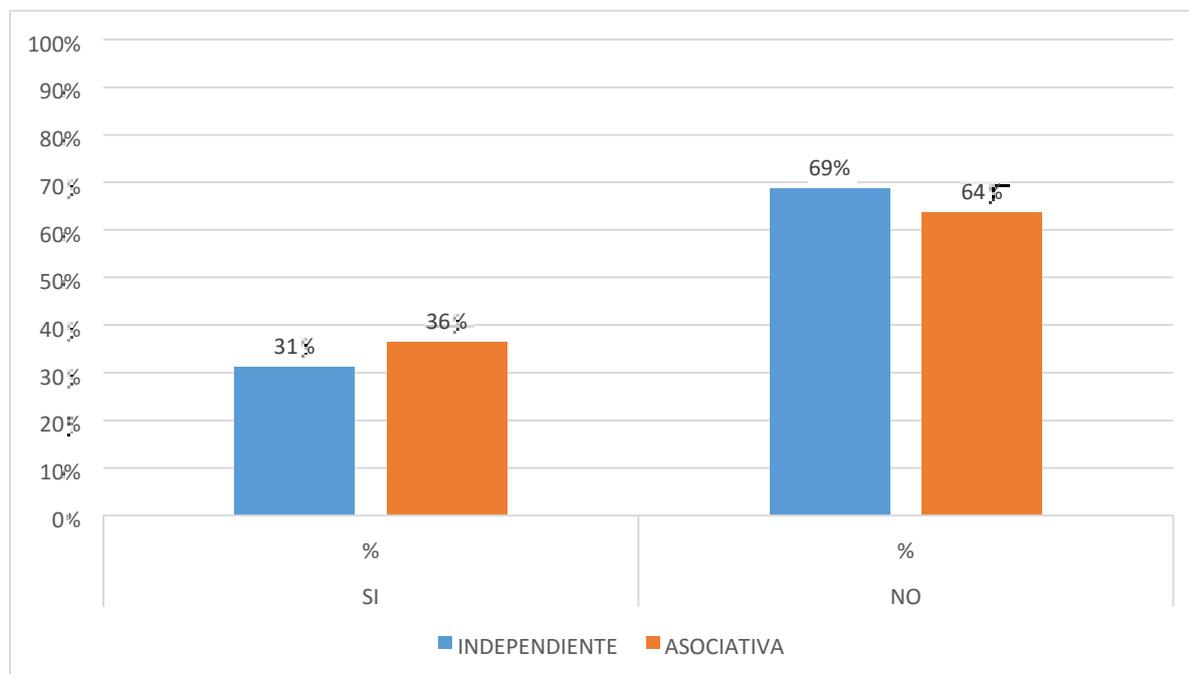
VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	31%	11	69%	16	59%
ASOCIATIVA	4	36%	7	64%	11	41%
TOTAL	9	33%	18	67%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 15

Trabajadores



Fuente: Tabla 15

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 25

Tabla 16 Beneficios de los trabajadores

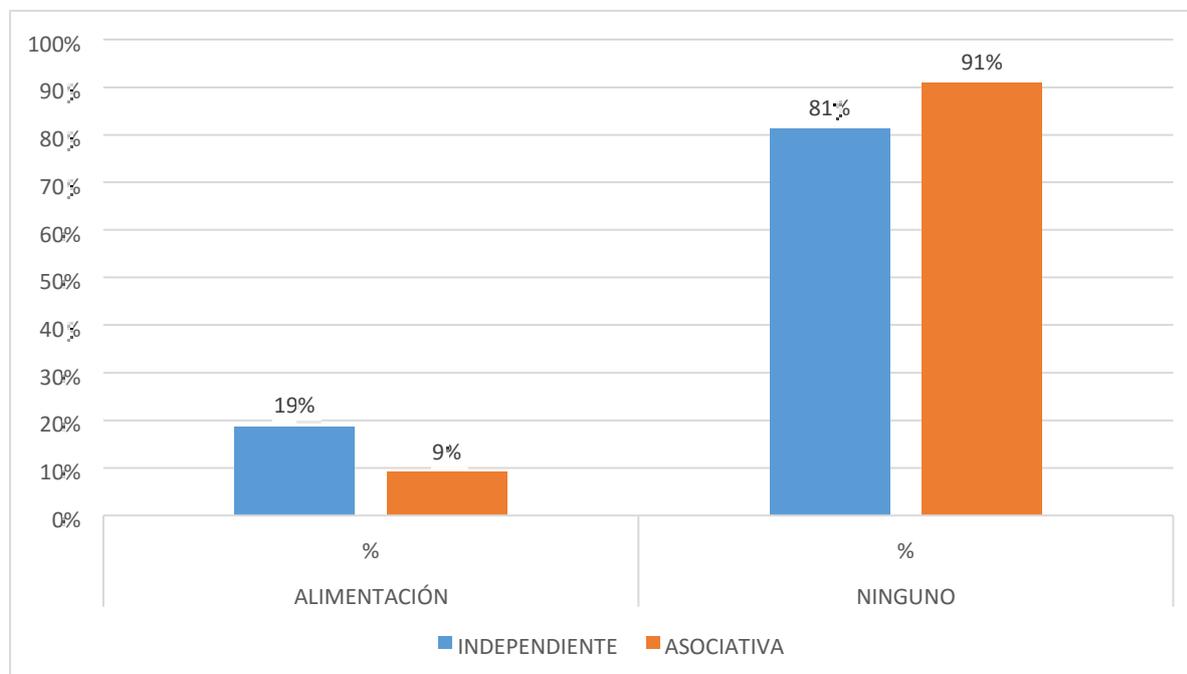
VARIABLE	ALIMENTACIÓN		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	19%	13	81%	16	59%
ASOCIATIVA	1	9%	10	91%	11	41%
TOTAL	4	15%	23	85%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 16

Beneficios de los trabajadores



Fuente: Tabla 16

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 26

Tabla 17 Maquinaria

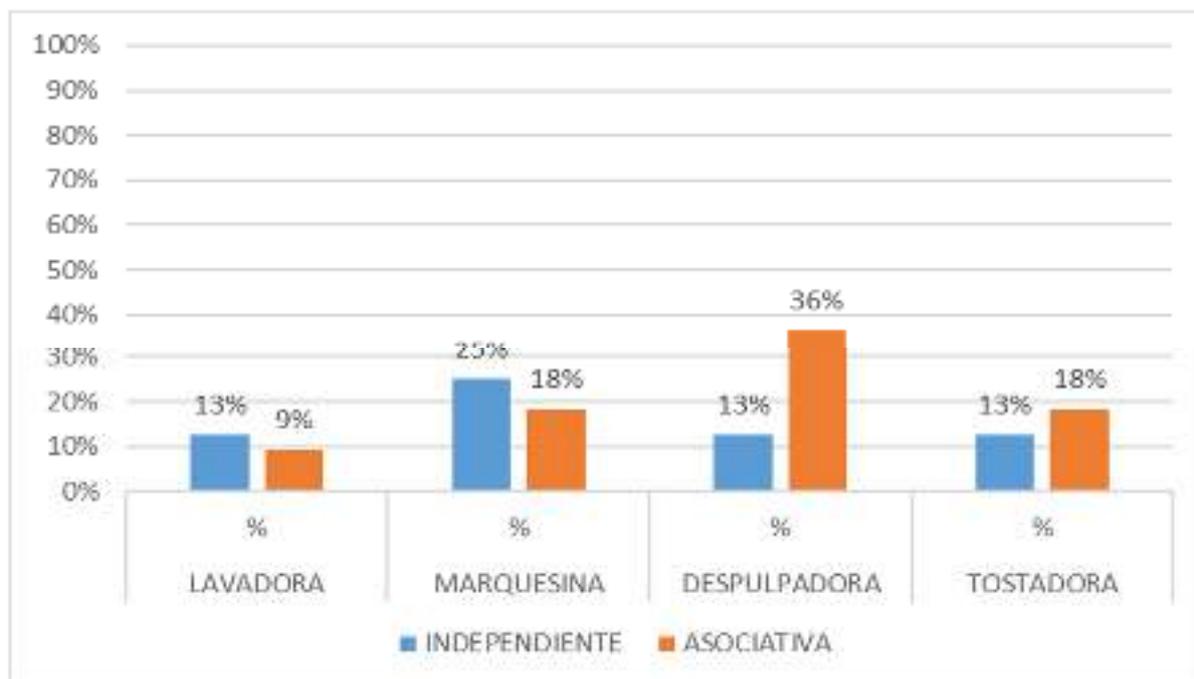
VARIABLE	LAVADORA		MARQUESINA		DESPULPADORA		TOSTADORA	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	13%	4	25%	2	13%	2	13%
ASOCIATIVA	1	9%	2	18%	4	36%	2	18%
TOTAL	3	11%	6	22%	6	22%	4	15%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 17

Maquinaria



Fuente: Tabla 17

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 27

Tabla 18 Estado del café

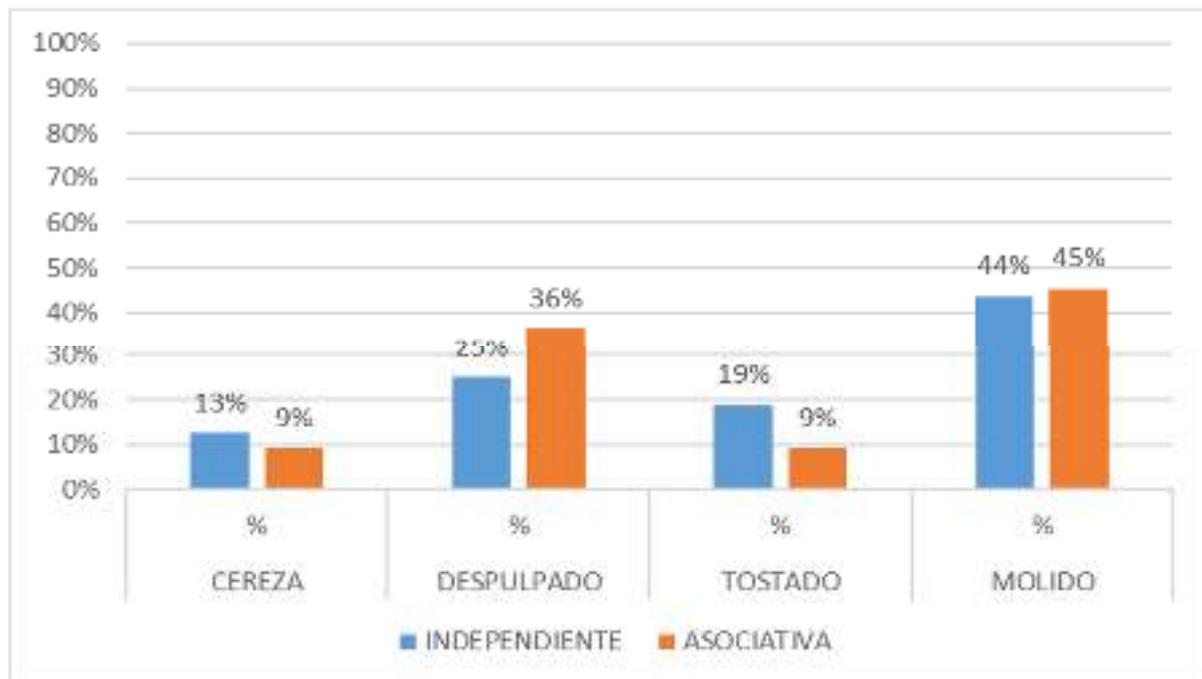
VARIABLE	CEREZA		DESPULPADO		TOSTADO		MOLIDO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	13%	4	25%	3	19%	7	44%	16	59%
ASOCIATIVA	1	9%	4	36%	1	9%	5	45%	11	41%
TOTAL	3	11%	8	30%	4	15%	12	44%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 18

Estado del café



Fuente: Tabla 18

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 28

Tabla 19 Exigencias de calidad

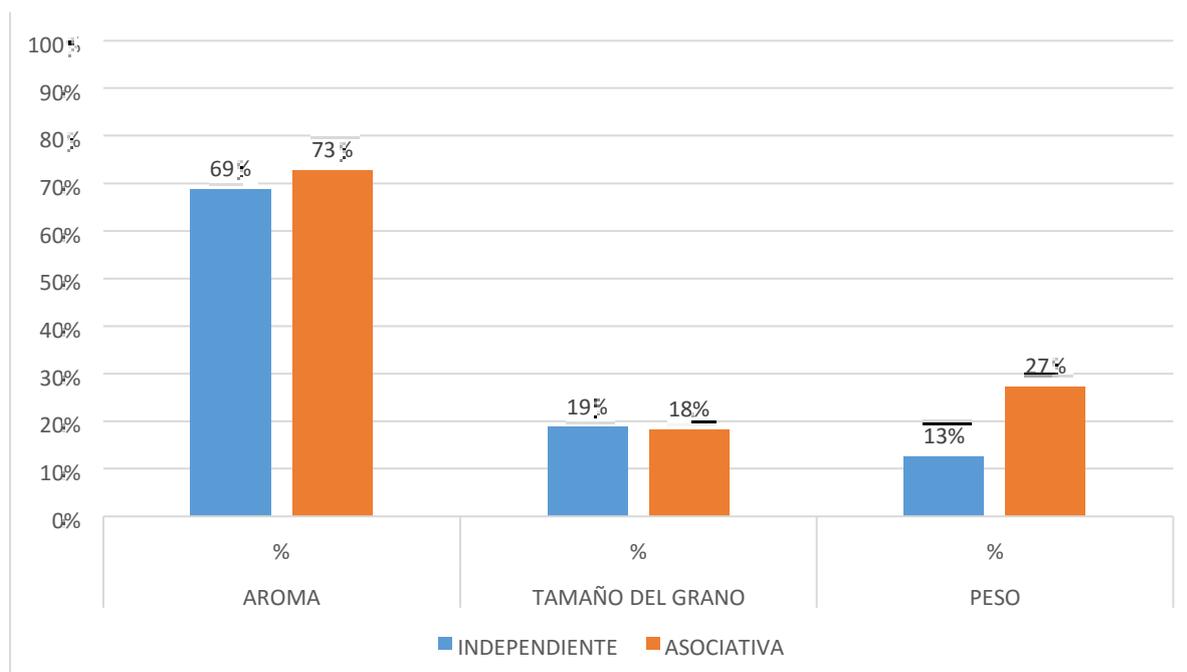
VARIABLE	AROMA		TAMAÑO DEL GRANO		PESO	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	11	69%	3	19%	2	13%
ASOCIATIVA	8	73%	2	18%	3	27%
TOTAL	19	70%	5	19%	5	19%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 19

Exigencias de calidad



Fuente: Tabla 19

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 29

Tabla 20 Recibe ayuda de otras instituciones

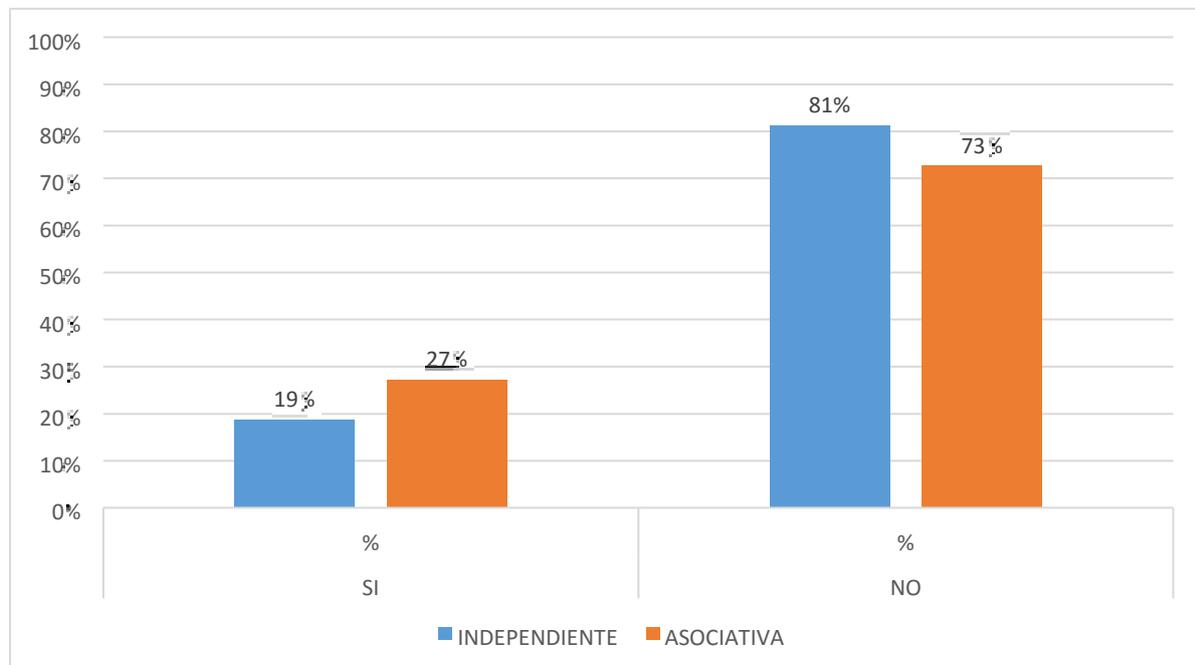
VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	19%	13	81%	16	59%
ASOCIATIVA	3	27%	8	73%	11	41%
TOTAL	6	22%	21	78%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 20

Recibe ayuda de otras instituciones



Fuente: Tabla 20

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 30

Tabla 21 Problemas que enfrenta

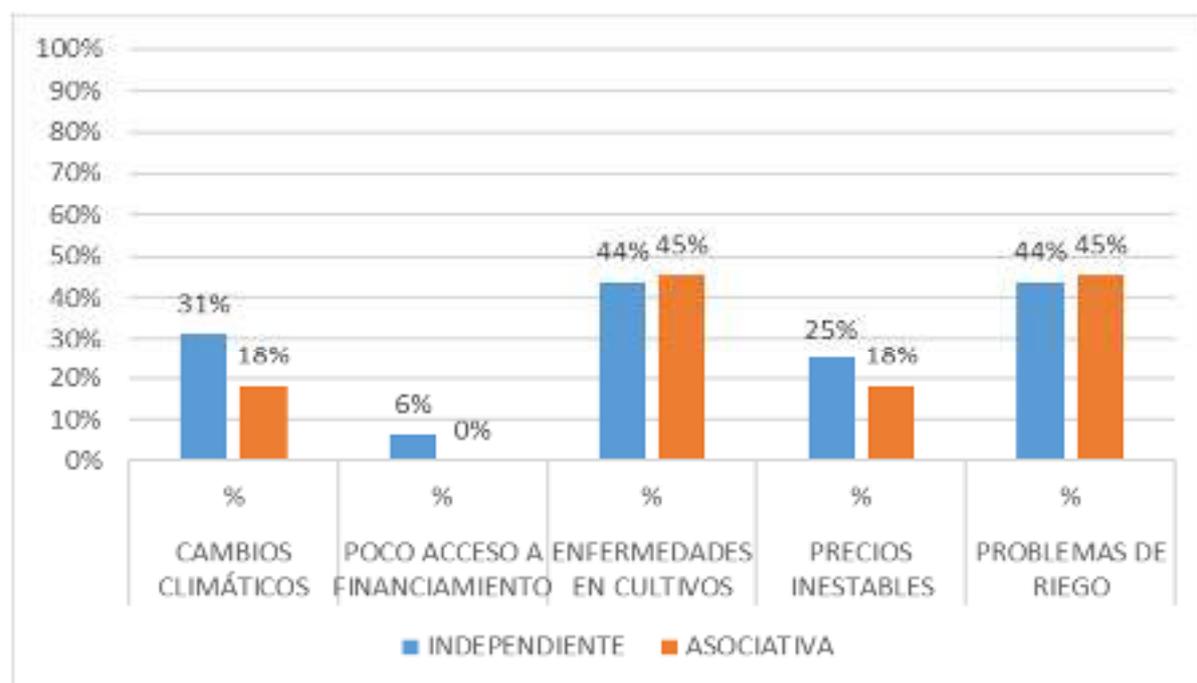
VARIABLE	CAMBIOS CLIMÁTICOS		POCO ACCESO A FINANCIAMIENTO		ENFERMEDADES EN CULTIVOS		PRECIOS INESTABLES		PROBLEMAS DE RIEGO	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	31%	1	6%	7	44%	4	25%	7	44%
ASOCIATIVA	2	18%	0	0%	5	45%	2	18%	5	45%
TOTAL	7	26%	1	4%	12	44%	6	22%	12	44%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 21

Problemas que enfrenta



Fuente: Tabla 21

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 31

Tabla 22 Otra fuente de ingreso

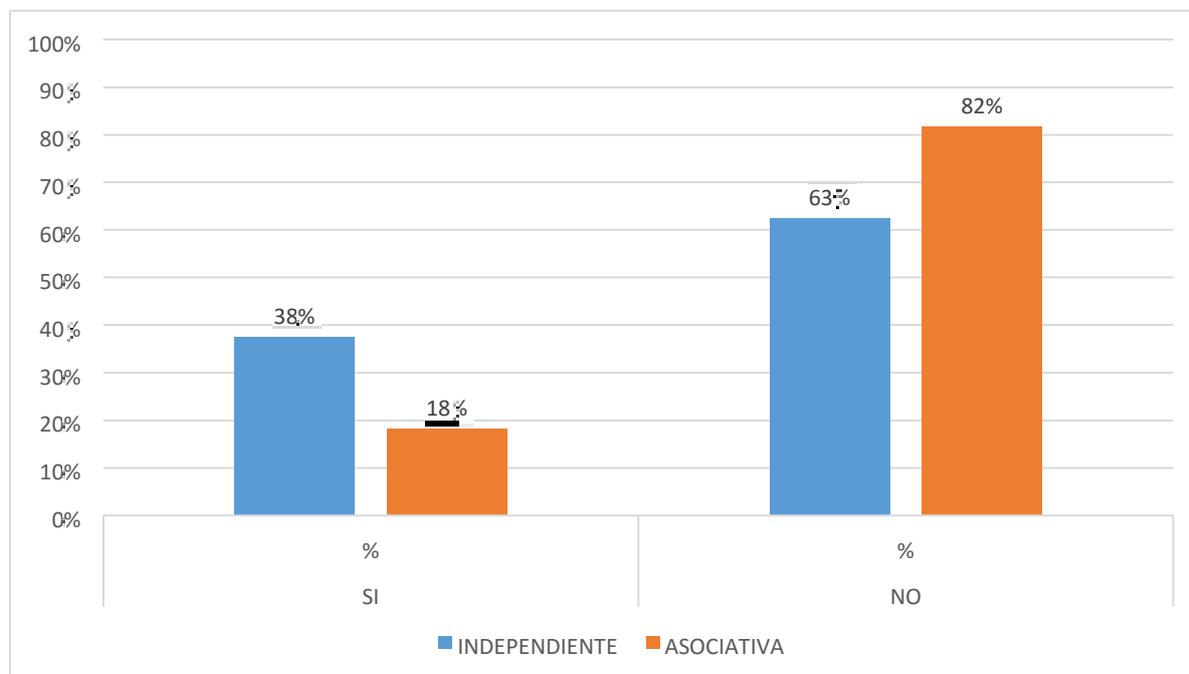
VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	6	38%	10	63%	16	59%
ASOCIATIVA	2	18%	9	82%	11	41%
TOTAL	8	30%	19	70%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 22

Otra fuente de ingreso



Fuente: Tabla 22

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 32

Tabla 23 Género

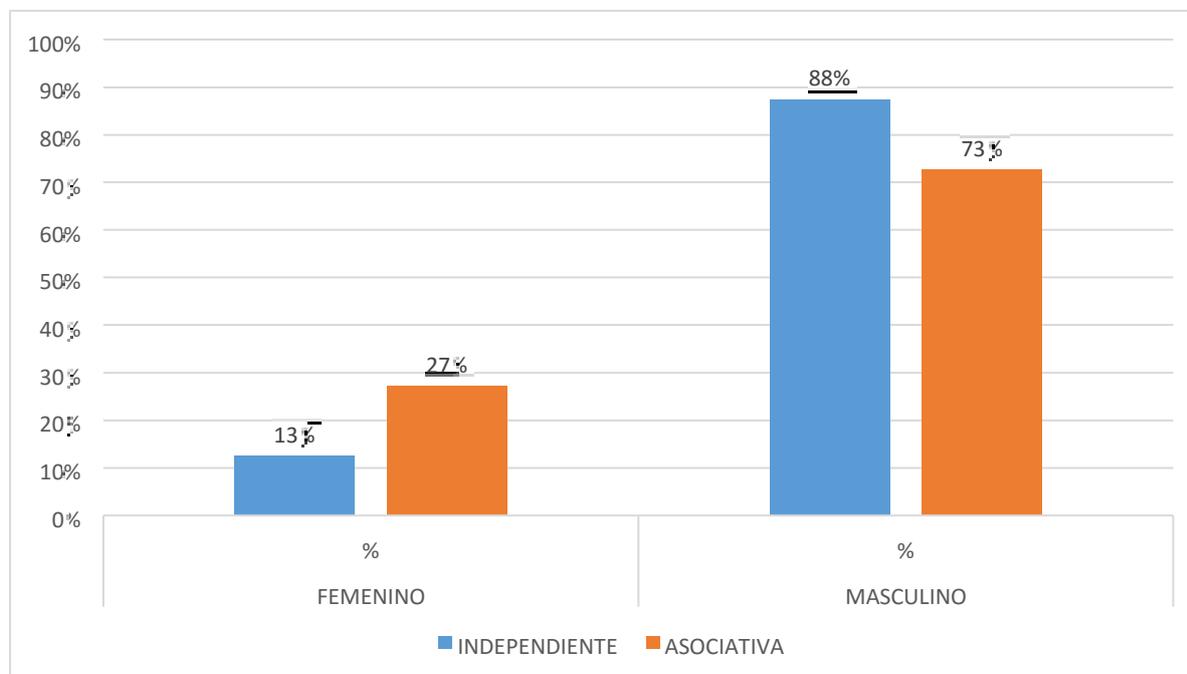
VARIABLE	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	13%	14	88%	16	59%
ASOCIATIVA	3	27%	8	73%	11	41%
TOTAL	5	19%	22	81%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 23

Género



Fuente: Tabla 23

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 33

Tabla 24 Estado civil

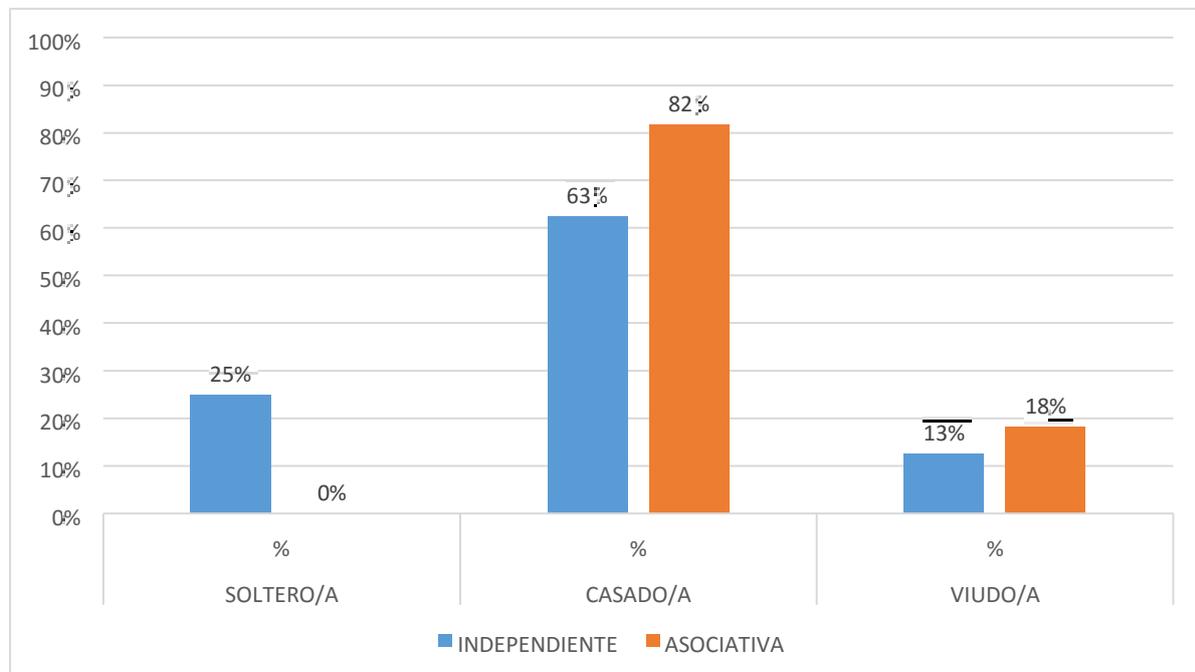
VARIABLE	SOLTERO/A		CASADO/A		VIUDO/A		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	4	25%	10	63%	2	13%	16	59%
ASOCIATIVA	0	0%	9	82%	2	18%	11	41%
TOTAL	4	15%	19	70%	4	15%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 24

Estado civil



Fuente: Tabla 24

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 34

Tabla 25 Nivel de estudios

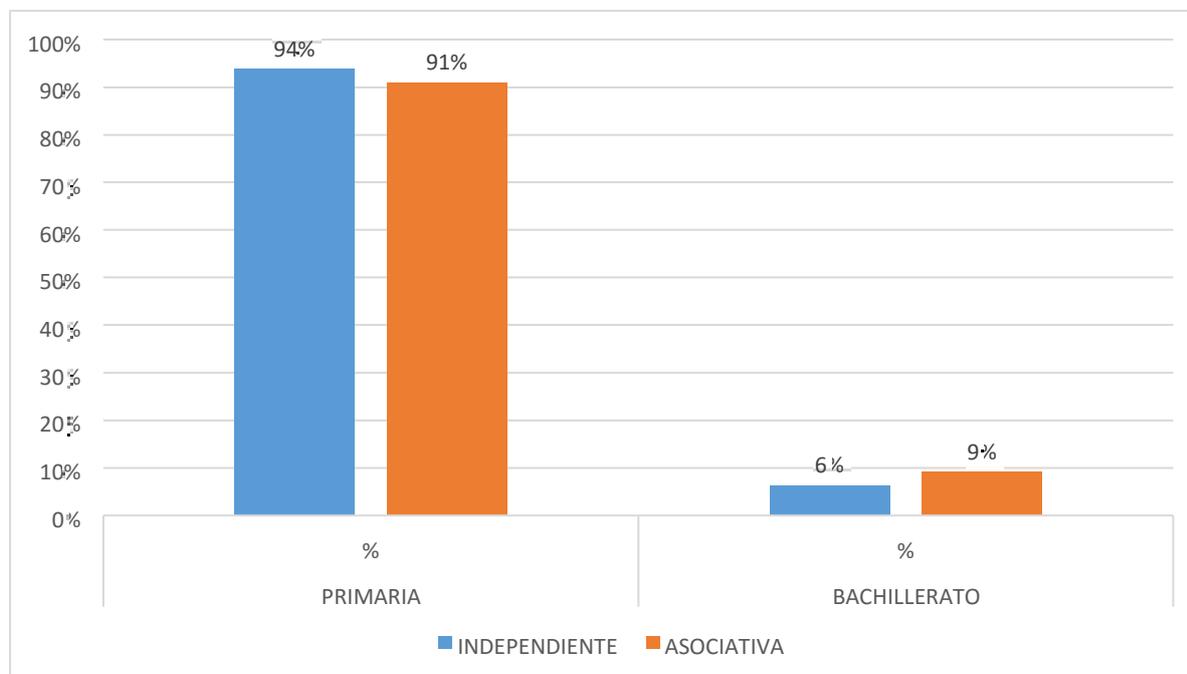
VARIABLE	PRIMARIA		BACHILLERATO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	15	94%	1	6%	16	59%
ASOCIATIVA	10	91%	1	9%	11	41%
TOTAL	25	93%	2	7%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 25

Nivel de estudios



Fuente: Tabla 25

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 35

Tabla 26 Años como caficultor

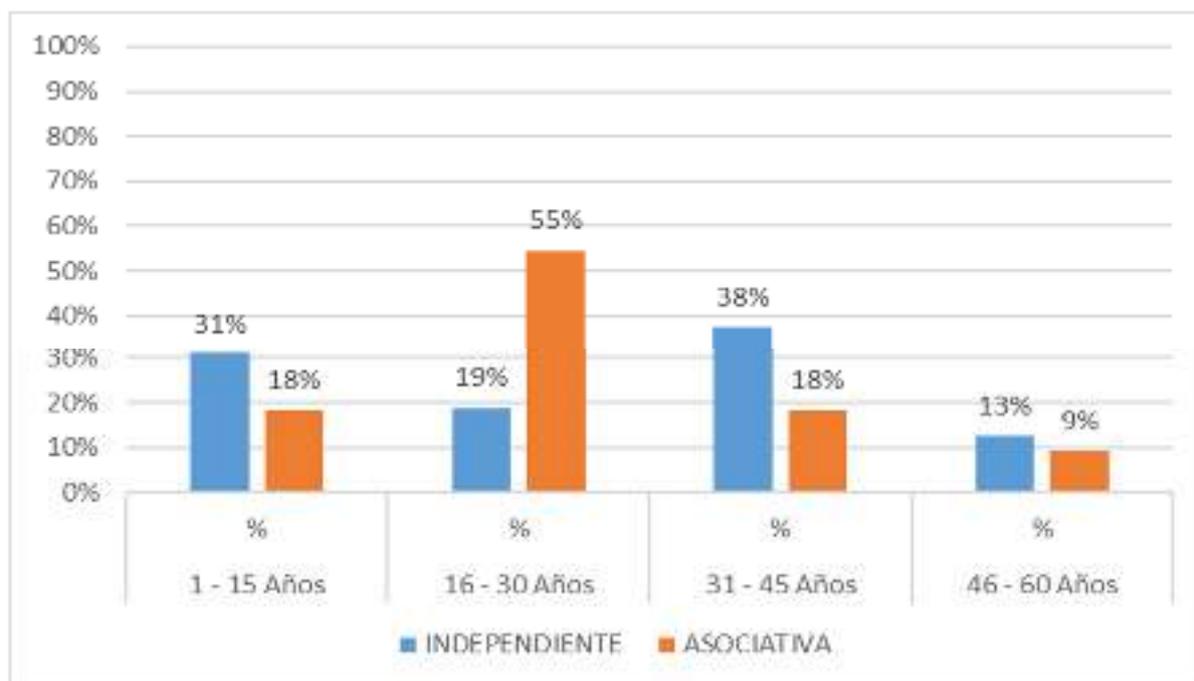
VARIABLE	1 - 15 Años		16 - 30 Años		31 - 45 Años		46 - 60 Años		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	5	31%	3	19%	6	38%	2	13%	16	59%
ASOCIATIVA	2	18%	6	55%	2	18%	1	9%	11	41%
TOTAL	7	26%	9	33%	8	30%	3	11%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 26

Años como caficultor



Fuente: Tabla 26

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 36

Tabla 27 Seguro

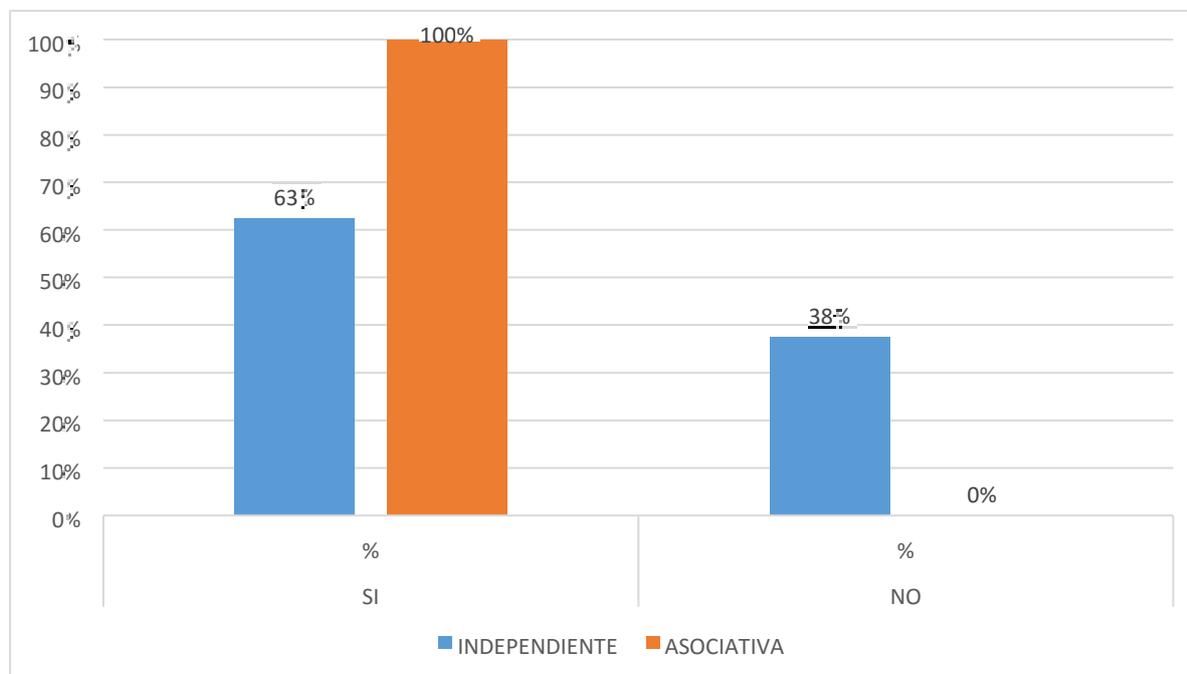
VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	10	63%	6	38%	16	59%
ASOCIATIVA	11	100%	0	0%	11	41%
TOTAL	21	78%	6	22%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 27

Seguro



Fuente: Tabla 27

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 37

Tabla 28 Tipo de seguro

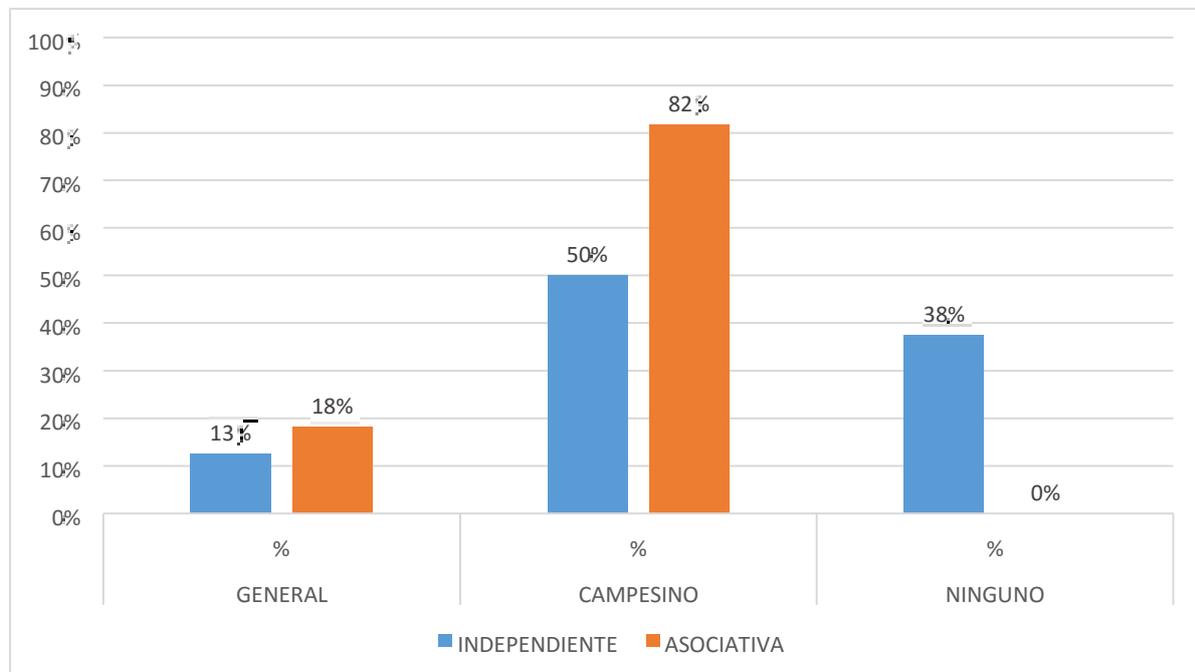
VARIABLE	GENERAL		CAMPESINO		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	13%	8	50%	6	38%	16	59%
ASOCIATIVA	2	18%	9	82%	0	0%	11	41%
TOTAL	4	15%	17	63%	6	22%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 28

Tipo de seguro



Fuente: Tabla 28

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 38

Tabla 29 Listado de productores independientes del cantón Zaruma

NOMBRE DEL PRODUCTOR	PARROQUIA
Carlos Ochoa Andrade	Guizhaguiña
Luis Alberto Orellana Zambrano	Guizhaguiña
Amadeo Asanza Muñoz	Sinsao
Miguel Ángel Armijos	Sinsao
Norman Manuel Añazco Loayza	Salvias
Israel Tituana Asanza	Salvias
Mario Bolívar Córdova Márquez	Salvias
Emilio de Jesús Espinoza Tinoco	Huertas
Manuel Jacinto Tinoco Chica	Huertas
Rosa Toro Tinoco	Huertas
Darwin Juan Zhuigue Tituana	Zaruma
Servio Gustavo Román Aguilar	Malvas
David Alberto Romero Tinoco	Malvas
Alex Gabriel Román Román	Malvas
Fidel Antonio Macas Espinoza	Muluncay
Tarcila de Jesús Segarra Tituana	Muluncay

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 39

Tabla 30 Listado de productores asociados del cantón Zaruma

NOMBRE DEL PRODUCTOR	PARROQUIA
María del Carmen Socola	Guizhaguiña
Segundo Alcívar Cárdenas González	Guizhaguiña
Luis Alberto Orellana Zambrano	Guizhaguiña
Hilda María Largo Asanza	Guizhaguiña
Manuel Alberto Murillo Loayza	Muluncay
Edilia Ángela Aguilar Ramírez	Muluncay
Fidel Emérito Armijos Suarez	Sinsao
Sixto Enrique Castillo Ochoa	Sinsao
Vicente Pacheco Guamán	Zaruma
Víctor Manuel Procel Rogel	Zaruma
Guillermo Nepalí Serrano Escaribay	Zaruma

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

ANEXOS DE PRODUCTORES DEL CANTÓN PIÑAS

Anexo 40

Tabla 31 Modalidad de trabajo según las Parroquias

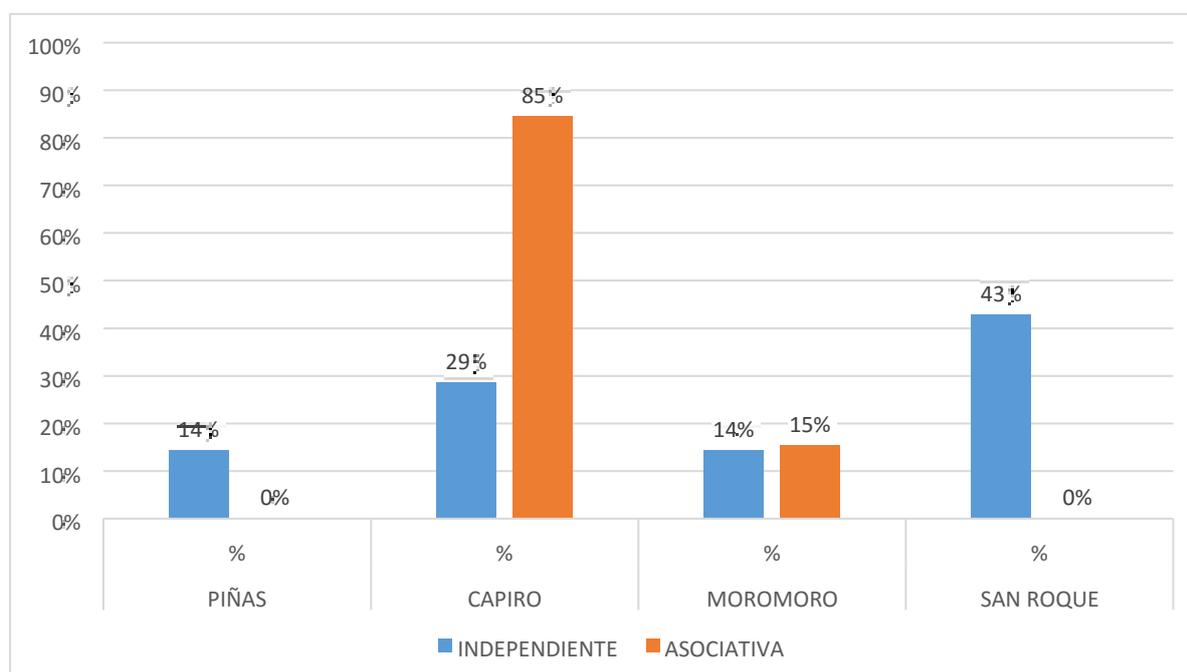
PARROQUIA	PIÑAS		CAPIRO		MOROMORO		SAN ROQUE		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	14%	4	29%	2	14%	6	43%	14	52%
ASOCIATIVA	0	0%	11	85%	2	15%	0	0%	13	48%
TOTAL	2	7%	15	56%	4	15%	6	22%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 29

Modalidad de trabajo según las Parroquias



Fuente: Tabla 31

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 41

Tabla 32 Modalidad de trabajo en general

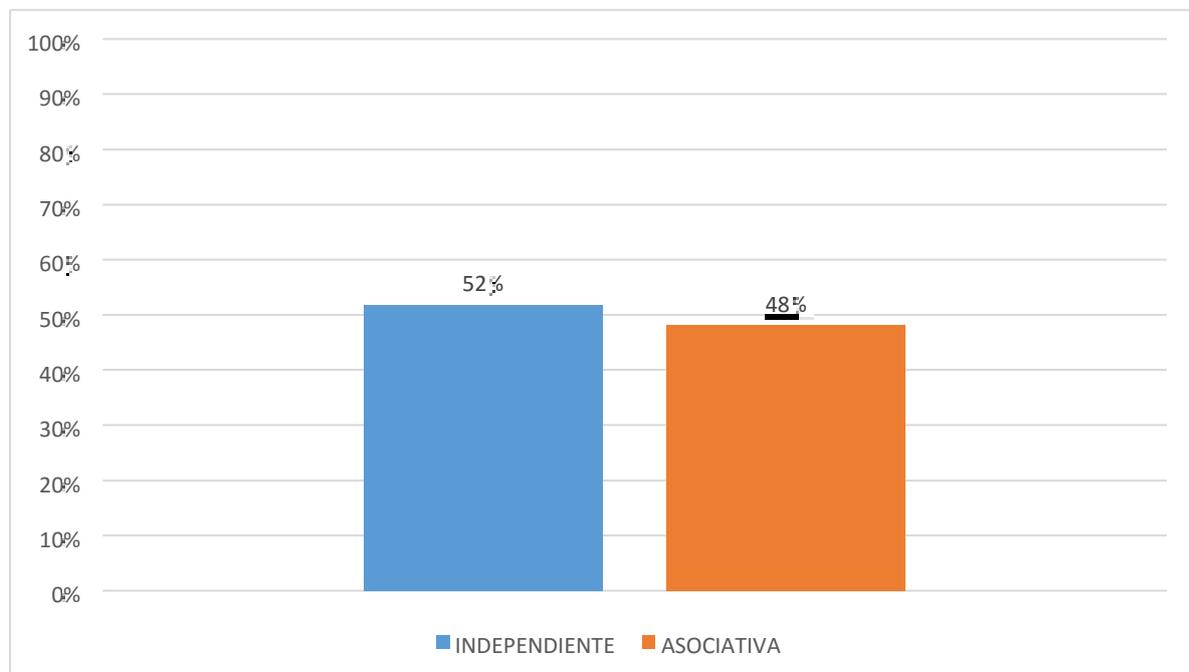
MODALIDAD DE TRABAJO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INDEPENDIENTE	14	52%
ASOCIATIVA	13	48%
TOTAL	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 30

Modalidad de trabajo en general



Fuente: Tabla 32

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 42

Tabla 33 Hectáreas sembradas de café

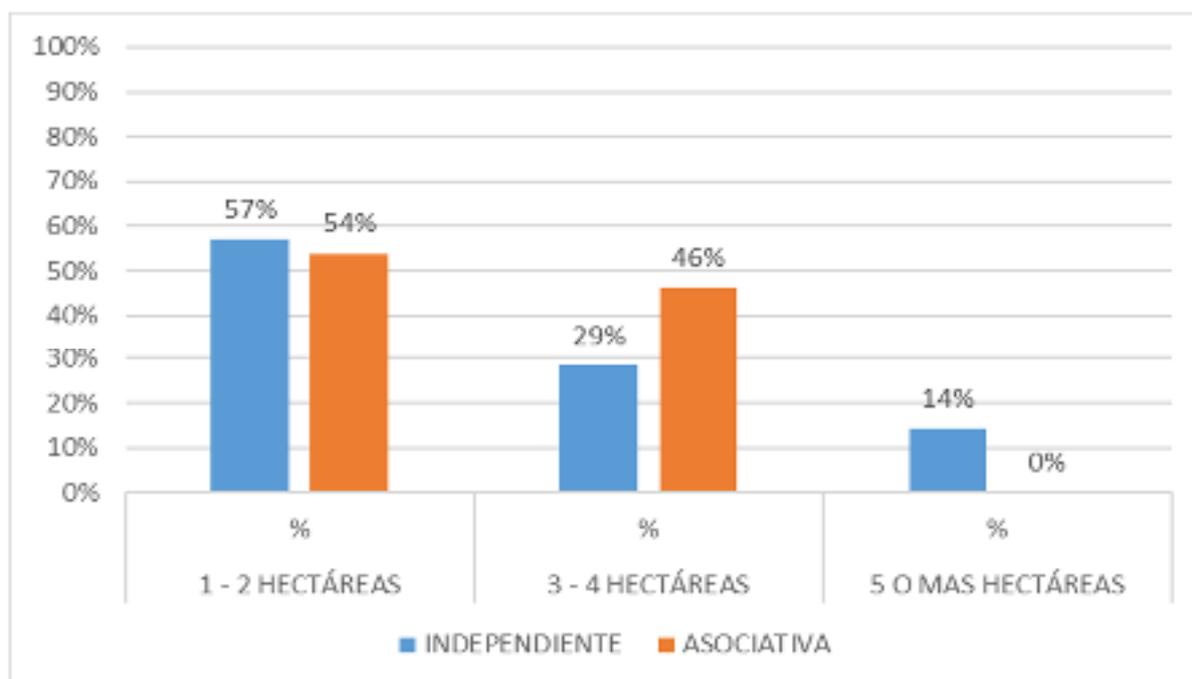
VARIABLE	1 - 2		3 - 4		5 O MAS		TOTAL	
	HECTÁREAS		HECTÁREAS		HECTÁREAS			
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	8	57%	4	29%	2	14%	14	52%
ASOCIATIVA	7	54%	6	46%	0	0%	13	48%
TOTAL	15	56%	10	37%	2	7%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 31

Hectáreas sembradas de café



Fuente: Tabla 33

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 43

Tabla 34 Plantas sembradas por hectárea

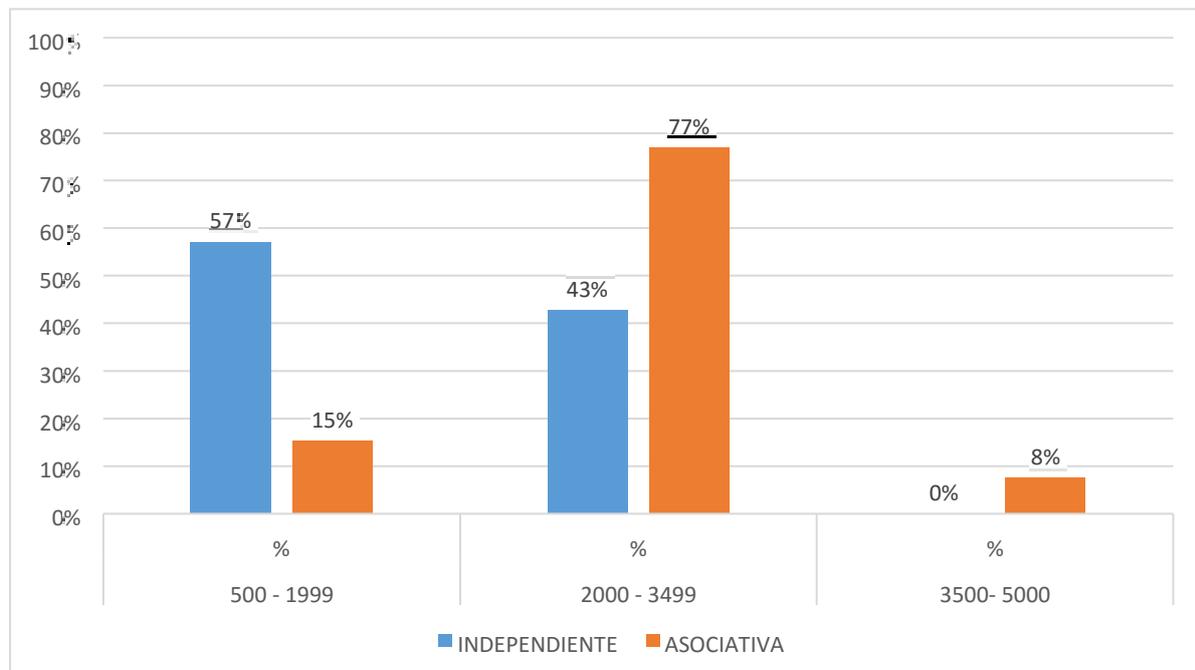
VARIABLE	500 – 1999		2000 - 3499		3500- 5000		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	8	57%	6	43%	0	0%	14	52%
ASOCIATIVA	2	15%	10	77%	1	8%	13	48%
TOTAL	10	37%	16	59%	1	4%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 32

Plantas sembradas por hectárea



Fuente: Tabla 34

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 44

Tabla 35 Tipo de propiedad

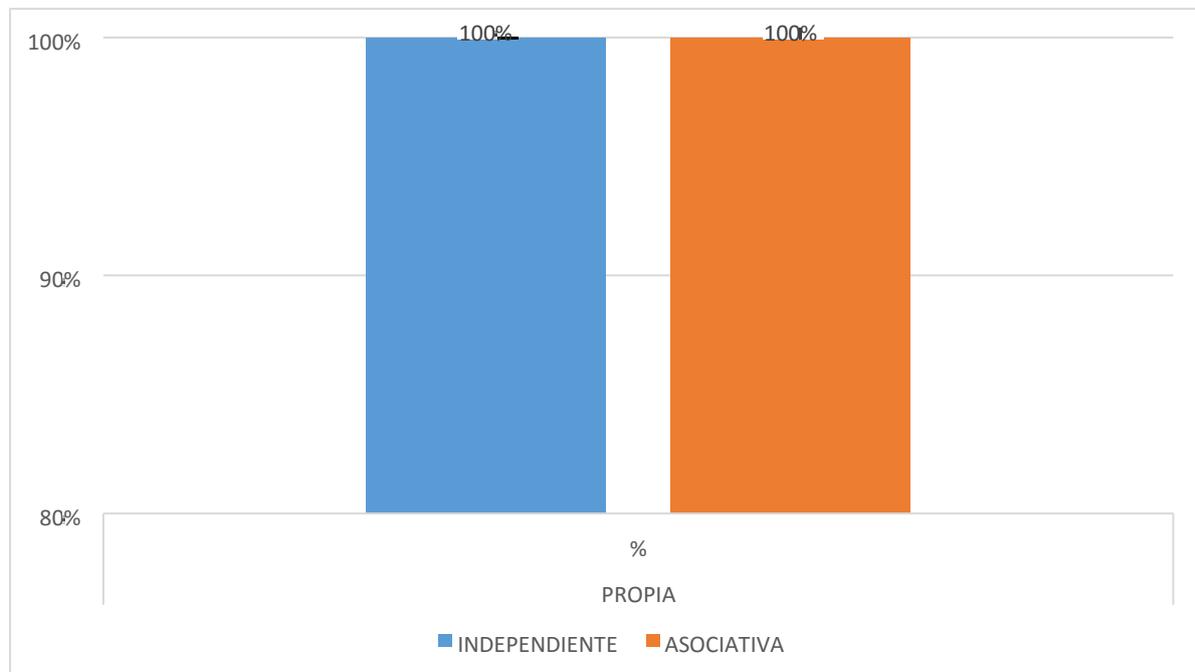
VARIABLE	PROPIA		TOTAL	
	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	14	100%	14	52%
ASOCIATIVA	13	100%	13	48%
TOTAL	27	100%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 33

Tipo de propiedad



Fuente: Tabla 35

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 45

Tabla 36 Capacitación

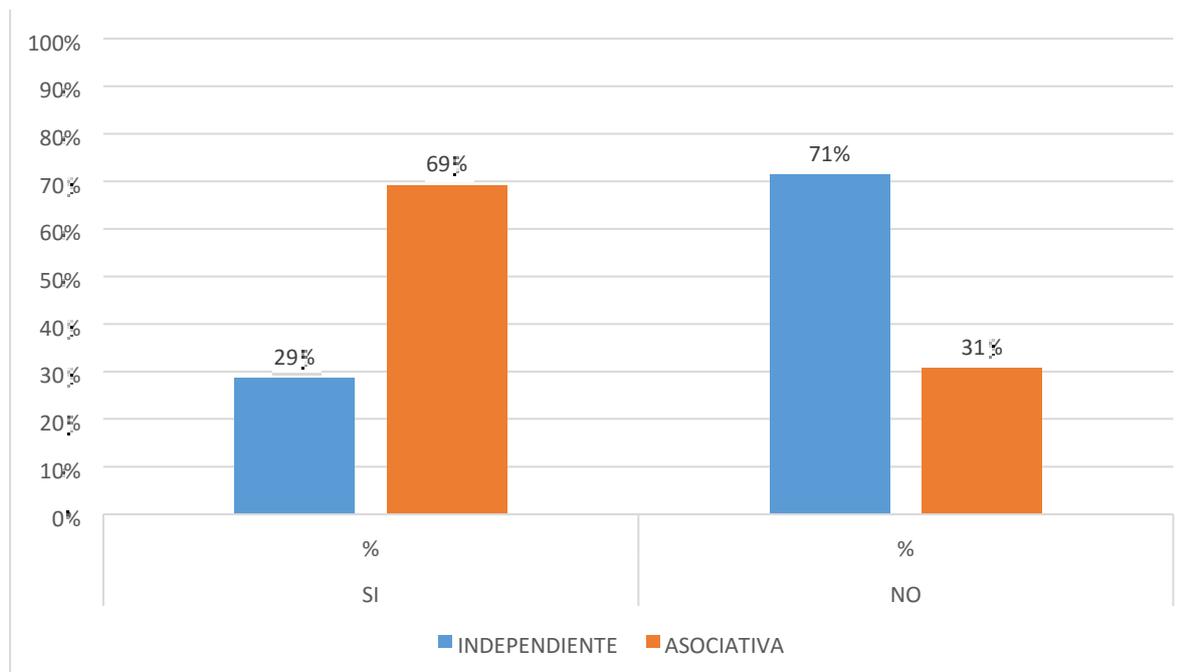
VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	4	29%	10	71%	14	52%
ASOCIATIVA	9	69%	4	31%	13	48%
TOTAL	13	48%	14	52%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 34

Capacitación



Fuente: Tabla 36

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 46

Tabla 37 Tipo de materia prima

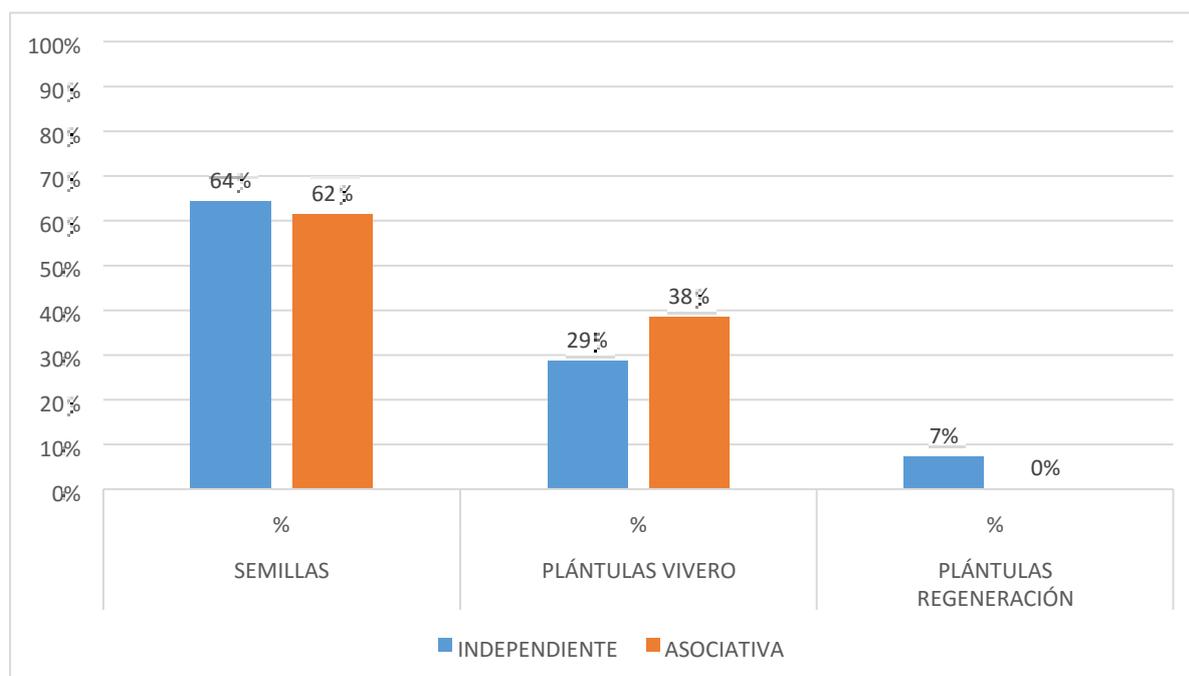
VARIABLE	SEMILLAS		PLÁNTULAS VIVERO		PLÁNTULAS REGENERACIÓN		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	64%	4	29%	1	7%	14	52%
ASOCIATIVA	8	62%	5	38%	0	0%	13	48%
TOTAL	17	63%	9	33%	1	4%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 35

Tipo de materia prima



Fuente: Tabla 37

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 47

Tabla 38 Subvariedad

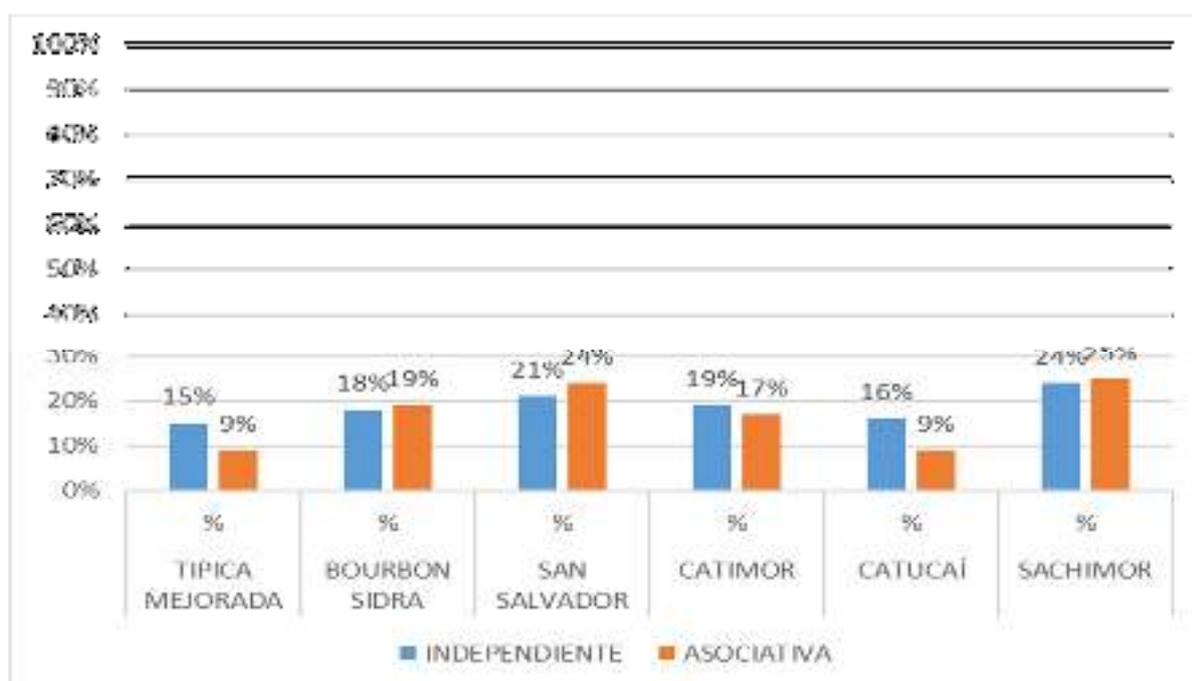
VARIABLE	TÍPICA MEJORADA	BOURBON SIDRA	SAN SALVADOR	CATIMOR	CATUCAÍ	SACHIMOR
MODALIDAD	%	%	%	%	%	%
INDEPENDIENTE	15%	18%	21%	19%	16%	24%
ASOCIATIVA	9%	19%	24%	17%	9%	25%
TOTAL	20%	37%	45%	36%	25%	49%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 36

Subvariedad



Fuente: Tabla 38

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 48

Tabla 39 Origen de materia prima

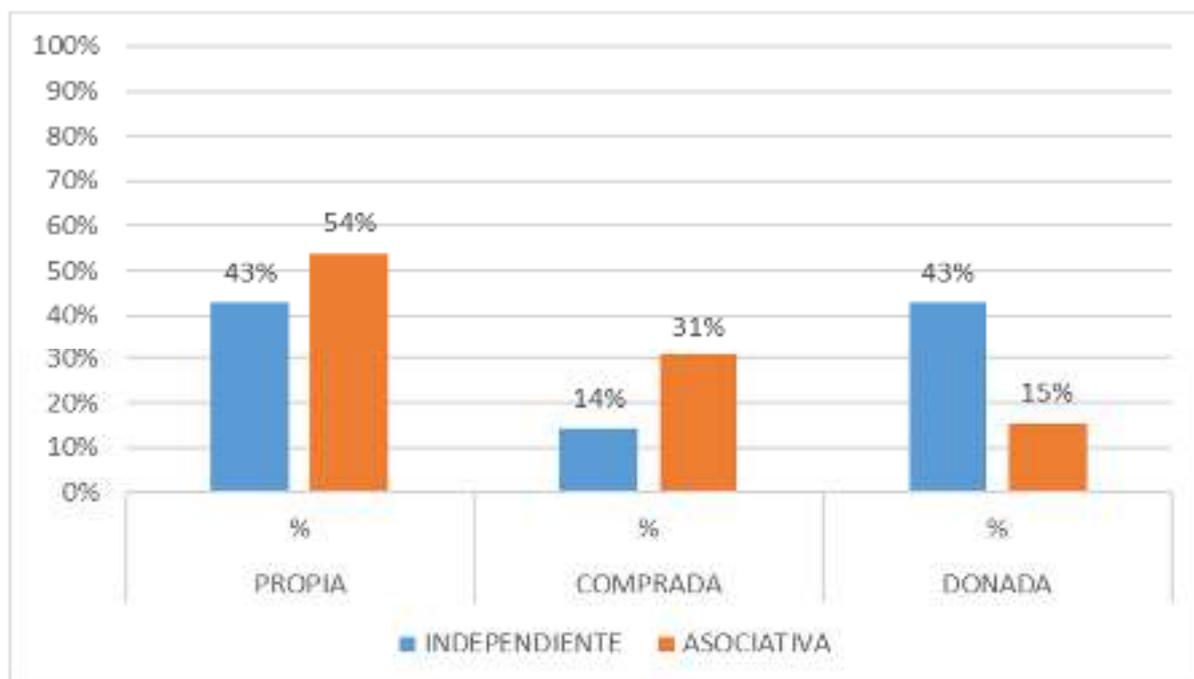
VARIABLE	PROPIA		COMPRADA		DONADA		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	6	43%	2	14%	6	43%	14	52%
ASOCIATIVA	7	54%	4	31%	2	15%	13	48%
TOTAL	13	48%	6	22%	8	30%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 37

Origen de materia prima



Fuente: Tabla 39

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 49

Tabla 40 Insumos agrícolas

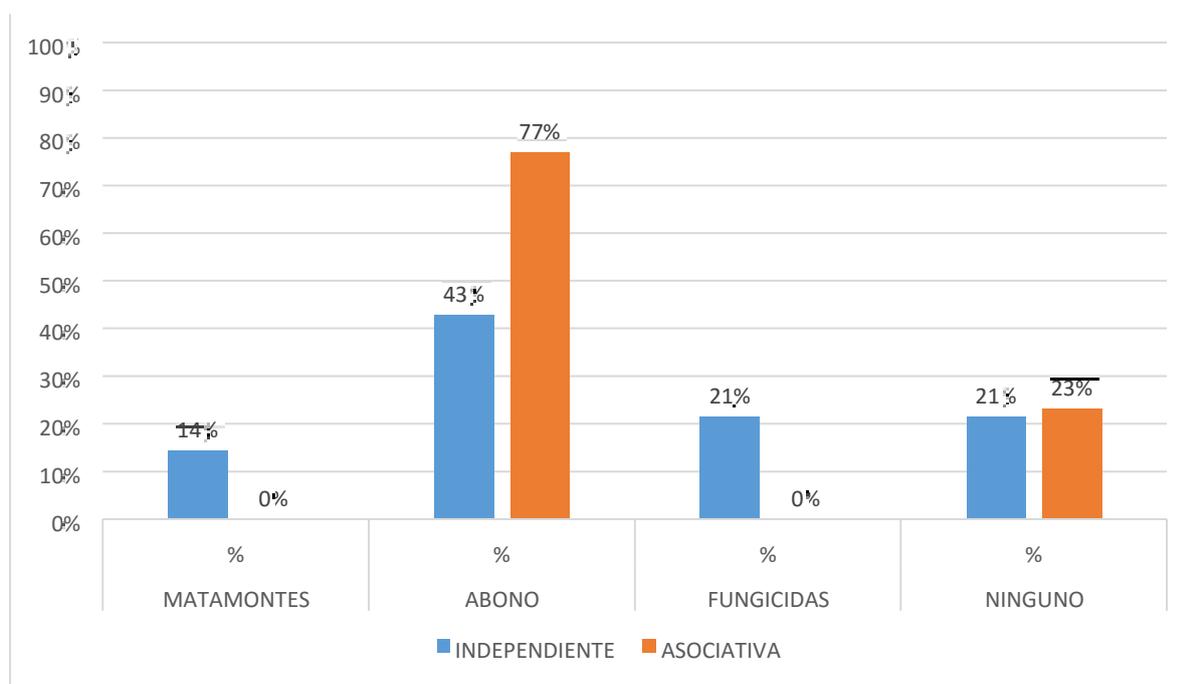
VARIABLE	MATAMONTES		ABONO		FUNGICIDAS		NINGUNO		TOTAL	
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	14%	6	43%	3	21%	3	21%	14	52%
ASOCIATIVA	0	0%	10	77%	0	0%	3	23%	13	48%
TOTAL	2	7%	16	59%	3	11%	6	22%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 38

Insumos agrícolas



Fuente: Tabla 40

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 50

Tabla 41 Edad de plantación

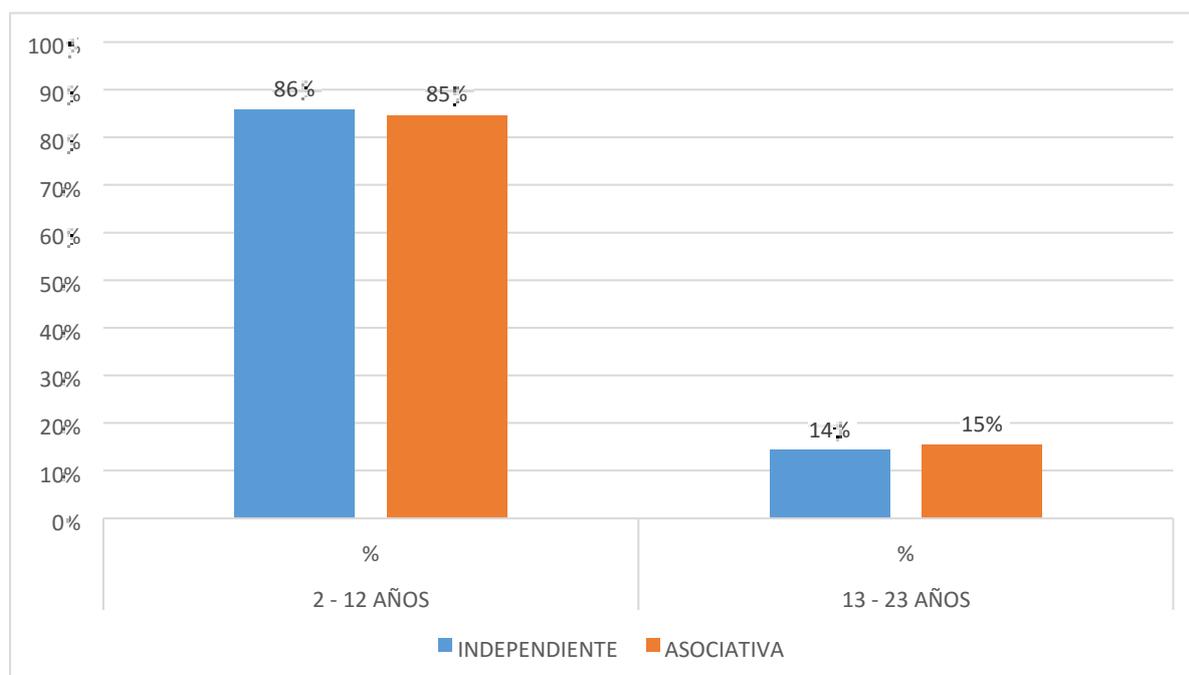
VARIABLE	2 - 12 AÑOS		13 - 23 AÑOS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	12	86%	2	14%	14	52%
ASOCIATIVA	11	85%	2	15%	13	48%
TOTAL	23	85%	4	15%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 39

Edad de plantación



Fuente: Tabla 41

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 51

Tabla 42 Renovación de cultivo

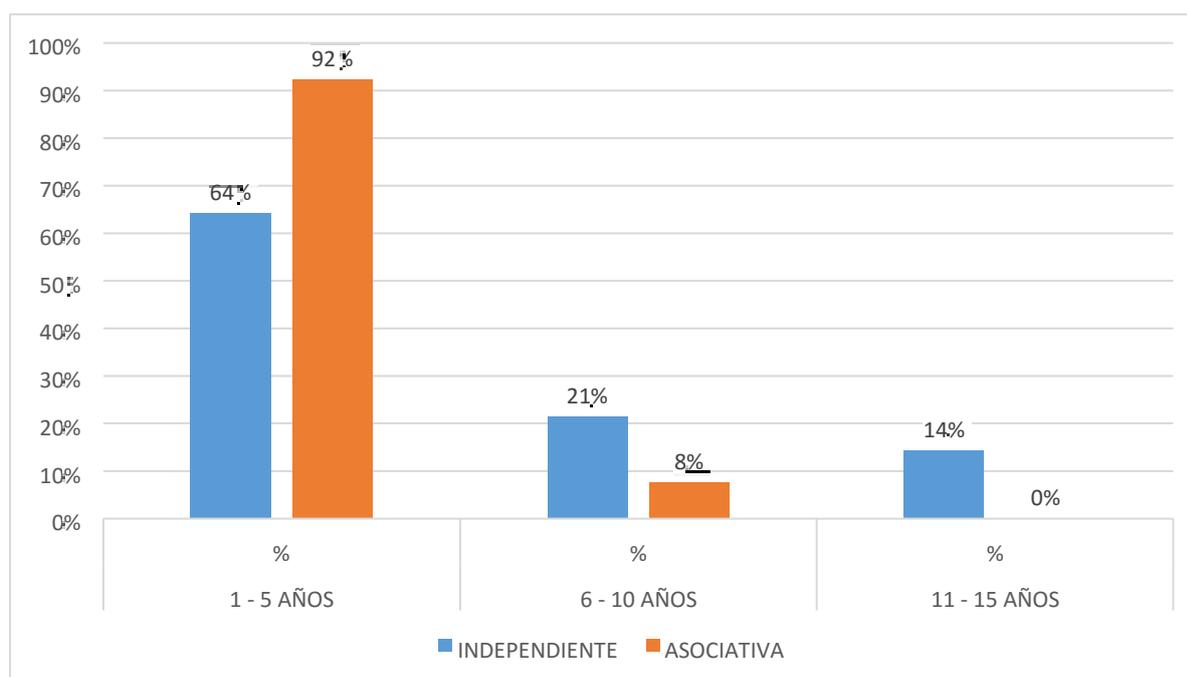
VARIABLE	1 - 5 AÑOS		6 - 10 AÑOS		11 - 15 AÑOS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	64%	3	21%	2	14%	14	52%
ASOCIATIVA	12	92%	1	8%	0	0%	13	48%
TOTAL	21	78%	4	15%	2	7%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 40

Renovación de cultivo



Fuente: Tabla 42

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 52

Tabla 43 Rendimiento

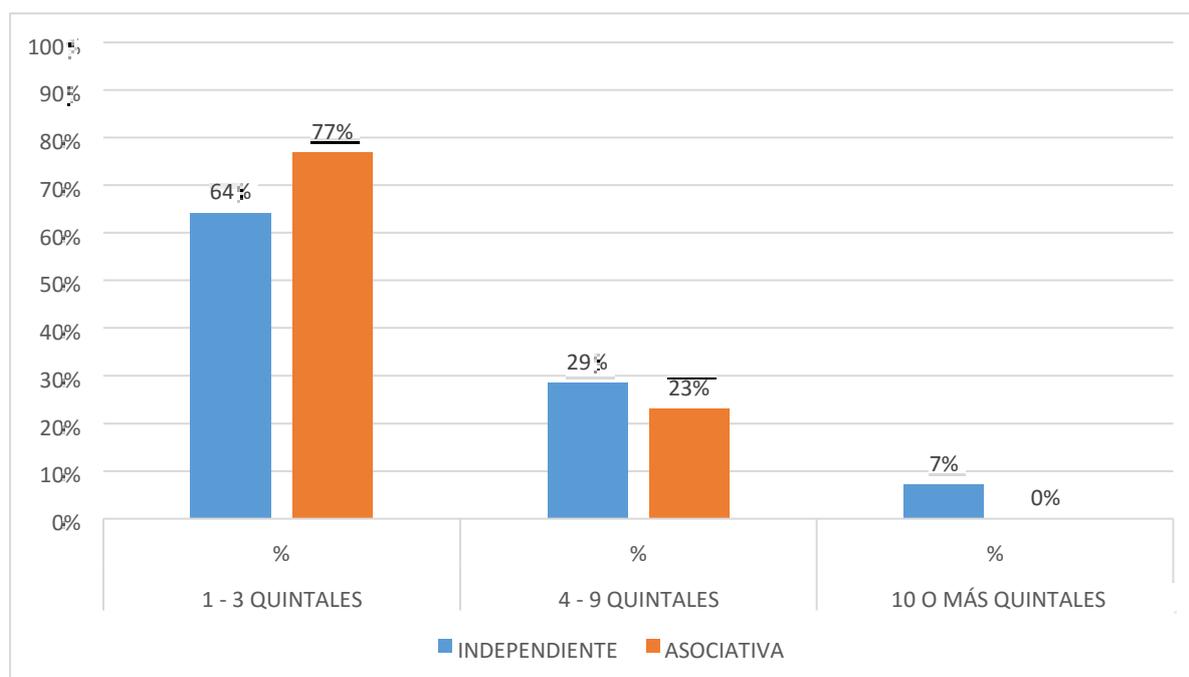
VARIABLE	1 - 3		4 - 9		10 O MÁS		TOTAL	
	QUINTALES		QUINTALES		QUINTALES			
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	64%	4	29%	1	7%	14	52%
ASOCIATIVA	10	77%	3	23%	0	0%	13	48%
TOTAL	19	70%	7	26%	1	4%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 41

Rendimiento



Fuente: Tabla 43

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 53

Tabla 44 Condiciones del cultivo

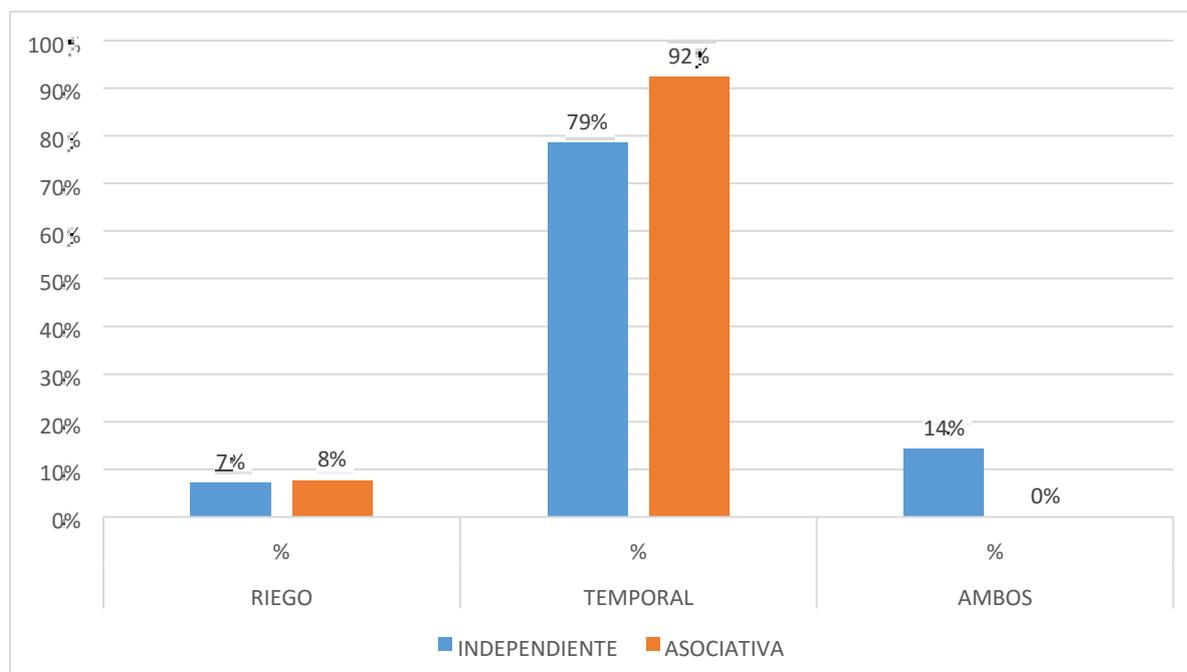
VARIABLE	RIEGO		TEMPORAL		AMBOS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	7%	11	79%	2	14%	14	52%
ASOCIATIVA	1	8%	12	92%	0	0%	13	48%
TOTAL	2	7%	23	85%	2	7%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 42

Condiciones del cultivo



Fuente: Tabla 44

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 54

Tabla 45 Trabajadores

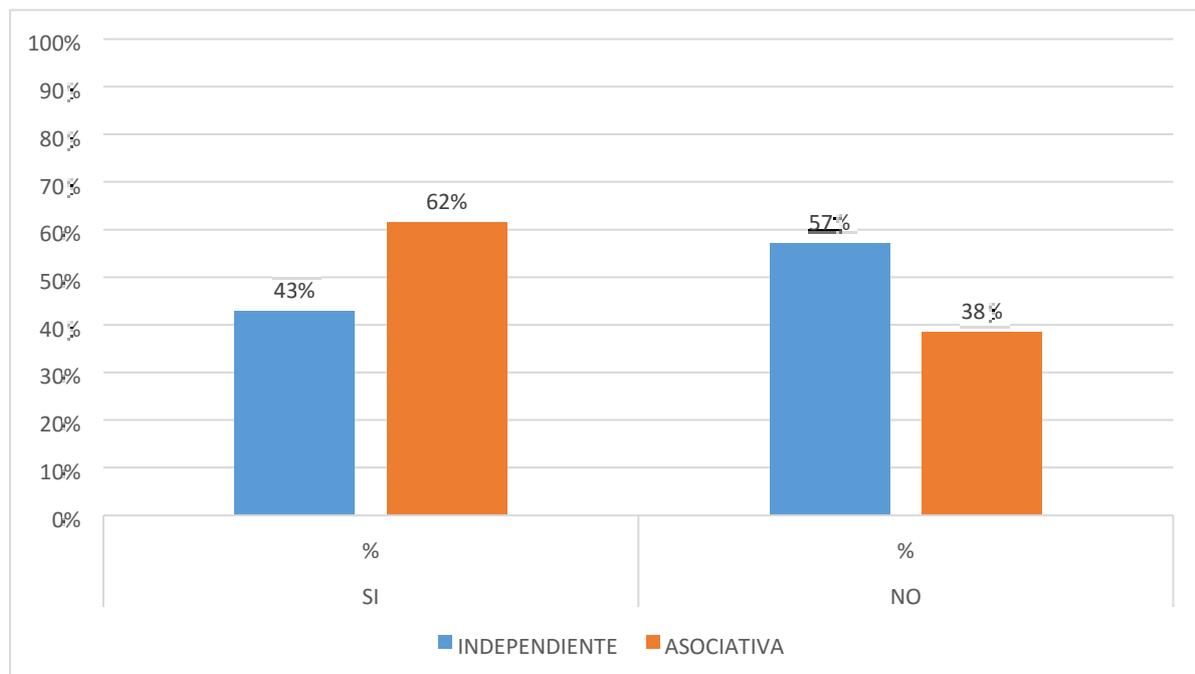
VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	6	43%	8	57%	14	52%
ASOCIATIVA	8	62%	5	38%	13	48%
TOTAL	14	52%	13	48%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 43

Trabajadores



Fuente: Tabla 45

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 55

Tabla 46 Beneficios de los trabajadores

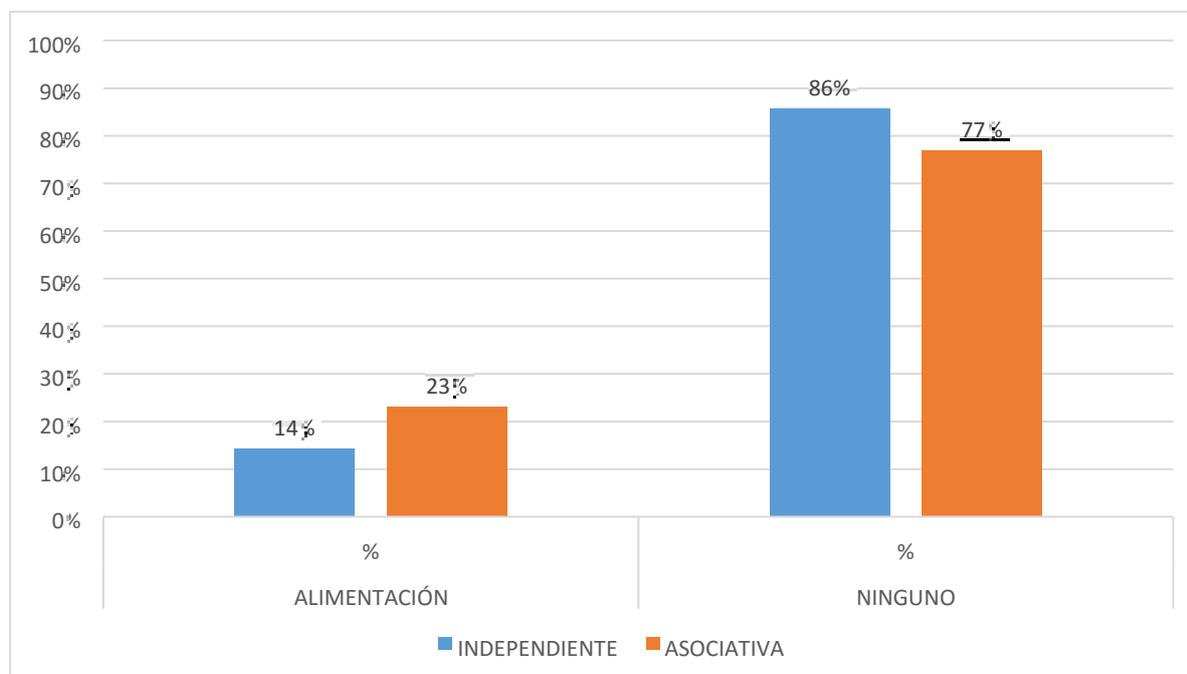
VARIABLE	ALIMENTACIÓN		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	14%	12	86%	14	52%
ASOCIATIVA	3	23%	10	77%	13	48%
TOTAL	5	19%	22	81%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 44

Beneficios de los trabajadores



Fuente: Tabla 46

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 56

Tabla 47 Maquinaria

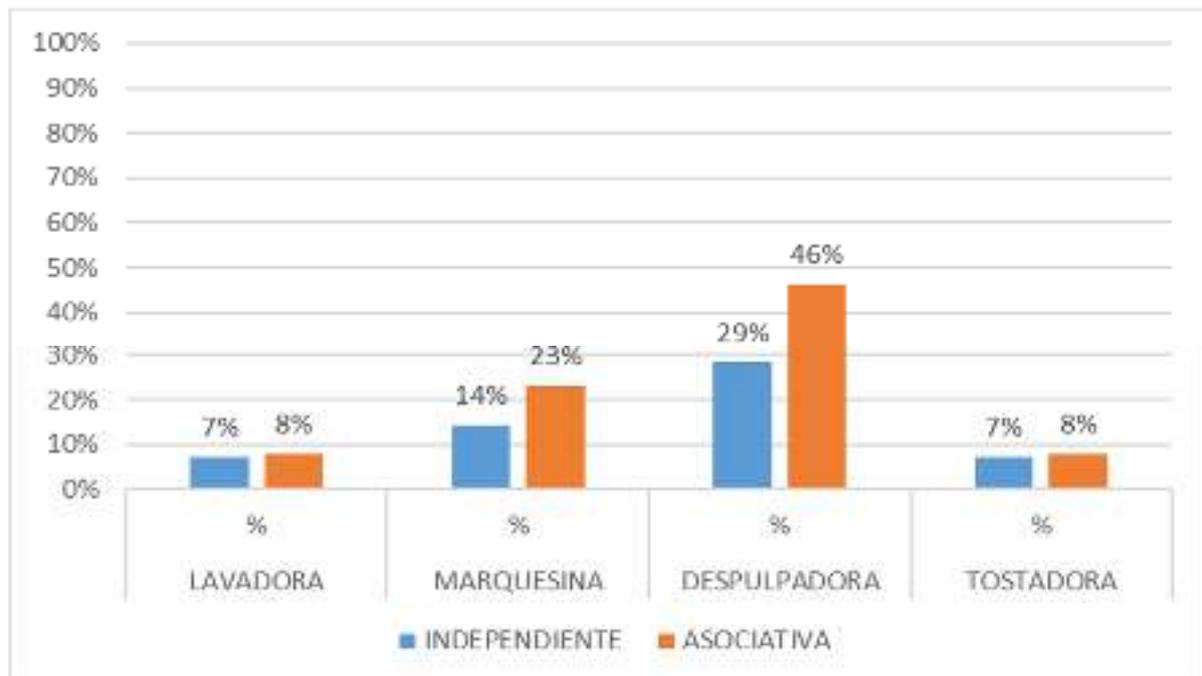
VARIABLE	LAVADORA		MARQUESINA		DESPULPADORA		TOSTADORA	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	7%	2	14%	4	29%	1	7%
ASOCIATIVA	1	8%	3	23%	6	46%	1	8%
TOTAL	2	7%	5	19%	10	37%	2	7%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 45

Maquinaria



Fuente: Tabla 47

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 57

Tabla 48 Estado del café

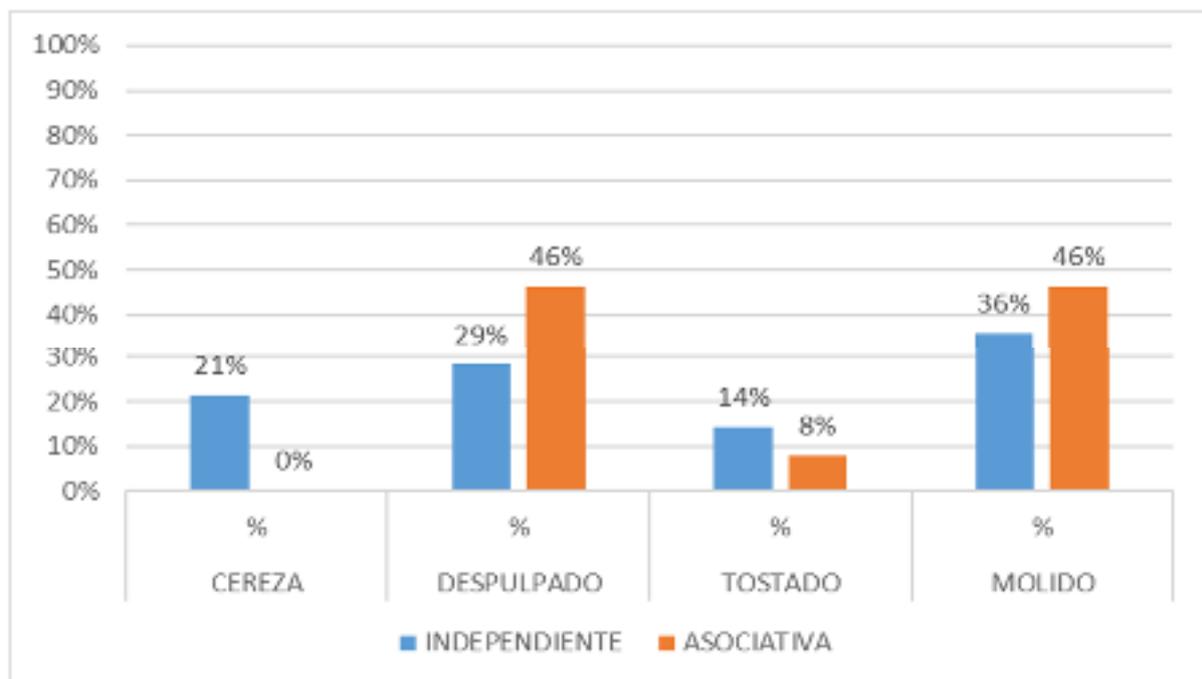
VARIABLE	CEREZA		DESPULPADO		TOSTADO		MOLIDO		TOTAL	
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	21%	4	29%	2	14%	5	36%	14	52%
ASOCIATIVA	0	0%	6	46%	1	8%	6	46%	13	48%
TOTAL	3	11%	10	37%	3	11%	11	41%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 46

Estado del café



Fuente: Tabla 48

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 58

Tabla 49 Exigencias de calidad

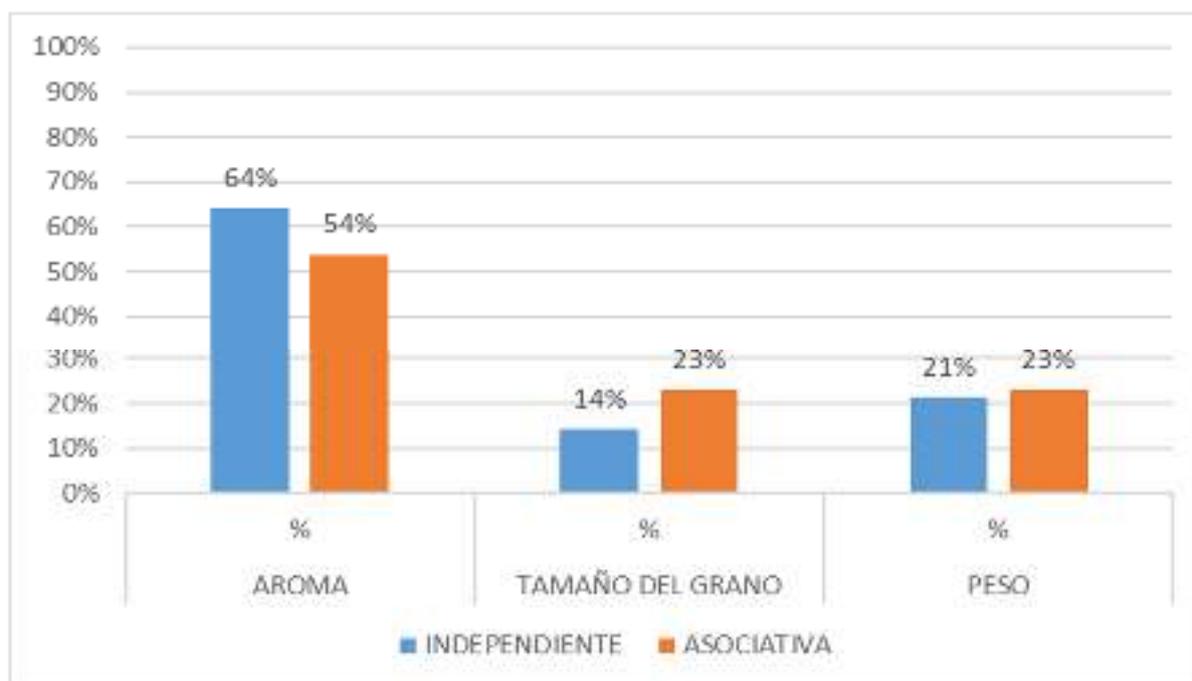
VARIABLE	AROMA		TAMAÑO DEL GRANO		PESO	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	9	64%	2	14%	3	21%
ASOCIATIVA	7	54%	3	23%	3	23%
TOTAL	16	59%	5	19%	6	22%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 47

Exigencias de calidad



Fuente: Tabla 49

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 59

Tabla 50 Recibe ayuda de otras instituciones

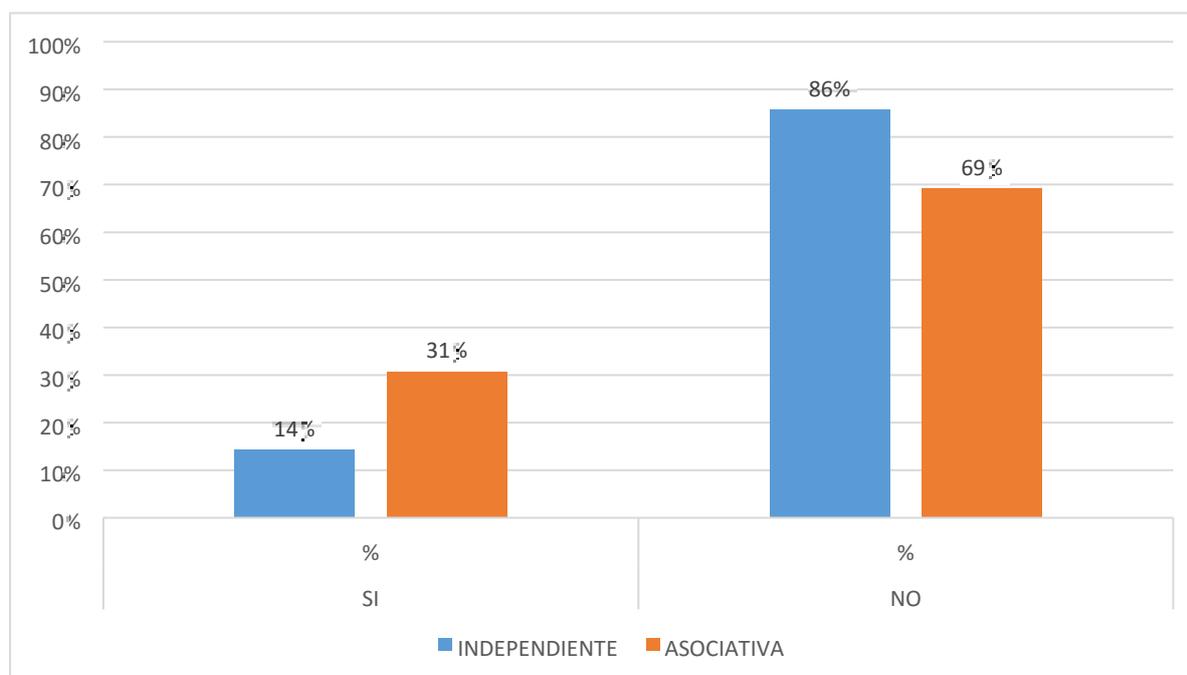
VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	14%	12	86%	14	52%
ASOCIATIVA	4	31%	9	69%	13	48%
TOTAL	6	22%	21	78%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 48

Recibe ayuda de otras instituciones



Fuente: Tabla 50

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 60

Tabla 51 Problemas que enfrenta

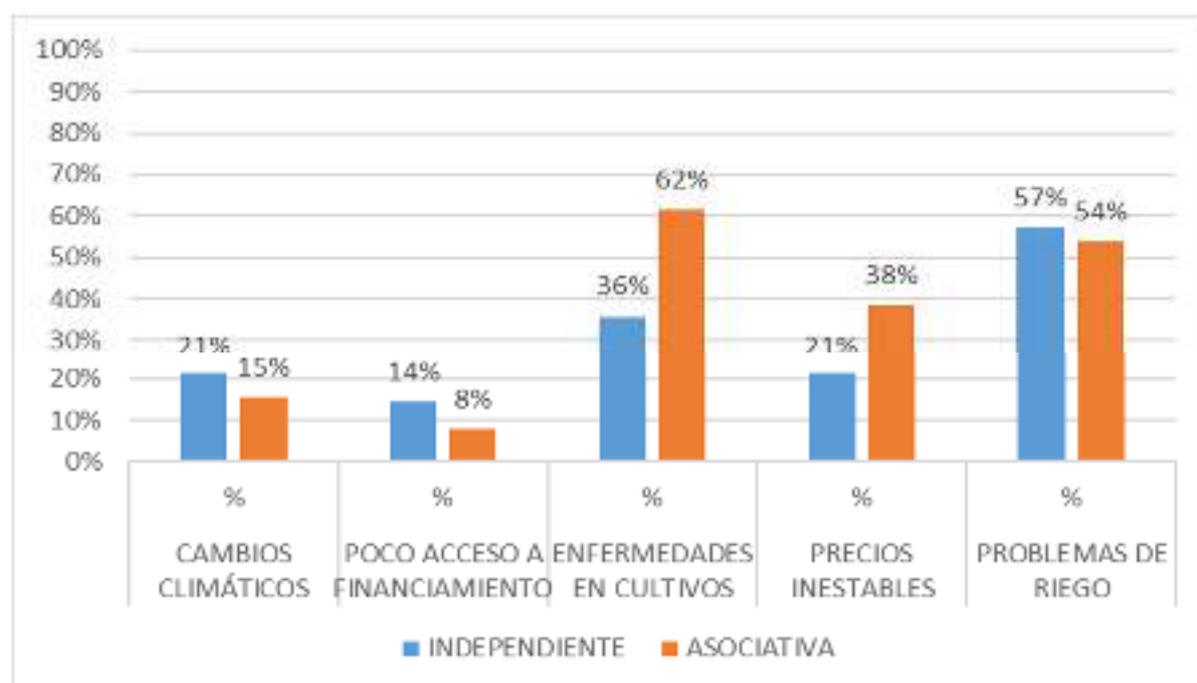
VARIABLE	CAMBIOS CLIMÁTICOS		POCO ACCESO A FINANCIAMIENTO		ENFERMEDADES EN CULTIVOS		PRECIOS INESTABLES		PROBLEMAS DE RIEGO	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	3	21%	2	14%	5	36%	3	21%	8	57%
ASOCIATIVA	2	15%	1	8%	8	62%	5	38%	7	54%
TOTAL	5	19%	3	11%	13	48%	8	30%	15	56%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 49

Problemas que enfrenta



Fuente: Tabla 51

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 61

Tabla 52 Otra fuente de ingreso

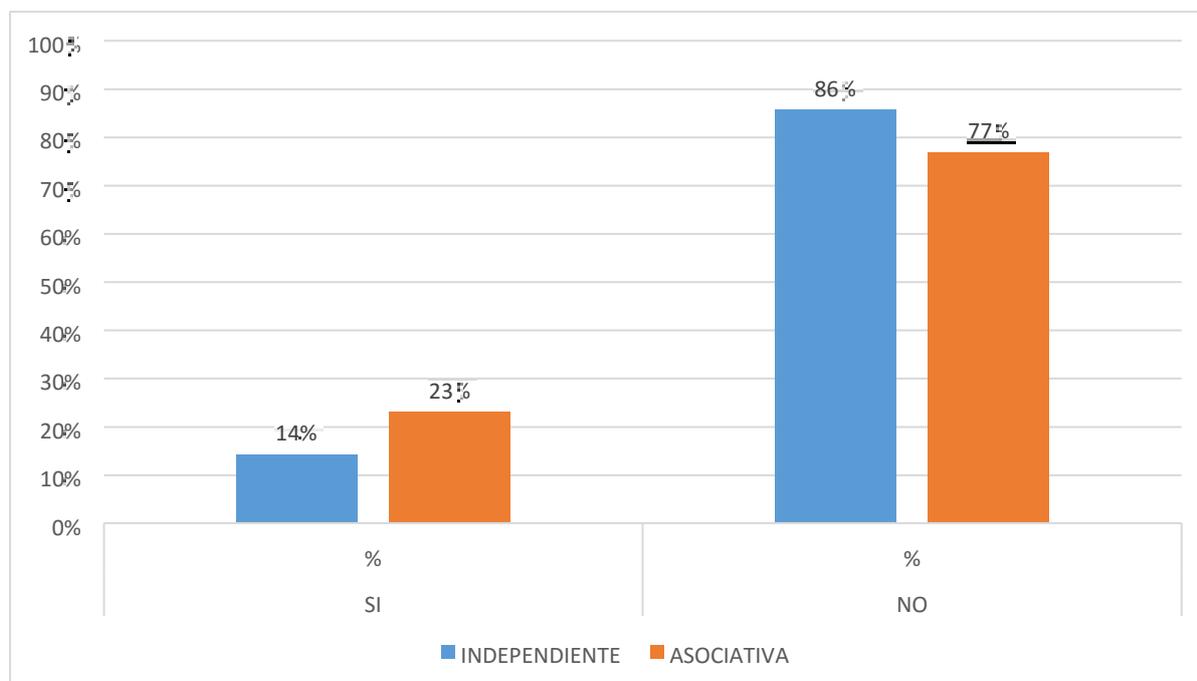
VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	14%	12	86%	14	52%
ASOCIATIVA	3	23%	10	77%	13	48%
TOTAL	5	19%	22	81%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 50

Otra fuente de ingreso



Fuente: Tabla 52

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 62

Tabla 53 Género

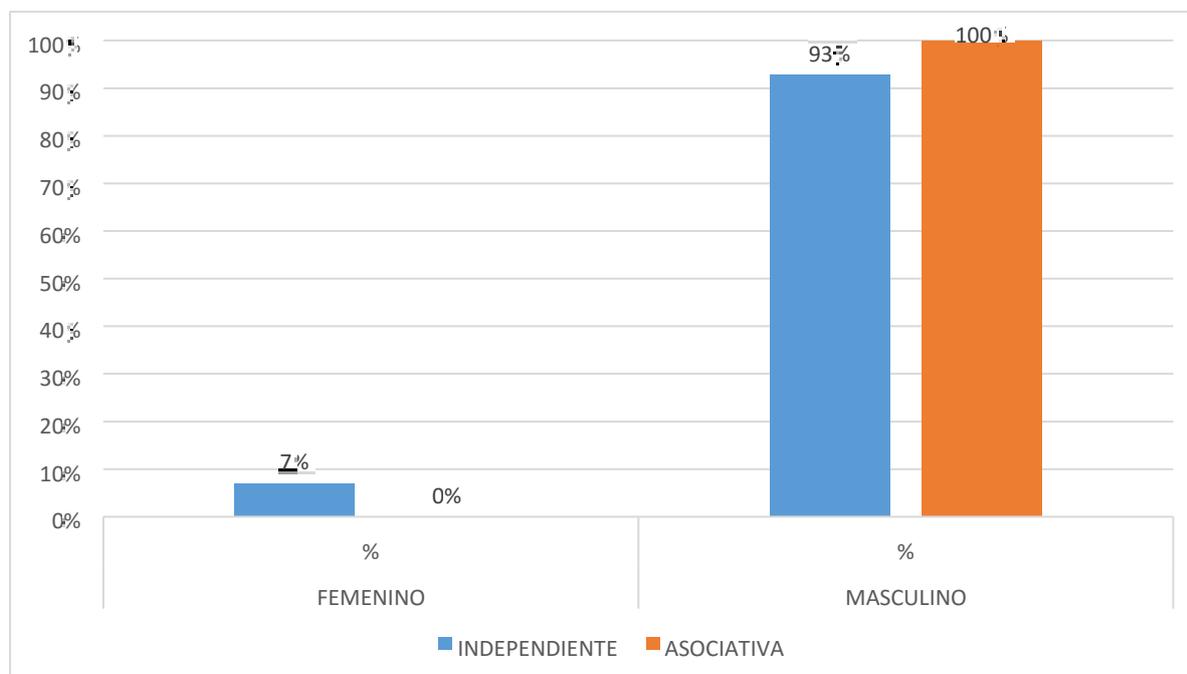
VARIABLE	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	1	7%	13	93%	14	52%
ASOCIATIVA	0	0%	13	100%	13	48%
TOTAL	1	4%	26	96%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 51

Género



Fuente: Tabla 53

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 63

Tabla 54 Estado civil

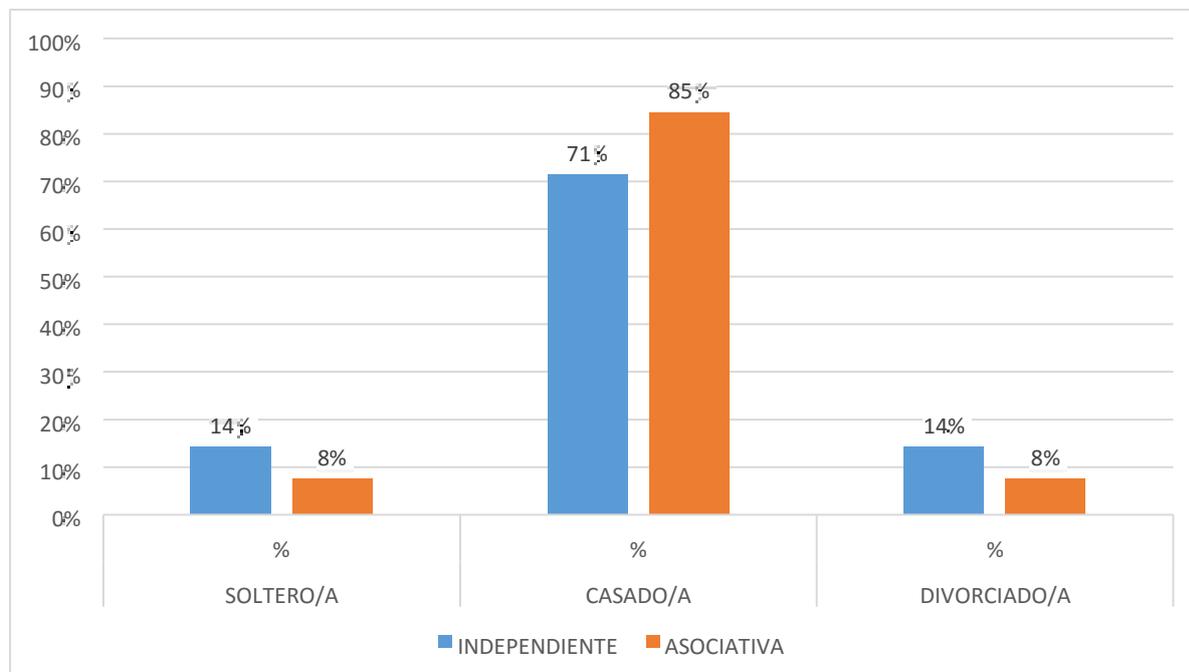
VARIABLE	SOLTERO/A		CASADO/A		DIVORCIADO/A		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	14%	10	71%	2	14%	14	52%
ASOCIATIVA	1	8%	11	85%	1	8%	13	48%
TOTAL	3	11%	21	78%	3	11%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 52

Estado civil



Fuente: Tabla 54

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 64

Tabla 55 Nivel de estudios

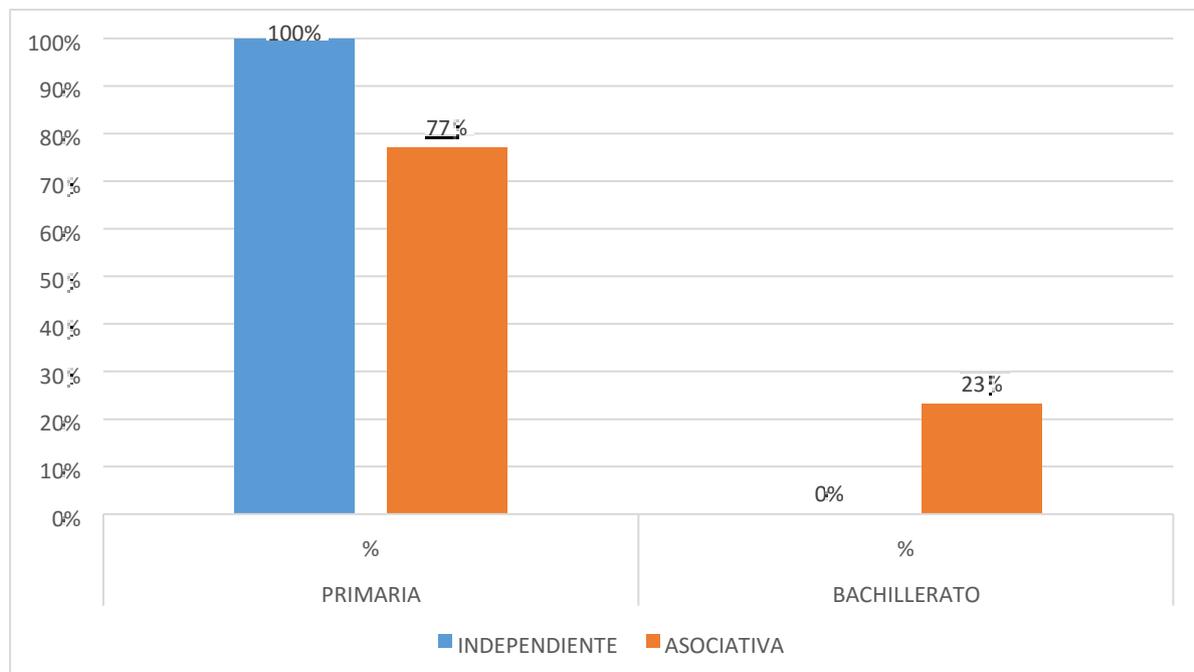
VARIABLE	PRIMARIA		BACHILLERATO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	14	100%	0	0%	14	52%
ASOCIATIVA	10	77%	3	23%	13	48%
TOTAL	24	89%	3	11%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 53

Nivel de estudios



Fuente: Tabla 55

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 65

Tabla 56 Años como caficultor

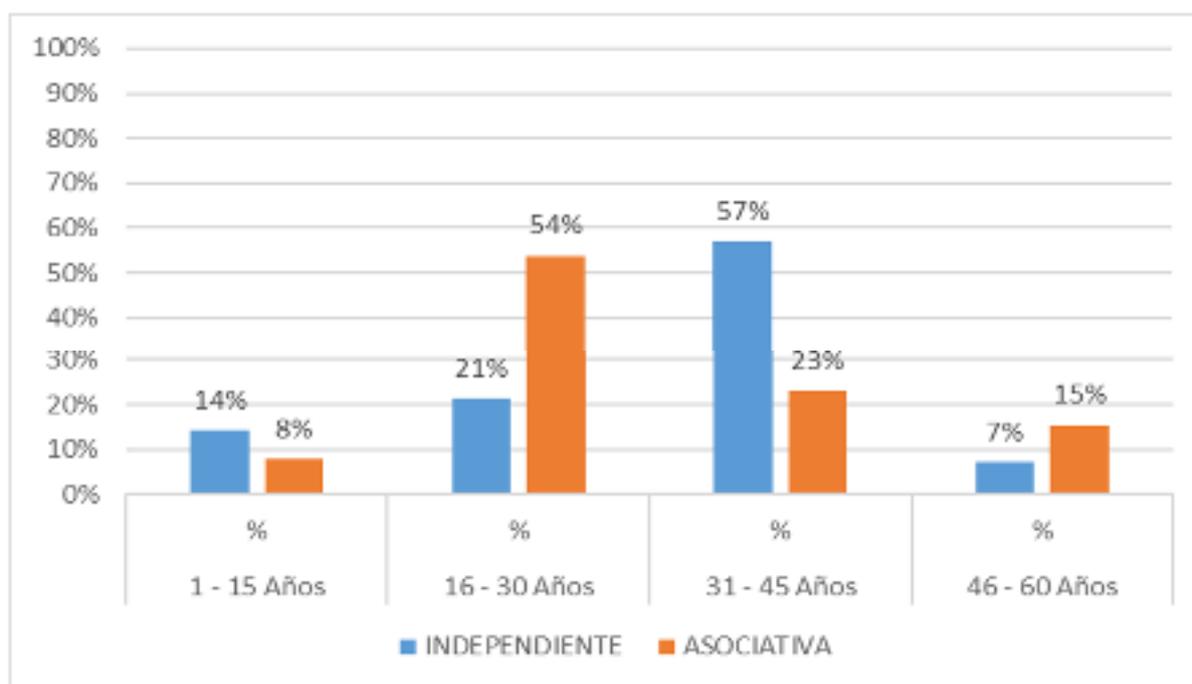
VARIABLE	1 - 15		16 - 30		31 - 45		46 - 60		TOTAL	
	Años		Años		Años		Años			
MODALIDAD	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	14%	3	21%	8	57%	1	7%	14	52%
ASOCIATIVA	1	8%	7	54%	3	23%	2	15%	13	48%
TOTAL	3	11%	10	37%	11	41%	3	11%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 54

Años como caficultor



Fuente: Tabla 56

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 66

Tabla 57 Seguro

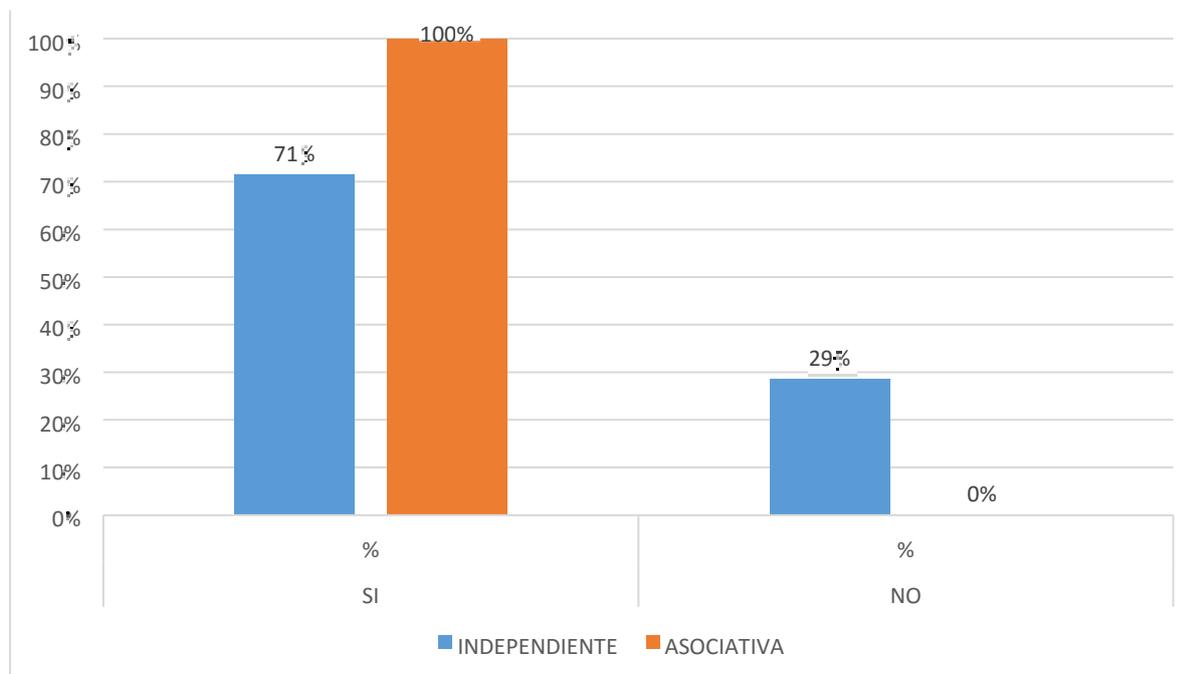
VARIABLE	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	10	71%	4	29%	14	52%
ASOCIATIVA	13	100%	0	0%	13	48%
TOTAL	23	85%	4	15%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 55

Seguro



Fuente: Tabla 57

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 67

Tabla 58 Tipo de seguro

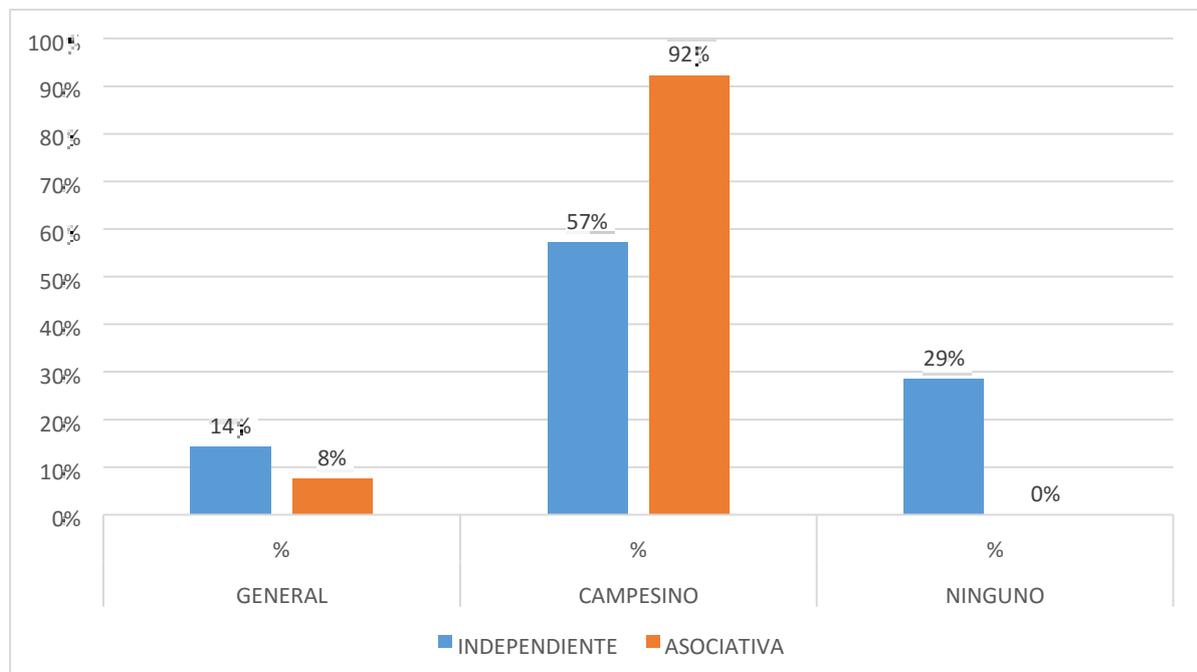
VARIABLE	GENERAL		CAMPEÑO		NINGUNO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
INDEPENDIENTE	2	14%	8	57%	4	29%	14	52%
ASOCIATIVA	1	8%	12	92%	0	0%	13	48%
TOTAL	3	11%	20	74%	4	15%	27	100%

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Gráfico 56

Tipo de seguro



Fuente: Tabla 58

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 68

Tabla 59 Listado de productores independientes del cantón Piñas

NOMBRE DEL PRODUCTOR	PARROQUIA
Luis Alfredo Romero Loayza	Piñas
Eduardo Miguel Ramírez Espinoza	Piñas
Vicente Benjamín Moncada Celi	San Roque
Segundo Daniel Ramírez Espinoza	San Roque
Josefa Loaiza	San Roque
Jaime Eduardo Galarza Romero	San Roque
Jaime Gustavo Serrano Solis	San Roque
Héctor Eliseo Romero Apolo	San Roque
Luis Ángel Maldonado Torres	Capiro
Ángel Antonio Feijo Cuenca	Capiro
Pedro Francisco Chamba Torres	Capiro
Miguel Ángel Aguilar Bejarano	Capiro
Humberto Leovigildo Sánchez	Moromoro
Víctor Narváez	Moromoro

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 69

Tabla 60 Listado de productores asociados del cantón Piñas

NOMBRE DEL PRODUCTOR	PARROQUIA
Víctor Daniel Añezco Robles	Capiro
Luis Ángel Añezco Palacios	Capiro
Luis Ángel Apolo Procel	Capiro
Hugo Mario Robles Procel	Capiro
Hernán Melecio Mora Loaiza	Capiro
Joselito Miguel Valarezo Chamba	Capiro
Manuel de Jesús Mora Valarezo	Capiro
José Fredy Añezco Mora	Capiro
Ángel José Torres Rivera	Capiro
Manuel David Valarezo Murillo	Capiro
Efrén de Jesús Valarezo Robles	Capiro
Gonzalo Suing	Moromoro
Juan Carlos Jiménez	Moromoro

Fuente: Encuesta a productores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

ANEXOS DE PROVEEDORES DEL CANTÓN ZARUMA

Anexo 70

Tabla 61 Tipo de proveedor

SEMILLA		MAQUINARIA		PRODUCTOS AGROPECUARIOS		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 71

Tabla 62 Origen del producto

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

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 72

Tabla 63 Necesita permiso

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 73

Tabla 64 Local

PROPIO		ARRENDADO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 74

Tabla 65 Garantía

DEVOLUCIONES POR DEFECTOS		ASISTENCIA TECNICA		CAPACITACIONES		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

ANEXOS DE PROVEEDORES DEL CANTÓN PIÑAS

Anexo 75

Tabla 66 Tipo de proveedor

SEMILLA		MAQUINARIA		PRODUCTOS AGROPECUARIOS		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 76

Tabla 67 Origen del producto

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

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 77

Tabla 68 Necesita permiso

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 78

Tabla 69 Local

PROPIO		ARRENDADO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 79

Tabla 70 Tipo de seguro

DEVOLUCIONES POR DEFECTOS		ASISTENCIA TECNICA		CAPACITACIONES		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

ANEXOS DE ACOPIADORES DEL CANTÓN ZARUMA

Anexo 80

Tabla 71 Estado del café

BOLA SECA		PERGAMINO SECO		PILADO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 81

Tabla 72 Procesa el café

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 82

Tabla 73 Tipo de acuerdo

FORMAL		ESPORÁDICO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 83

Tabla 74 Precio de compra quintal

PILADO	
\$	100,00

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

ANEXOS DE ACOPIADORES DEL CANTÓN PIÑAS

Anexo 84

Tabla 75 Estado del café

BOLA SECA		PERGAMINO SECO		PILADO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
0	0%	0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 85

Tabla 76 Procesa el café

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	100%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 86

Tabla 77 Tipo de acuerdo

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

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 87

Tabla 78 Precio de compra quintal

PILADO	
\$	105,00

Fuente: Encuesta a acopiadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

ANEXOS DE TRANSFORMADORES DEL CANTÓN ZARUMA

Anexo 88

Tabla 79 Compra materia prima

PRODUCTORES INDEPENDIENTES		PRODUCCION PROPIA		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta a transformadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 89

Tabla 80 Tipo registro de insumos

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta a transformadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 90

Tabla 81 Registro contabilidad

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta a transformadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 91

Tabla 82 Exigencias de calidad

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

Fuente: Encuesta a transformadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

ANEXOS DE TRANSFORMADORES DEL CANTÓN PIÑAS

Anexo 92

Tabla 83 Compra materia prima

PRODUCTORES INDEPENDIENTES		PRODUCCION PROPIA		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta a transformadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 93

Tabla 84 Tiene registro de insumos

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: Encuesta a transformadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 94

Tabla 85 Registro contabilidad

SI		NO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
0	0%	2	100%	2	100%

Fuente: Encuesta a transformadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 95

Tabla 86 Exigencias de calidad

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

Fuente: Encuesta a transformadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

ANEXOS DE COMERCIALIZADORES DEL CANTÓN ZARUMA

Anexo 96

Tabla 87 Tipo de venta

AL POR MAYOR		AL POR MENOR		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
2	67%	1	33%	3	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 97

Tabla 88 Para facilitar sus actividades cuenta con:

RUC		RISE		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
3	100%	0	0%	3	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 98

Tabla 89 Exigencias del comprador

AROMA		PESO		TAMAÑO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
2	67%	1	33%	0	0%	3	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 99

Tabla 90 Precio promedio

Alonso Gálvez		El Zarumeño		Antonio de Zaruma	
CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
200 gramos	\$ 1,50	1 libra	\$ 4,50	400 gramos	\$ 3,50
400 gramos	\$ 3,00				

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

ANEXOS DE COMERCIALIZADORES DEL CANTÓN PIÑAS

Anexo 100

Tabla 91 Tipo de venta

AL POR MAYOR		AL POR MENOR		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 101

Tabla 92 Para facilitar sus actividades cuenta con:

RUC		RISE		TOTAL	
F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	2	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 102

Tabla 93 Exigencias del comprador

AROMA		PESO		TAMAÑO		TOTAL	
F	%	F	%	F	%	F	%
1	50%	1	50%	0	0%	2	100%

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

Anexo 103

Tabla 94 Precio promedio

Don Manuelito		CapiOro	
CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
200 gramos	\$ 1,75	200 gramos	\$ 1,50
400 gramos	\$ 3,00	450 gramos	\$ 3,50

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaboración: Salomé Peralta Apolo

ENTREVISTA PRESIDENTE ASOCIACIÓN “SAN ANTONIO DE ZARUMA”

1. **Nombre:** Sra. María del Carmen Socola
2. **¿Cuántos socios tienen ahora?** 11 socios
3. **¿Tienen Estatutos?** Sí, la asociación tiene estatutos, ya que cuenta con una marca de café que lleva varios años en el mercado.
4. **¿Cuánto tiempo dura la Presidencia?** Dura 2 años.
5. **¿Cuáles son los objetivos que tiene la Asociación?** Producir y comercializar asociativamente café de altura y de excelente calidad.
6. **¿Se han cumplido los objetivos?** Si se cumplen.
7. **¿Qué objetivo(s) ha(n) sido difícil(es) de lograr(s)?** Comercializar el café, ya que no se tiene un cliente fijo.
8. **¿Quiénes conforman la junta directiva?** La junta directiva está conformada por administrador, presidente, secretario, tesorero y 3 vocales principales y 3 vocales suplentes.
9. **¿Cada qué tiempo se reúne la directiva?** Se renueva cada 2 años.
10. **¿Cómo se toman las decisiones?** Las decisiones en gestión y que no es de relevancia lo hace el directorio, pero las inversiones, la decisión de precios, comercialización lo hace la asamblea.
11. **¿Qué tipo de asesores le orientan?** El MAG, nos brinda asesoría jurídica y técnica y BanEcuador nos ayuda con el financiamiento.
12. **¿Qué beneficios tienen los Asociados?** Tienen un precio justo por el café y un comprador fijo para el café que producen.
13. **¿Qué problemas tienen los caficultores?** A nivel de finca los caficultores tienen problema con el abonado y riego del café debido a que las variedades que producen si no las abonan no producen lo suficiente y necesitan suficiente agua.
14. **¿Qué tipo de financiamiento tienen para sus actividades?** Se realizan préstamos y también se obtiene capital de la venta del café.
15. **¿De qué organizaciones reciben apoyo para sus actividades?** MAG.
16. **¿En qué estado reciben el café?** En cereza.
17. **¿Tienen una marca?** Sí, su nombre es San Antonio de Zaruma.
18. **¿La marca está registrada?** Sí está registrada.
19. **¿Tienen registro sanitario?** Si tenemos registro sanitario.
20. **¿Cuentan con algún tipo de certificación?** Por el momento no.

- 21. ¿Se organizan ferias / exposiciones?** No organizamos ferias ni exposiciones, pero si asistimos a las ferias que organizan en Zaruma.
- 22. ¿Capacitan a sus asociados?** Si, en temas relacionados con el cosecha de café y enfermedades que se da al café.
- 23. ¿Las Ventas son regulares? ¿Qué forma contractual tienen con sus compradores? ¿Quiénes son sus principales clientes?** Se vende el café sin contrato establecido, ni compradores fijos.
- 24. ¿En qué estado venden el café?** Se vende el café en pergamino anualmente y café molido mensualmente.
- 25. ¿Se organizan reuniones entre vendedores y compradores?** No.
- 26. ¿Qué tipos de maquinaria utilizan?** Contamos con despulpadora, lavadora, tostadora y envasadora.
- 27. ¿Han determinado los costos de Producción y Operación?** Si, se determinan para poder obtener los costos de producción.
- 28. ¿Llevan contabilidad?** Si llevamos contabilidad, y también se hace el resumen anualmente.
- 29. ¿Cómo establecen los precios?** Los precios se establecen en base a los costos de producción y operación y también en base a la competencia.

ENTREVISTA PRESIDENTE ASOCIACIÓN “MONTUBIOS SAN MARTIN”

- 1. Nombre:** Sr. Luis Añazco Palacios
- 2. ¿Cuántos socios tienen ahora?** 21 socios.
- 3. ¿Tienen Estatutos?** Si la asociación es reconocida.
- 4. ¿Cuánto tiempo dura la Presidencia?** Dura 2 años.
- 5. ¿Cuáles son los objetivos que tiene la Asociación?** Darle valor agregado al café
- 6. ¿Se han cumplido los objetivos?** Si, los objetivos se cumplen.
- 7. ¿Qué objetivo(s) ha(n) sido difícil(es) de lograr(s)?** Asegurarse de cumplir con la calidad en los productos.
- 8. ¿Quiénes conforman la junta directiva?** Administrador, presidente, secretario, Tesorero, 3 vocales principales y 3 suplentes.
- 9. ¿Cómo está formada la estructura organizacional?** Director, contadora.
- 10. ¿Cómo se toman las decisiones?** La asamblea general se reúne para tomar las decisiones.
- 11. ¿Cada qué tiempo realizan las Asambleas?** Las asambleas se realizan dos veces por año.
- 12. ¿Qué beneficios tienen los Asociados?** Los asociados obtienen un precio justo por el café, además tienen un comprador fijo, se les dan anticipos económicos de la venta del café para que puedan invertir en la siembra del café. Además, se los provee de insumos y se gestionan capacitaciones.
- 13. ¿Qué problemas tienen los caficultores?** Los cambios bruscos de temperatura que afectan al café.
- 14. ¿Qué tipo de financiamiento tienen para sus actividades?** Las ventas del café.
- 15. ¿De qué organizaciones reciben apoyo para sus actividades?** Del MAG y GAD Parroquial CAPIRO.

- 16. ¿En qué estado reciben el café?** En cereza y despulpado.
- 17. ¿Tienen una marca?** Si, la marca Capi Oro.
- 18. ¿La marca está registrada?** Si.
- 19. ¿Tienen registro sanitario?** Si tiene.
- 20. ¿Cuentan con algún tipo de certificación?** Si
- 21. ¿Se organizan ferias / exposiciones?** No se organizan.
- 22. ¿Capacitan a sus asociados?** Si de vez en cuando, en temas relacionados con la producción de café.
- 23. ¿Las Ventas son regulares? ¿Qué forma contractual tienen con sus compradores?**
¿Quiénes son sus principales clientes? Las ventas no tienen compradores fijos
- 24. ¿En qué estado venden el café?** Tostado y molido.
- 25. ¿Qué tipos de tecnologías utilizan?** Se cuenta con diferentes equipos tecnológicos que permiten garantizar el origen, registro y clasificación del café por calidades, así mismos cuenta con despulpadora, tostadora, molinos, peladora, piladora.
- 26. ¿Han determinado los costos de Producción y Operación?** Si se los determina.
- 27. ¿Llevan contabilidad?** Si se lleva contabilidad.
- 28. ¿Cómo establecen los precios?** Los precios son establecidos en base a los costos de producción.

ANEXOS FOTOGRÁFICOS

Anexo 106

Ilustración 13 Aplicación de encuestas a productores del cantón Zaruma



Fuente: Encuestas aplicadas a productores en el cantón Zaruma, 2020

Anexo 107

Ilustración 14 Aplicación de encuestas a productores del cantón Zaruma



Fuente: Encuestas aplicadas a productores en el cantón Zaruma, 2020

Anexo 108

Ilustración 15 Aplicación de encuestas a productores del cantón Piñas



Fuente: Encuestas aplicadas a productores en el cantón Piñas, 2020

Anexo 109

Ilustración 16 Aplicación de encuestas a productores del cantón Piñas



Fuente: Encuestas aplicadas a productores en el cantón Piñas, 2020

Anexo 110

Ilustración 17 Aplicación de encuestas a productores del cantón Piñas



Fuente: Encuestas aplicadas a productores en el cantón Piñas, 2020

Anexo 111

Ilustración 18 Entrevista Director del medio ambiente del cantón Piñas



Fuente: Entrevista a director del medio ambiente en el cantón Piñas, 2020

Anexo 112

Ilustración 19 Entrevista Presidente de la Junta Parroquial de Capiro



Fuente: Entrevista presidente de la junta parroquial Capiro, 2020

Anexo 113

Ilustración 20 Entrevista Presidente de la Junta Parroquial de San Roque



Fuente: Entrevista presidente de la junta parroquial San Roque, 2020

Anexo 114

Ilustración 21 Entrevista Administradora de la Asociación Manuel Ignacio Romero



Fuente: Entrevista Asociación Manuel Ignacio Romero, 2020

Anexo 115

Ilustración 22 Entrevista Presidente de la Asociación Montubios San Martín



Fuente: Entrevista Presidente de Asociación Montubios San Martín, 2020

ÍNDICE

1. Título	1
2. Resumen.....	2
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1. MARCO REFERENCIAL.....	6
4.1.1. Antecedentes	6
4.1.2. Referencias.....	9
4.2. MARCO TEÓRICO	13
4.2.1. El café.....	13
4.2.1.1. Historia	13
4.2.1.2. Producción de café.....	14
4.2.1.3. Café en El Oro	16
4.2.1.4. Variedades de café	16
4.2.1.5. Métodos de procesamiento del café	19
4.2.1.6. Propiedades del café	20
4.2.1.7. Proceso Productivo.....	21
4.2.1.8. Ciclo fisiológico del cultivo de café	23
4.2.1.9. Cosecha y Post cosecha del café.....	25
4.2.2. Cadena de valor.....	26
4.2.2.1. Definición.....	26
4.2.2.2. Importancia	27
4.2.2.3. Cadena de valor de Michael Porter.....	27
4.2.2.4. Elementos	28
4.2.2.5. Tipología de las cadenas de valor	30
4.2.2.6. Actores involucrados en la cadena de valor	31
4.2.2.7. Ciclo de desarrollo de la cadena de Valor	32
4.2.2.8. Mapeo de la cadena de valor	33
4.2.2.9. Análisis de las cadenas de valor	35
4.2.2.10. Metodología Value Links	35
4.2.3. Modalidades de organización de la cadena de valor.....	36
4.2.3.1. Cadena de valor con enfoque Convencional (Independiente)	36
4.2.3.2. Cadena de valor de comercio justo (Asociativa)	37

4.2.3.3. Comparación entre la cadena convencional (Independiente) y cadena de valor de comercio justo (Asociativa)	41
4.3. MARCO CONCEPTUAL	42
5. Metodología	44
5.1. Materiales	44
5.2. Métodos	44
5.3. Técnicas	45
5.4. Muestra	45
5.5. Procedimiento	46
6. Resultados	49
7. Discusión	106
7.1 Zaruma	¡Error! Marcador no definido.
7.2 Piñas	¡Error! Marcador no definido.
8. Conclusiones	111
9. Recomendaciones	113
10. Bibliografía	114
11. Anexos	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Comparación entre Cadena de valor Independiente y Cadena de valor Asociativa.....	41
Tabla 2 Materiales utilizados en la investigación	44
Tabla 3 Actores encuestados.....	46
Tabla 4 Simbología del manual ValueLinks para mapeo de la CV	47
Tabla 5 Actores de la cadena de valor del café bajo la Modalidad Independiente en el cantón Zaruma y Piñas	50
Tabla 6 Actores de la cadena de valor del café bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.....	52
Tabla 7 Funciones de la cadena de valor bajo la Modalidad Independiente en el cantón Zaruma	54
Tabla 8 Funciones de la cadena de valor del café bajo la Modalidad Independiente en el cantón Piñas	55
Tabla 9 Funciones de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma.....	56
Tabla 10 Funciones de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Piñas	57
Tabla 11 Caracterización de los proveedores bajo la Modalidad Independiente en el cantón Zaruma y Piñas.....	58
Tabla 12 Caracterización de los productores bajo la modalidad independiente en el cantón Zaruma y Piñas.....	60
Tabla 13 Caracterización de los acopiadores bajo la modalidad independiente en el cantón Zaruma y Piñas.....	64
Tabla 14 Caracterización de los transformadores bajo la modalidad independiente en el cantón Zaruma y Piñas.	66
Tabla 15 Caracterización de los comercializadores bajo la modalidad independiente en el cantón Zaruma y Piñas.	67
Tabla 16 Datos generales de las asociaciones en el cantón Zaruma y Piñas	69
Tabla 17 Caracterización de los proveedores bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.....	70
Tabla 18 Caracterización de los productores bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.....	72
Tabla 19 Caracterización de los acopiadores bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.....	75
Tabla 20 Caracterización de los transformadores bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.....	77
Tabla 21 Caracterización de los comercializadores bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma y Piñas.	78

Tabla 22 Mapeo de costos de la cadena de valor bajo la Modalidad Independiente en el cantón Zaruma	86
Tabla 23 Mapeo de costos de la cadena de valor bajo la Modalidad Independiente en el cantón Piñas	87
Tabla 24 Mapeo de costos de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma	88
Tabla 25 Mapeo de costos de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Piñas ..	89
Tabla 26 Matriz comparativa de los proveedores de la cadena de valor en el cantón Zaruma y Piñas.	90
Tabla 27 Matriz comparativa de los productores de la cadena de valor en el cantón Zaruma y Piñas.	93
Tabla 28 Matriz comparativa de los acopiadores de la cadena de valor en el cantón Zaruma y Piñas.	97
Tabla 29 Matriz comparativa de los transformadores de la cadena de valor en el cantón Zaruma y Piñas.....	100
Tabla 30 Matriz comparativa de los comercializadores de la cadena de valor en el cantón Zaruma y Piñas.....	103
Tabla 1 Modalidad de trabajo según las Parroquias.....	145
Tabla 2 Modalidad de trabajo en general.....	146
Tabla 3 Hectáreas sembradas de café	147
Tabla 4 Plantas sembradas por hectárea	148
Tabla 5 Tipo de propiedad	149
Tabla 6 Capacitación.....	150
Tabla 7 Tipo de materia prima.....	151
Tabla 8 Subvariedad	152
Tabla 9 Origen de materia prima	153
Tabla 10 Insumos agrícolas	154
Tabla 11 Edad de plantación.....	155
Tabla 12 Renovación de cultivo.....	156
Tabla 13 Rendimiento.....	157
Tabla 14 Condiciones del cultivo.....	158
Tabla 15 Trabajadores.....	159
Tabla 16 Beneficios de los trabajadores	160
Tabla 17 Maquinaria.....	161
Tabla 18 Estado del café.....	162
Tabla 19 Exigencias de calidad.....	163

Tabla 20 Recibe ayuda de otras instituciones	164
Tabla 21 Problemas que enfrenta.....	165
Tabla 22 Otra fuente de ingreso.....	166
Tabla 23 Género.....	167
Tabla 24 Estado civil	168
Tabla 25 Nivel de estudios.....	169
Tabla 26 Años como caficultor.....	170
Tabla 27 Seguro	171
Tabla 28 Tipo de seguro	172
Tabla 29 Listado de productores independientes del cantón Zaruma	173
Tabla 30 Listado de productores asociados del cantón Zaruma.....	174
Tabla 31 Modalidad de trabajo según las Parroquias.....	175
Tabla 32 Modalidad de trabajo en general.....	176
Tabla 33 Hectáreas sembradas de café	177
Tabla 34 Plantas sembradas por hectárea	178
Tabla 35 Tipo de propiedad	179
Tabla 36 Capacitación.....	180
Tabla 37 Tipo de materia prima.....	181
Tabla 38 Subvariedad	182
Tabla 39 Origen de materia prima	183
Tabla 40 Insumos agrícolas	184
Tabla 41 Edad de plantación.....	185
Tabla 42 Renovación de cultivo.....	186
Tabla 43 Rendimiento.....	187
Tabla 44 Condiciones del cultivo.....	188
Tabla 45 Trabajadores.....	189
Tabla 46 Beneficios de los trabajadores	190
Tabla 47 Maquinaria.....	191
Tabla 48 Estado del café.....	192
Tabla 49 Exigencias de calidad.....	193
Tabla 50 Recibe ayuda de otras instituciones	194
Tabla 51 Problemas que enfrenta.....	195
Tabla 52 Otra fuente de ingreso.....	196
Tabla 53 Género.....	197
Tabla 54 Estado civil	198
Tabla 55 Nivel de estudios.....	199
Tabla 56 Años como caficultor.....	200

Tabla 57 Seguro	201
Tabla 58 Tipo de seguro	202
Tabla 59 Listado de productores independientes del cantón Piñas	203
Tabla 60 Listado de productores asociados del cantón Piñas	204
Tabla 61 Tipo de proveedor	205
Tabla 62 Origen del producto	205
Tabla 63 Necesita permiso	205
Tabla 64 Local	205
Tabla 65 Garantía	206
Tabla 66 Tipo de proveedor	206
Tabla 67 Origen del producto	206
Tabla 68 Necesita permiso	206
Tabla 69 Local	207
Tabla 70 Tipo de seguro	207
Tabla 71 Estado del café	207
Tabla 72 Procesa el café	207
Tabla 73 Tipo de acuerdo	208
Tabla 74 Precio de compra quintal	208
Tabla 75 Estado del café	208
Tabla 76 Procesa el café	208
Tabla 77 Tipo de acuerdo	209
Tabla 78 Precio de compra quintal	209
Tabla 79 Compra materia prima	209
Tabla 80 Tipo registro de insumos	209
Tabla 81 Registro contabilidad	210
Tabla 82 Exigencias de calidad	210
Tabla 83 Compra materia prima	210
Tabla 84 Tiene registro de insumos	210
Tabla 85 Registro contabilidad	211
Tabla 86 Exigencias de calidad	211
Tabla 87 Tipo de venta	211
Tabla 88 Para facilitar sus actividades cuenta con:	211
Tabla 89 Exigencias del comprador	212
Tabla 90 Precio promedio	212
Tabla 91 Tipo de venta	212
Tabla 92 Para facilitar sus actividades cuenta con:	212
Tabla 93 Exigencias del comprador	213

Tabla 94 Precio promedio.....	213
-------------------------------	-----

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación geográfica del cantón Zaruma	7
Ilustración 2 Ubicación geográfica del cantón Piñas	8
Ilustración 3 Cadena de valor del café Ecuatoriano.....	12
Ilustración 4 Ciclo fisiológico del café en zonas mayores a los 1.200 m.s.n.m.....	24
Ilustración 5 Ciclo fisiológico del café en zonas menores a los 1.200 m.s.n.m.....	24
Ilustración 6 Cadena de valor de Michael Porter	28
Ilustración 7 Herramienta de Mapeo de la cadena de valor	34
Ilustración 8 Herramienta Mapeo de actores directos e indirectos de la cadena.....	34
Ilustración 9 Diagrama de la cadena de valor bajo la Modalidad Independiente en el cantón Zaruma	81
Ilustración 10 Diagrama de la cadena de valor bajo la Modalidad Independiente en el cantón Piñas	82
Ilustración 11 Diagrama de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Zaruma .	83
Ilustración 12 Diagrama de la cadena de valor bajo la Modalidad Asociativa en el cantón Piñas	84
Ilustración 13 Aplicación de encuestas a productores del cantón Zaruma	218
Ilustración 14 Aplicación de encuestas a productores del cantón Zaruma	218
Ilustración 15 Aplicación de encuestas a productores del cantón Piñas	219
Ilustración 16 Aplicación de encuestas a productores del cantón Piñas	219
Ilustración 17 Aplicación de encuestas a productores del cantón Piñas	220
Ilustración 18 Entrevista Director del medio ambiente del cantón Piñas	220
Ilustración 19 Entrevista Presidente de la Junta Parroquial de Capiro	221
Ilustración 20 Entrevista Presidente de la Junta Parroquial de San Roque.....	221
Ilustración 21 Entrevista Administradora de la Asociación Manuel Ignacio Romero.....	222
Ilustración 22 Entrevista Presidente de la Asociación Montubios San Martín	222