



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

TITULACIÓN DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Análisis del posicionamiento del café lojano en el mercado externo, y las proyecciones hacia nuevos mercados, año 2013”

Trabajo de fin de titulación

AUTOR:

Bustamante Rogel, Betty Janeth

DIRECTOR:

Armijos Buitrón, Verónica Alexandra, Ing.

CENTRO UNIVERSITARIO LOJA

2013

Ing. Verónica Armijos Buitrón

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICO:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la egresada Betty Janeth Bustamante Rogel, titulado “Análisis del posicionamiento del café lojano en el mercado externo, y las proyecciones hacia nuevos mercados, año 2013”, ha sido cuidadosamente revisado por la señora Armijos, ha sido orientada y revisada en su contenido durante su ejecución, por lo que he podido constatar que cumple con todos los requisitos de fondo y forma establecidos por la Escuela de Administración de Empresas por lo que autorizo su presentación.

Lo certifico.- Loja, junio del 2013

.....
Ing. Verónica Armijos Buitrón

DIRECTORA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Betty Janeth Bustamante Rogel declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del artículo 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigadores, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico institucional (Operativo) de la Universidad”.

.....
Betty Janeth Bustamante Rogel

CI: 070498454-1

DEDICATORIA

En especial a mi hijo Pedro José, por su compañía, por su inocencia, por su amor inmenso e incondicional, ya que es la persona que amo y más importante en mi vida es él por quien le pongo muchas ganas de seguir luchando para culminar con mi meta.

A mis padres papi José Bustamante a mi mami Eufemia Rogel porque me dieron la vida, por sus consejos, por su impulso a realizar y cumplir mis metas gracias a su apoyo incondicional en todo sentido esto me dio más fuerzas de seguir adelante y por todos sus buenos ejemplos.

A mi hermana por sus consejos, amor y confianza, a mis hermanos y sobrinos por su amor y cariño inmenso.

AGRADECIMIENTO

A mi Dios por la vida, sabiduría, capacidad, paz, fuerza, valor y perseverancia ya que siempre estuvo presente en los momentos más difíciles y momentos buenos de mi vida siendo mi guía principal.

Un agradecimiento inmensamente a mis padres por sus principios, valores, consejos y por su apoyo incondicional para poder seguir adelante.

De igual manera quiero agradecer a Christian porque siempre estuvo presente con su apoyo incondicional para poder terminar con mis estudios.

De manera especial a mi directora de tesis Ingeniera Verónica Armijos Buitrón, porque siempre estuvo presente guiándome y orientándome incondicionalmente en la presente investigación de tesis.

Finalmente a Presidente de FAPECAFES señor José Mayo quien me brindo su colaboración para el desarrollo de mi tema de tesis y a todas las personas que de una o de otra manera han brindado su apoyo para poder culminar con mi carrera profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<u>CAPÍTULOS</u>	<u>Págs.</u>
Portada	I
Certificación	II
Declaración y sesión de derechos	III
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
Índice de contenidos	VI
Índice de cuadro	IX
Índice de figura	XII
Índice de gráfico	XIII
Resumen ejecutivo	XV
<u>CAPÍTULO I.</u>	<u>Págs.</u>
1 HISTORIA DEL CAFÉ LOJANO	1
1.1 EVOLUCIÓN ECONÓMICA DEL CAFÉ.	2
1.2 CARACTERÍSTICAS DEL CAFÉ	4
1.3 VARIEDADES DEL CAFÉ	11
1.3.1 Café variedad arábigo	12
1.3.2 Café variedad robusta	13
1.4 CALIDAD DEL CAFÉ	13
1.5 FISIOLOGÍA Y CAPTACIÓN DEL CAFÉ	15
1.6 OPORTUNIDADES DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	15
1.6.1 Productos que se comercializan a nivel local, nacional	16
1.6.2 Precios al productor	16
	VI

CAPÍTULO II

2	MERCADO	18
2.1	MERCADO LOCAL	19
2.2	MERCADO EXTERNO	19
2.3	COMERCIALIZACIÓN	22
2.3.1	Comercialización local	22
2.3.2	Comercialización externa	23
2.4	LA EXPORTACIÓN DEL CAFÉ	24
2.4.1	Proceso de exportación	28
2.4.2	Las exportaciones en el ecuador	30
2.4.3	Exportación a mercados nacionales	32
2.4.4	Exportación a mercados internacionales	33
2.5	EVOLUCIÓN PRODUCTIVA DEL CAFÉ	35
2.6	MAYORES EXPORTADORES DE CAFÉ EN LOJA	36
2.7	CARÁCTERÍSTICAS Y DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LA PROVINCIA DE LOJA	38
2.8	PRODUCCIÓN Y MANEJO DEL CAFÉ	49
2.8.1	Volumen de producción local	39
2.8.2	Volumen de producción nacional	41
2.9	COSTO DE PRODUCCIÓN.	46

CAPÍTULO III

3	ANÁLISIS DE ESTADÍSTICAS DE PRODUCCIÓN Y VENTA DEL CAFÉ EN LA PROVINCIA DE LOJA	47
3.1	PRECIO	48
3.2	DETERMINACIÓN DE PRECIO DEL CAFÉ	49
3.3	ANÁLISIS DE COMPETENCIA	53
3.3.1	Competencia	53
		VII

3.3.1.1	Competidores directos	54
3.3.1.2	Donde están ubicados	55
3.3.1.3	Cuantos son	56
3.3.1.4	Qué clase de café ofrecen	57
3.3.1.5	Quienes son sus clientes	57
3.3.1.6	Porque le compran	57
3.3.1.7	Que piensa sus clientes de sus productos	59
3.4	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA	59
3.4.1	Análisis de la oferta	59
3.4.2	Análisis de la demanda	61
3.4.3	Ventajas comparativas y competitivas	64
3.5	PROYECCIÓN DE EXPORTACIÓN/VENTAS AL AÑO 2013	65
3.5.1	Mercados internos	66
3.5.2	Mercados externos	68
3.6	ANÁLISIS DE RESULTADOS	70
3.6.1	Encuestas realizadas a los productores de café de la provincia de Loja	70
3.6.2	Entrevista a representantes de FAPECAFES de Loja	89
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
	Conclusiones	93
	Recomendaciones	94
	BIBLIOGRAFÍA	95
	ANEXOS	98

ÍNDICES DE CUADROS

<u>CAPÍTULOS</u>	<u>Págs.</u>
Cuadro N° 1- Tamaño grano de café	5
Cuadro N° 2- Países productores según tipos de café	20
Cuadro N° 3 - Producción mundial de café por tipo Miles de sacos diciembre 2008 – Enero/2013	22
Cuadro N° 4 - Café exportado por Ecuador al mundo	24
Cuadro N° 5 - Precios promedios mensuales (USD\$) por quintal de café arábigo en mercado de New York: 2001-2012	28
Cuadro N° 6 - Exportaciones de café del Ecuador, por país de destino. Año 2012 (Sacos de 60 kilos)	32
Cuadro N° 7 - Exportaciones de café del ecuatoriano	33
Cuadro N° 8 - Volumen de producción de café lojano	40
Cuadro N° 9 - Provincias del Ecuador con mayor producción de café en tm	41
Cuadro N° 10 - Superficie Cafetalera del Ecuador y Área en producción efectiva, 2012	42
Cuadro N° 11 - Número de UPAs totales, cafetaleras y relación porcentual por provincias	43
Cuadro N° 12 - Superficie cafetalera y producción nacional en el Ecuador: 2000 – 2012	45
Cuadro N° 13 - Materia Prima	45
Cuadro N° 14 - Costos de Producción	46
Cuadro N° 15 - Costos de Procesamiento	46
Cuadro N° 16 - Precios pagados al productor por quintal de café verde en las zonas de Arábigo (Referencia: Provincia de Loja)	48
Cuadro N° 17 - Unidades de producción agropecuarias (upas), totales cafetaleras	55
Cuadro N° 18 - Organizaciones de agricultores de café arábigo de Loja, registradas en el COFENAC, 2012	56
Cuadro N° 19 - Valoración organoléptica de los mejores cafés Lojanos con	IX

potencial de especialidades	58
Cuadro N° 20 - Organizaciones y/o empresas ganadoras de los Concursos “Taza Dorada”. Período 2007 – 2012. Fuente: ANECAFE	59
Cuadro N° 21 - Potencialidad Biofísica para la producción de cafés de altura, a nivel provincial	62
Cuadro N° 22 - Potencialidad Biofísica para la producción de cafés de altura, a nivel de Loja	63
Cuadro N° 23 - Proyección de exportación y venta de café lojano, para el año 2013	69
Cuadro N° 24 - Precios materia prima	67
Cuadro N° 25 - Ventas nacional 2011-2013	68
Cuadro N° 26 - Cantidad en ventas de café lojano a mercados externos	69
Cuadro N° 27 - Loja produce café para exportación Índices de figuras	70
Cuadro N° 28 – Productos de mayor demanda en el mercado de la provincia de Loja	71
Cuadro N° 29 - Producción cafetalera a que mercado está dirigida	72
Cuadro N° 30 - Aporta al desarrollo económico del país	73
Cuadro N° 31 - Cuantas hectáreas de terreno destina a esta actividad	74
Cuadro N° 32 - Quintales de café produce por año	75
Cuadro N° 33 - El precio de su café es competitivo	76
Cuadro N° 34 - Considera usted importante hacer una planificación	77
Cuadro N° 35 - Que aporte económico le genera a usted por año	78
Cuadro N° 36 - Aporte económico que le genera el café al año	79
Cuadro N° 37 - Precio de venta por quintal de café en el año	80
Cuadro N° 38 - La producción cafetalera lojana aporta significativamente a cubrir la demanda del mercado local	81
Cuadro N° 39 - Qué tipo de café usted produce	82
Cuadro N° 40 - Pertenece a una asociación de cafetaleros	83

Cuadro N° 41 - Exporta su café directo o por medio de una asociación	84
Cuadro N° 42 - Vende su producto a un mayorista que se encarga de exportar el producto	85
Cuadro N° 43 - Tiempo demora la planta de café para producir	86
Cuadro N° 44 - Temporadas de cosecha	87
Cuadro N° 45 - Temporadas altas de venta del café	88

ÍNDICES DE FIGURAS

<u>CAPÍTULOS</u>	<u>Págs.</u>
Figura N° 1 - Café de exportación	2
Figura N° 2 - Sifón de colección	7
Figura N° 3 – Despulpadora	8
Figura N° 4 - Lavado en cisterna	9
Figura N° 5 - Secado en correderas, gavetas, parihuelas (fijas o movibles)	10
Figura N° 6 - En patio	10
Figura N° 7 - Frutos del cafeto (<i>Coffea Arábica</i>) madurando	12
Figura N° 8 - Plántulas de café arábigo	12
Figura N° 9 - Café de filtro	22
Figura N° 10 - Muestras	29
Figura N° 11 - Sacos de 60 kilos de café	30
Figura N° 12 – Broca	44
Figura N° 13 - Café molido de filtrar	66

ÍNDICES DE GRÁFICOS

<u>CAPÍTULOS</u>	<u>Págs.</u>
Gráfico N° 1 - Producción y el consumo mundial de café, 2003 – 2012, en millones de sacos de 60 kilos	21
Gráfico N° 2 - Evolución de los precios promedios en el mercado internacional de los cafés arábigos	34
Gráfico N° 3 - Ubicación de los productores de café	55
Gráfico N° 4 - Total ventas nacionales de café lojano 2011-2013 en %	68
Gráfico N° 5 - Café lojano arábigo exportado en total % y 2011-2013	69
Gráfico N° 6 - Loja produce café para exportación	70
Gráfico N° 7 - Productos de mayor demanda en el mercado de la provincia de Loja	71
Gráfico N° 8 - Producción cafetalera a que mercado está dirigida	72
Gráfico N° 9 - Aporta al desarrollo económico del país	73
Gráfico N° 10 - Cuantas hectáreas de terreno destina a esta actividad	74
Gráfico N° 11- Quintales de café produce por año	75
Gráfico N° 12 - El precio de su café es competitivo	76
Gráfico N° 13 - Considera usted importante hacer una planificación	77
Gráfico N° 14 - Que aporte económico le genera a usted por año	78
Gráfico N° 15 - Aporte económico que le genera el café al año	79
Gráfico N° 16 - Precio de venta por quintal de café en el año	80
Gráfico N° 17 - La producción cafetalera lojana aporta significativamente a cubrir la demanda del mercado local	81
Gráfico N° 18 - Qué tipo de café usted produce	82
Gráfico N° 19 - Pertenece a una asociación de cafetaleros	83
Gráfico N° 20 - Exporta su café directo o por medio de una asociación	84
Gráfico N° 21 - Vende su producto a un mayorista que se encarga de exportar el producto	85

Gráfico N° 22 - Tiempo demora la planta de café para producir	86
Gráfico N° 23 - Temporadas de cosecha	87
Gráfico N° 24 - Temporadas altas de venta del café	88

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo aborda el objetivo principal, analizar el posicionamiento del café lojano en el mercado internacional con sus proyecciones hacia nuevos mercados, cuyo análisis va dirigido a los productores cafetaleros de Loja; los participantes directos fueron personal de FAPECAFES, el presidente, el ejecutivo de ventas, y Centro de Acopio de Cucanama y cafetaleros de Loja; realizado por el investigador y coordinado por la UTPL.

Se utilizó el método descriptivo, analítico y sintético; particularmente, el inductivo y deductivo, estadístico y hermenéutico, basado en las encuestas y entrevistas. A partir de los diagnósticos y conclusiones las ventas totales aumentan en un 22,75% con 4.834 qq, su precio US\$ 300,00 referentes al análisis del café Lojano se recomienda algunas propuestas para obtener mayor producción y aumentar la exportación hacia nuevos mercados externos dando como resultados mejores ingresos a los productores cafetaleros.

Por tal motivo, se presenta y se invita a todos los interesados en mejorar el campo de la producción cafetalera y de la exportación del café Lojano hacer uso de esta referencia de investigación científica.

CAPÍTULO I

HISTORIA DEL CAFÉ LOJANO

1.1 EVOLUCIÓN ECONÓMICA DEL CAFÉ

Figura # 1

Café de exportación



FUENTE: Antonio Pedra, (2013)

La historia en caficultura dentro del Ecuador principia aproximadamente de los años 1800, a inicios del siglo XX fue el primer rubro de divisas; luego, la ruptura del Acuerdo Internacional de café en el año 1989, trajo como resultado la desconcierto en la producción, causando una sobre-oferta, el deterioro de la calidad y la caída de los precios a nivel mundial. (CÁRDENAS, F., 2009)

El cultivo de café en Ecuador inicia cerca de 1830 en Manabí, con una variedad típica de Coffea Arábigo. Luego, en los años 50 integra la especie C. Canephora que conseguirán gran extensión en zonas tropicales húmedas de la costa y en los años 70 la Amazonía. (Zeas, K., 2010)

A partir de datos estimados por COFENAC en el año 2000, de las 272.560 ha. sembradas de café en Ecuador, 62% corresponde a la variedad Arábigo y 38% a robusta. Dentro de Arábigo, Manabí se lleva el mayor porcentaje (47%), le siguen Loja (19%), Guayas, El Oro y Los Ríos con 13% entre ellas. Robusta, está sembrado en mayor cantidad en la Amazonía en las provincias de Sucumbíos, Orellana y Napo (27,25 y 15%) respectivamente.

En los años 90 más compradores han principiado a reclamar un mejor café tal reacción al café de mala calidad, por el crecimiento de la conciencia social y medioambiental o por ambas. En todo caso, ha surgido un diferente nicho de mercado que es el de los “cafés especiales” constituyendo una nueva esperanza para los caficultores, los productores no han sido extraños

a esta nueva estilo y hoy en día se ocasiona una gran gama de “cafés especiales” que empiezan a ser elegidos por los preferidos nichos del mercado internacional en los últimos diez años, estos van desde el café gourmet muy deseado en los mercados europeos, café bajo sombra, amigable con las aves, el café de comercio justo y el Orgánico.¹

La producción de café en el Ecuador ha ido reduciendo lentamente a partir de 1997, es justamente como durante los actuales años el volumen producido es menor a un millón de sacos de 60 kg, por lo que su aportación a la producción mundial de café ha ido en declive, en la actualidad en no más del 1%.

Uno de los inconvenientes principales es el bajo beneficio, estimado entre 5 a 6 qq/ha al año, estimado uno de los más bajos comparado con otros países productores, debiéndose en gran parte a la falta de capacitación y transferencia de tecnología, la no disponibilidad de créditos, la ausencia de organización y fortalecimiento agrupado, entre otros elementos. En alrededor del 90%, la superficie de cultivo es manejada bajo el método tradicional. Las exportaciones de café en grano, de igual manera han ido reduciendo, es así como en el año 1997 se ubicaron en el exterior 709.000 sacos de 60 kg, en tanto que en el 2001, se exportó 392.000 sacos y en el 2002, se apreció una cantidad no superior a los 200.000 sacos de 60 kg.

El ingreso de divisas por este rubro, ha disminuido considerablemente, si inclusive tomamos en cuenta durante este último año los bajos precios internacionales, producidos por la sobreoferta de este beneficio en el mercado mundial. En la materia de los elaborados, las exportaciones asimismo han disminuido con relación a años anteriores, en el año 2000 alcanzan la cifra de 6.005 t, en el 2001 fue de 8.100 t y en el 2002 el volumen ubicado en el exterior es superior a los 8.000 t, habiéndose arrojado divisas por 20, 27 y aproximadamente 30 millones de dólares, proporcionalmente.²

La cantidad de las exportaciones de café en grano y elaborados frente a las exportaciones totales del país, en estos últimos años se ha reducido, pasando de un aporte superior al 3% en años anteriores a menos del 1% en los períodos 2001 y 2002. La falta de producción nacional ha obligado al Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), organismo rector de la política cafetalera, el adoptar resoluciones a fin de permitir importaciones de café para el abastecimiento de la industria de elaborados de este producto, teniendo importado especialmente de Vietnam café robusta, alrededor de 100.000 sacos de 69 kg.

El decrecimiento de los precios internacionales, ha excitado el abandono de las plantaciones, así como la duplicación de los inconvenientes fitosanitarios por el no levantamiento de las cosechas; habiendo incidido en un aumento considerable de la pobreza en las zonas cafetaleras, ubicando al productor en un medio de gran vulnerabilidad a la disposición de cultivos ilícitos, primordialmente en la región nororiental del país ya impresionada por los resultados del Plan Colombia. Existen 105.000 Unidades de Producción Agropecuaria UPAS de café, tanto de cultivo solo como asociado, de lo que se despega cerca de 105.000 familias se encuentran vinculadas a esta actividad, si tomamos en cuenta que en cada unidad

¹ CARDENAS, Francisco, 2009. Pág. 2. <http://www.dspace.espol.edu.ec>

² Kruft. Duicela. G, Corral. R, Rendón. F, (2007) Cafés de altura Ecuador. Quito. Ediciones Soler.

productiva existen al menos 5 miembros por familia, el número de personas sujetadas a esta diligencia resalta las 500.000 personas.

Hablado de los comerciantes, su cifra es de aproximadamente 500, mientras que las industrias ocupan aproximadamente de 850 personas en las labores de transformación del café. En lo referente a los exportadores de café en grano e industrial, suman 40 y 5, respectivamente; según datos facilitados por la Asociación Nacional de Exportadores de Café, debiendo añadir al personal que se ocupa en la movilización, depósito y manipulación del producto en este último proceso. De acuerdo con esta cifra la población relacionada al café representa alrededor del 12% de la Población Económicamente Activa Agrícola y alrededor del 4% de la PEA (población económicamente activa) general.³

Según los datos que nos proporciona en el 2000 la COFENAC, en la investigación que hace Kruff, Duicela, Corral, Rendón, en su libro "Café de altura" el Ecuador contaba con 272.560 ha. sembradas de café, siendo Arábigo el que con un 62% se constituía la de mayor producción, mientras que con un 38% estaba robusta. A nivel nacional vemos que la provincia de Loja con un 19% era la segunda provincia a nivel nacional en producción y Manabí se lleva el mayor porcentaje con el 47%, el resto se centraba en la provincia del Guayas y algunas provincias del oriente.

1.2 CARACTERÍSTICAS DEL CAFÉ

La característica del café depende de las tipos físicas y organolépticas, del valor nutritivo, de la forma visual y del estado sanitario. En el café, las características físicas se refieren al tamaño, color y forma de los granos; las características organolépticas se relacionan a las propiedades intrínsecas como aroma, sabor, acidez y cuerpo de la bebida; el valor nutritivo tiene que ver con el contenido de antioxidantes, cafeína y otras sustancias químicas que favorecen a la buena salud de los consumidores; la apariencia visual se basa en la presentación del grano y del elaborado; y el estado sanitario se relaciona con la ausencia de contaminantes químicos y microbianos.⁴

De acuerdo al COFENAC. (2010), las zonas apropiadas para el cultivo de café arábigo en las provincias de Manabí y Guayas se localizan en el sistema montañoso Chongón Colonche, de los 300 a los 700 metros de altitud.

De acuerdo al MAGAP. (2002), en las colinas occidentales, envolviendo las provincias de Loja y El Oro, las altitudes más apropiadas se localizan de 500 a 1.800 metros de altura. Las franjas de Puyango, Céllica, Chaguarpamba, Olmedo, Paltas y Vilcabamba, en Loja; las franjas de Piñas, Las Lajas, Balsas, Marcabelí, Zaruma, Portovelo y Ayapamba, en El Oro; Pallatanga en Chimborazo; Balsapamba, Caluma y Echeandía, en Bolívar; Pangua, en Cotopaxi; Tandapi, Mindo, Puerto Quito, San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado, Pacto, Gualea y Nanegal, en Pichincha; Intag, en Imbabura, representan los lugares con condiciones climáticas favorables para la producción de café arábigo.

³ Kruff, Duicela, G, Corral, R, Rendón, F, (2007) Cafés de altura Ecuador. Quito. Ediciones Soler.

⁴ ANECAFE, <http://www.anecafe.org.ec/129-curso-teorico-practico>, mayo, 2008

En las colinas orientales, las franjas de Chito y Zumba, en la sur oriental del país, con altitudes de 1.000 a 1.800 msnm, son muy adecuadas para café arábigo. Hacia el norte, las zonas de las colinas tienen restricciones por la humedad ambiental. Las franjas con aptitud climática para producir cafés arábigos, en las colinas orientales se sitúan entre 500 y 1.300 metros de altura, especialmente en las partes altas de los cantones Zamora, Yantzatza, El Pangui y Centinela del Cóndor, en Zamora Chinchipe; y Gualaquiza, en Morona Santiago.

Las características para valorar físicamente al grano son la forma, el tamaño, el color y la uniformidad.

Al evaluar la calidad del café, las características físicas que demuestren los granos son muy significativos, de acuerdo con la práctica de captación lo más significativo que se toma en cuenta es, la forma, el tamaño, el color y por último la uniformidad del grano.⁵

Según el censo agropecuario realizado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería en el 2002, muestra un informe detallado de la producción de café en la provincias de Loja y el Oro, donde nos da a conocer los sectores propios del cultivo del café, refiriéndonos a Loja, las zonas de Puyango, Célica, Chaguarpamba, Olmedo, Paltas y Vilcabamba, son las que tienen mayor producción.

La forma del grano

“Cabe mencionar que el mercado tiene como base de aceptación, la forma del grano, plano convexa o "planchuela", considerándose como la constitución normal, según consta en la norma mexicana de café, cualquier otra forma diferente o mencionada resulta como consecuencia de una malformación del fruto. Entre las malformaciones más comunes se encuentra el grano caracol, triángulo, monstruos; conocidos también como burras o elefantes, conchas y muelas” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2).

El tamaño

“El tamaño del grano de café se mide en zarandas, las medidas se dan en sesenta y cuatroavos de pulgada (1/64 que es igual a 0.3968 mm), son láminas con perforaciones redondas o bien pueden ser alargadas, siendo éstas” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2):

Cuadro # 1

Tamaño grano de café

CLASIFICACIÓN POR TAMAÑO	NUMERO DE ZARANDAS
Terceras o granos pequeños	14-15
Segundas o granos medianos	16-17
Primeras o granos grandes	18
Grano superior	19-20

FUENTE: López Paulina. (2010).

ELABORADO: Betty Bustamante

⁵ MAGAP. (2002) Tercer Censo Nacional Agropecuario. Quito. Pág. 1, 225

El color

“El color del grano de café oro, varía de acuerdo con la región y altura donde se produce, sin embargo, puede alterarse radicalmente con el sistema mayor cuidado por la aplicación de elevadas temperaturas; esta aplicación de calor debe ser cuidadosamente controlada, finalmente el color también puede variar de acuerdo a las condiciones de almacenamiento.

El mercado tiene como base el color llamado verde olivo o verde aceituna. En cuanto a cafés lavados se ha notado una coloración verde pálido en los cosechados en la vertiente del pacifico, un color verde oscuro en los de la vertiente del golfo y los cafés de mayor altura tienen un color verde azulado” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2).

Uniformidad del grano

“Se refiere al hecho de que un lote de café posea en su totalidad un tamaño uniforme, principalmente para aquellos que se exportan al continente europeo (la preparación europea exige tamaño de zarandas números 17, 18 y 19)” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2).

Beneficiado húmedo

“El beneficiado húmedo es una fase de la producción de suma importancia, es un que se le da al café, como parte de un proceso de preparación, consta de variados procedimientos:

- Corte o recolección de la cereza.
- Recepción en el Sifón.
- Despulpado.
- Fermentado.
- Lavado.
- Secado.
- Almacenamiento.

Hay que tener en cuenta que a cada paso se debe extremar el cuidado en el manejo y el proceso del café, evitándose se dañe y deteriore en su calidad y por lo consiguiente en el precio final” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2).

Corte de la cereza

“La cereza debe recolectarse en completo estado de madurez, cuando toma una coloración rojo encendido, evitando se mezcle con granos verdes, porque estos últimos contienen un alto grado de Taninos que perjudican posteriormente la bebida; en taza estos granos verdes aportan un sabor astringente, además se reduce el peso total de la fruta.

Algo muy importante es que el mismo día que se corte la cereza madura debe despulsarse, evitando mezclarle cerezas cortadas en días anteriores. Cuando se recolecta el café cereza, se debe procurar no cortar el pecíolo, ya que en cada axila de dicho pecíolo se encuentra la yema de un futuro fruto” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2).

Recepción en el sifón

“El sifón es un recipiente o tanque de 3 x 3 y 5 m. De profundidad, el cual se llena de agua. Es aquí donde se inicia la primera clasificación separando el grano maduro que va a l fondo del sifón, dejando en la superficie del agua los granos verdes, vanos, secos y cualquier impureza de poco peso. Este tipo de café llamado natas o floters, sale del sifón por la inyección continua de agua para procesarse por separado.

El agua contenida en el sifón deberá sustituirse por agua limpia cada 3 días como límite máximo, ya que a medida que transcurre el tiempo va iniciándose un proceso de putrefacción, producto de las mieles y parte de mucílago que las cerezas dejan, esto provoca un desagradable olor y sabor, si las cerezas sanas permanecen en esta agua sucia se contaminara y en taza arrojaran un sabor agrio, meloso o fermento al momento de la degustación” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2).

Figura # 2

Sifón de colección



FUENTE: Centro de Acopio Vilcabamba (Cucanama), (2013).

Despulpado.

“La cereza debe ser despulpada el día de su corte.

Las despulpadoras deben ser correctamente calibradas diariamente al diámetro de las cerezas; porque al inicio de la cosecha son más pequeños y conforme va transcurriendo el tiempo aumentan de tamaño.

Si el larguero y el disco de las despulpadoras se encuentran más cerrados de lo normal, harán que rompan los granos obteniéndose granza (Grano roto), esto va contra los procedimientos adecuados al mermar el rendimiento; en caso del disco y el larguero se encuentran con mayor

separación, la cereza pasara sin ser despulpada obteniéndose granos de capulín o cereza seca en el pergamino” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2)

Figura # 3

Despulpadora



FUENTE: Centro de Acopio Vilcabamba (Cucanama), (2013).

Fermentado.

“La fermentación controlada es un proceso por medio del cual las mieles y mucilago adheridos fuertemente al grano despulpado, se desprenden y disuelven. Este procedimiento evita se deteriore la calidad del café, obteniéndose un pergamino limpio.

El tiempo promedio es de 24 h; en caso de elevada temperatura la fermentación se acelera ahorrándose algunas horas, en caso contrario de temperatura baja el proceso se retrasa, en ocasiones se necesitan 35 h o más para lograr se desprendan dichas mieles.

Este proceso debe realizarse de manera cuidadosa y controlada, ya que el exceso de tiempo lo sobre fermenta, resultando el daño más rechazado por los comerciantes del grano, ya sea en pergamino o café oro; se tiene como experiencia que un saco con éstas características puede dañar por contagio muchas más. Por otro lado la falta de fermentación hace que el café oro presente mal aspecto, por contener la película plateada o perisperma fuertemente adherida” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2)

Lavado.

“Al café después de fermentarse correctamente se le desprende fácilmente la miel y mucilago, en este momento debe ser lavado para quitarle cascaras, cerezos o capulina, y posiblemente

residuos de miel que pudiera contener, de no serlo así el pergamino tendrá mal aspecto y por lo consiguiente genera mal rendimiento y menor precio.

Posteriormente se escurre el agua para pasar el área de secado ya sea en asoleadero o secadora” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2).

Figura # 4

Lavado en cisterna



FUENTE: Centro de Acopio Vilcabamba (Cucanama), (2013).

Secado.

“El secado es uno de los pasos importantes dentro del beneficiado húmedo, pero se debe tener mucho cuidado, pues de esta acción va a depender que se tenga una coloración uniforme del grano verde, buen rendimiento y rápida aceptación en los mercados nacionales e internacionales. El secado correcto debe dejar el grano con 12% de humedad.

El contener granos fogueados (Pálidos azulosos, secados en exceso), basta para ser rechazados en los mercados Europeos principalmente, ya que es un café con daño porque se le deterioran sus aceites esenciales, por emplear exceso de temperatura” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2).

Figura # 5

**Secado en correderas, gavetas, parihuelas
(fijas o movibles)**



FUENTE: Centro de Acopio Vilcabamba (Cucanama), (2013)

Figura # 6

En patio



FUENTE: Centro de Acopio Vilcabamba (Cucanama), (2013).

“Esta es la forma tradicional de secar en café mojado o escurrido, se logra obtener un excelente pergamino por su lento secado con la acción del aire y el calor solar, este proceso requiere de cierto tiempo se necesitan de 4 a 5 días de sol y también estar continuamente rayándolo para obtener un secado uniforme; por las tardes se debe colocar a cubierto, evitando cualquier absorción de humedad por las noches, así como para protegerlo de la lluvia.

Se debe considerar que no siempre es posible usar el patio o asoleadero para secar el café que ha sido lavado, en las zonas productoras ocurren en muchas de las veces que no existen condiciones ambientales propicias, los nortes por ejemplo, que hacen acto de presencia precisamente en la época de presencia, de noviembre a febrero permaneciendo por varios días o semanas; por tal motivo existen medios mecánicos empleados para el secado del grano, a estos se les conoce como secadoras” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2).

En secadora.

“Es usual emplear secadoras con capacidad de 45 y 60 qq, con inyección de aire caliente, así al término de 30h, el café pergamino estará seco. En caso de que haya sido colocado mojado o escurrido se da inicio a la operación con temperaturas de 80 °C y se debe reducir a 70 °C en la fase intermedia y se finaliza las últimas horas de secado en 60 °C.

Si el café se coloca oreado para posteriormente secarlo, el tiempo en la máquina secadora se reduce considerablemente, pues el mayor tiempo y gasto de combustible empleado en esta operación se presenta al pasar de mojado a oreado.

Para obtener un excelente secado en este tipo de máquinas se debe inyectar el calor a temperatura de 50 °C a 60 °C durante todo el proceso, esto según recomendaciones de personas dedicadas a los novedosos cafés de especialidad⁶” (LÓPEZ, 2010, Pág. 2).

1.3 VARIEDADES DEL CAFÉ

Las rubiáceas como familia botánica, tiene 500 géneros y más de 6 000 especies. Dentro del género Coffea hay unas 25 especies. Los cafés más especiales tenemos Coffea que son los más significativos son Coffea arábigo, Coffea canephora (robusta).⁷

⁶ LÓPEZ, Paulina, Publicado: 14 de mayo de 2010, Pág. 2, monografía, el café y sus características, <http://www.monografias.com/cafe-y-sus-caracteristicas>

⁷ Varnam, Alan; Sutherland, Jane P. Bebidas: Tecnología, química y microbiología. Zaragoza, Acibia 1996 ICO International Coffee Organization, <http://www.mundoheladoconsulting.com/Notas/MatPrimas>

1.3.1 Café variedad arábigo.

Figura # 7

Planta del café arábigo



FUENTE: Wikipedia (2011).

Figura # 8

Plántulas de café arábigo



FUENTE: Centro de Acopio Vilcabamba (Cucanama), (2013).

Nativo de las tierras altas de Etiopía, entre los 1 350 y 2 000 msnm. Posee características morfológicas de arbusto, de copa piramidal, hojas elípticas, oblongas y a veces lanceoladas. Inflorescencias de 2 a 3 cimbras por axila. Frutos drupas de forma elipsoidal. Florecimiento y producción con estilo estacionaria.

1.3.2 Café variedad robusta.

Es un árbol liso con muchas ramas las mismas que son de un grosor de no más de tres centímetros, de hojas muy tupidas, anchas de aspecto ondulado, color verde, oblongo, corto, de hasta 30 cm de largo y hasta 15 cm de ancho, fresas ampliamente elipsoidales hasta de 16 mm.

1.4 CALIDAD DEL CAFÉ

La calidad sensorial

Son lo que nuestros sentidos pueden percibir es decir es la catación o degustación del café.

El habilidad de la catación comprende todo el proceso de calificación del café oro o en grano verde, asimismo como tostado. El proceso de catación es como una técnica para la medición sensorial de la ciencia agroindustrial del café donde es valuado por sus características de la calidad, que se determinan por su presentación física (color, tamaño y forma del grano), y su análisis sensorial, (aroma, acidez, cuerpo y sabor), cuyas características se definen en forma cualitativa (no se pueden medir) a través de pruebas a la taza, que realizan catadores experimentados.

La importancia del precio del café, debe ser notada y su efectividad es máxima, si se verifica de convenio a las técnicas y necesidades actuales.

Para valorar la calidad del café se necesita conocer la esencia misma de éste, en cada una de sus etapas.

La catación del café es un proceso técnico que se aplica al grano verde (café oro) a partir del instante de llegar al laboratorio en el que es clasificado, tostado, molido y por último sometido a la prueba en taza; ésta práctica física y sensorial se ejecuta para determinar la calidad del mismo.⁸

El café arábigo se enfatiza por su extensa adaptación a los diversos agroecosistemas del litoral y de las colinas occidentales y orientales de la cordillera andina, comenzado desde las alturas próximas al nivel del mar hasta los 2000 metros de altitud. Asimismo, los cafetales por sus características de semi-bosque constituyen hábitat apropiado para muchas especies de la fauna y flora nativas, favoreciendo el mantenimiento de los suelos y la biodiversidad. Las plantas de café arábigo tienen las características morfológicas de un arbusto; normalmente de copa piramidal, de hojas elípticas, oblongas y a veces lanceoladas. La inflorescencia comprende de dos a tres cimbras por axila.

⁸ LÓPEZ, Paulina, Publicado: 14 de mayo de 2010, Pág. 2, monografía, el café y sus características, <http://www.monografias.com/cafe-y-sus-caracteristicas>

La floración y las cosechas estas dependen por temporadas una vez por año.

La madurez de los frutos de los cafetos consigue establecer por la coloración de las cerezas. Existen variedades de frutos rojos y de frutos amarillos. Las variedades que tienen los frutos rojos, en su estado de madurez, son: Typica, Bourbon rojo, Caturra rojo, Pacas, Catuaí rojo, Sarchimor, San Salvador, Villalobos y Pache. Los frutos tienen varias diversidades como son: frutos amarillos, en su estado de madurez, son: Bourbon amarillo, Caturra amarillo y Catuaí amarillo. La madurez de las cerezas se establece presionándolas con los dedos y comprobando una consistencia suave y un fácil desprendimiento de su pedúnculo. Cuando los frutos en estado maduro se cosechan selectivamente y se someten al proceso de beneficio.

La calidad física del grano está fijada por el cuerpo, el color y la forma de los granos de café oro; así como, por la cantidad de defectos y de materias extrañas que se logran encontrando en el café. La calidad organoléptica del café se relaciona con las propiedades intrínsecas: acidez, aroma, sabor, cuerpo e impresión global de la bebida; y las fallas en la taza producidos por impropios procesos de beneficio (2, 3, 5, 6, 7).

- **Acidez** es una cualidad que representa la impresión sensorial originada por soluciones disueltas de la mayoría de los ácidos (cítrico, tartárico, etc.) presentes en la bebida. Los cafés arábigos son aquellos que nos dan una alta acidez son considerados de calidad superior (2, 14).
- **Aroma** es la característica que cuenta la emoción olfativa general de las sustancias volátiles de un café. Esta cualidad se relaciona con la fragancia que desprende la bebida. Un aroma finamente fino, fragante y penetrante es la expresión de una característica superior.
- **Cuerpo** es una característica establecida por el contenido de sólidos solubles en la bebida y resulta de la mezcla de algunas percepciones captadas durante la captación puesto que la sensación de plenitud y consistencia. En el café arábigo, el mediano cuerpo le da una sensación más apetecible a la bebida (2, 14).
- **Impresión global** de la bebida nos permite apreciar el conjunto de las características organolépticas: aroma, acidez, sabor y cuerpo.

Es el informe técnico de un estudio para establecer la influencia de los métodos de beneficio húmedo, beneficio ecológico o subhúmedo, beneficio húmedo enzimático y beneficio semihúmedo sobre las características organolépticas del café arábigo aroma, acidez, sabor y cuerpo de la bebida.⁹

Todos los especialistas en la prueba de taza o captación nos dan el mismo resultado de la maduración natural el que tiene mejor calidad de bebida. En cambio, los cafés verdes o faltos de maduración, favorecidos por “vía seca” dan una taza con sabores indeseables y sin acidez.

El autor Manuel Coronel, en su libro “Estudio del café especial ecuatoriano” nos da una explicación detallada sobre la calidad del café, pone énfasis en la calidad sensorial, ya que considero que es la mejor manera de poder conocer al café, sea esta por su

⁹ COFENAC, influencia de métodos de beneficio sobre la calidad organoléptica del café arábigo informe técnico, Portoviejo, 2010 (Pág. 1-2)

acidez, el amargo, el cuerpo, el aroma, el dulzor y el sabor del café, que son percibidas por el consumidor al probar la bebida de fruta.¹⁰»

1.5 FISIOLOGÍA Y CAPTACIÓN DEL CAFÉ

Fisiología

La vida de la planta del café depende tres grandes periodos.

El primero de desarrollo, que inicia con la germinación de la semilla y concluye en edad adulta: comprende como las variedades y condiciones del medio, de cuatro a siete años.

El segundo periodo es el de producción: es el más largo, ya que se implanta en quince a veinticinco años, y a veces más.

La tercera y última etapa es el de decadencia fisiológica, que finaliza con la expiración de la planta.

Captación.

El principal medio más eficiente y factibles para levantar son las casetas de techos de lámina, teja o plástico, quedando a criterio del caficultor la elección del tipo de techo y materiales que mejor se adapten a su economía.

Las casetas deberán ubicarse estratégicamente donde tengan un acceso directo al agua en el momento preciso. La pendiente de los techos deberá orientarse en sentido contrario al rumbo predominante de los vientos, para que estos no desprendan los techos; así mismo deberán evitarse toda interferencia en la captación, ocasionada en los arboles de sombra.¹¹

El Instituto salvadoreño en su libro "Técnicas modernas para el cultivo de café" nos descubre conocer algo muy importante que algunas de las veces olvidamos como lo es las tres fases fisiológicas que pasa el cafeto inclusive la muerte de la planta. Nos da conocer varias directrices a seguir para la construcción de las casetas de captación del café, como hacerlo de una manera técnica, ecológica y optimizando recursos. Considero un importante aporte este libro en mi investigación.

1.6 OPORTUNIDADES DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

El mercado ecuatoriano ha tenido un crecimiento vertiginoso con respecto al café, su calidad y sabor han hecho que sea muy apetecible por todos los hogares ecuatorianos, actualmente existe una demanda satisfecha de este producto, en una competencia muy sana se ha podido llegar a todo el mercado nacional.

¹⁰ CORONEL, Manuel., Estudio del café especial Ecuatoriano, Proyecto Final de Máster, FUNIBER. Noviembre de 2010, Quito. (Pág. 33)

¹¹ Instituto Salvadoreño de Investigación del Café. (2010) Técnicas Modernas para el cultivo de Café. El Salvador. Isic. 1983

La Cofenac ha visto la necesidad de seguir expandiéndose en el mercado internacional, hacer llegar el café ecuatoriano a todo el mundo donde ahí si existe una demanda insatisfecha de este producto que cada vez se incrementa.

La comercialización en los mercados nacionales e internacionales, se considera que tiene que partir de un análisis de oferta y demanda, acompañado de un plan de estudio de mercado, para determinar los puntos clave de aceptación del producto tanto nacional como internacional.

La Asociación Nacional de Exportadores de Café, se encuentra en la grata tarea de buscar mercado para la comercialización del café, alianzas, convenios, son algunas actividades que realiza esta institución con algunos mercados internacionales, como también buscar las facilidades con el gobierno de turno para que el proceso de exportación sea ágil y oportuno.

1.6.1 Productos que se comercializan a nivel local, nacional.

La provincia de Loja cuenta con varios tipos de climas en su promedio es de 16 °C ha esto nos ha permitido la producción de varios productos propios de un clima temperado subandino y tropical subandino.

La geografía desnivelada de Loja permite la localización de algunos valles, tenemos los mas principales Vilcabamba que fascina al mundo por su clima y temperatura primaveral que en ningún tiempo varía, otros mas están Catamayo, Malacatos, Gonzanamá y Piscobamba. Favoreciendo una desarrollada producción de maíz, caña de azúcar, maní, café y dentro de los recursos minerales tenemos el oro y cobre entre otros.

Hablando de las industrias, está la azucarera, la de embutidos, tableros aglomerados, artesanías, alimentos y bebidas. Formando de esto un diverso comercio de productos y de recursos tanto interno puesto que de las demás provincias del país.¹²

1.6.2 Precios al productor.

Producto Interno Bruto (PIB), pasa por una situación muy crítica, debido entre diferentes aspectos a la reducida producción nacional. La crisis del sector cafetalero se empeoró por la caída conservada de los precios en el mercado internacional, desde el año 1999 hasta el 2004.

La crisis de precios internacionales se da por los bajos precios pagados al productor en el mercado interno. En el período 2001 al 2004, los precios fueron por debajo de 50 dólares/quintal café verde y solo a partir del año 2005 se observa una recuperación de los precios que ha originado la reactivación del sector cafetalero ecuatoriano.

El café robusta fue el que más bajos fueron sus precios, en el período 2001 – 2004, fue aún más crítica, llegándose a pagar entre 11 y 30 dólares/quintal, cuyos valores que no llegaban a cubrir ni el costo de los jornales de cosecha de los cafetaleros; por lo que los productores

¹² EL UNIVERSO, Loja provincia de devoción y sacrificio Martes 31 de Diciembre del 2002. <http://www.eluniverso.com/2002/12/31/html>, (2002).

abandonaron las cosechas y eliminaron o abandonaron los cafetales. A partir del 2005 los precios pagados al productor se aumentaron conforme con la tendencia mundial.¹³

¹³ COFENAC, el sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf, www.cofenac.org , Portoviejo, Enero 31 del 2012, pág. 36

CAPÍTULO II

MERCADO

2.1 MERCADO LOCAL

La Federación Sur en la actualidad tiene cuatro Asociaciones de Pequeños Cafetalero de la región sur del Ecuador: PROCAP, APECAM, PROCAFEQ y APECAP. PROCAP fue establecida en 1997 con el fin de perfeccionar los cafetales y tener como comercialización directo que permita a los productores perfeccionar sus ingresos. PROCAP poseen vida jurídica desde marzo del 2000 de la cual cuenta con 370 socios, que trabajan en 28 grupos de interés, cuyo objetivo es entregar café de excelente calidad. Actualmente, PROCAP en la actualidad ha logrado ejecutar exportaciones directas al mercado convencional y a los mercados especiales como el orgánico, gourmet y solidario.

PROCAP ha tenido muchos éxitos se encuentra en la zona de Puyango han dado lugar para que en otras zonas cafetaleras de la Provincia de Loja se pongan en ejecución, proyectos destinados a perfeccionar la realidad de la caficultora en la región sur del Ecuador, y nacen nuevas asociaciones de similar estructura y con los semejantes terminaciones de PROCAP; así tenemos a APECAM, en el Cantón Mercabelí (Provincia de El Oro), PROCAFEQ en los Cantones de Espíndola y Quilanga en la Provincia de Loja y APECAP en el Cantón Palanda, Provincia de Zamora Chinchipe.

En el año 2001, conjuntamente con las ONG y asociaciones involucradas en el tema café en la Provincia de Loja, se investiga una estrategia que permita la comercialización del café de toda la zona, de conseguir mayores volúmenes y diversas características para ofertar al mercado; conjuntamente, se investiga reducir los costos de exportación y por lo tanto, ser más competidor en el ámbito local e internacional.

Cabe mencionar así fue la idea del nacimiento de “Federación Sur”, que es una organización regional de comercialización en la actualidad conformada por los productores y productoras de las cuatro asociaciones anteriormente mencionadas y que poco a poco se irán juntando productores procedentes de asociaciones en formación.

Ya en Abril del 2002, luego de un año de práctica de comercialización unida, las cuatro asociaciones resuelven empezar el proceso de legitimación a partir el 23 de Septiembre del 2002, en calidad de “Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur”. La Federación nace con el fin de tener una organización de comercialización sostenible, eficiente y competitiva a nivel nacional e internacional, que cuente con los volúmenes y características que le reconozcan un mayor poder de negociación frente a sus clientelas.¹⁴

2.2 MERCADO EXTERNO

Según Hilten, Fisher 2002. El mercado externo es muy competitivo debido a la calidad del café, esto se debe a que cada día son más las personas que a nivel mundial consumen café.

¹⁴ FAPECAFES , socios, en línea, www.fapecafes.org.ec/index.php/socios, (2013)

El café es un importante producto básico de la economía mundial, comercializándose cuatro grupos de calidad de café:

- 1) arábigo colombianos suaves.
- 2) otros arábigos suaves.
- 3) arábigo brasileño.
- 4) robustas

Los países productores según tipos de café se muestran en el siguiente cuadro. El Ecuador se incluye interiormente de los productores de cafés de los tipos “otros arábigos suaves” y “robustas”.¹⁵

Cuadro # 2

Países productores según tipos de café

TIPOS DE CAFÉS	PAÍSES PRODUCTORES
Arábigo colombianos suaves	Colombia, Kenia y Tanzania.
Otros arábigo suaves	Bolivia, Burundi, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, India, Jamaica, Malawi, México, Nicaragua, Panamá, Papua Nueva Guinea, Perú, República Dominicana, Rwanda, Venezuela, Zambia y Zimbawe.
Arábigo brasileños	Brasil, Etiopia y Paraguay
Robustas	Angola, Benín, Camerún, Congo, Cote d'ivoire, Ecuador, Filipinas, Gabón, Ghana, Guinea, Guinea Ecuatorial, Indonesia, Liberia, Madagascar, Nigeria, República Centroafricana, República democrática del Congo, Sierra Leona, Sri Lanka, Tailandia, Togo, Trinidad y Tobago, Uganda y Vietnam.

FUENTE: COFECAC, 2012

ELABORADO POR: Betty Bustamante Rogel

La producción mundial hacia el año cafetalero 2008/2009 (1 de Octubre 2008 al 30 de Septiembre de 2009) fue de 128,293 millones de sacos de 60 kilos, fue mayor a la conseguida en el período 2007/2008 que fue de 120,129 millones de sacos de 60 kilos. La producción del año 2009/2010 fue de 122,936 millones de sacos de 60 kilos, siendo así para el año cafetalero 2010/2011, la Organización Internacional del Café (ICO) en base de los datos proporcionados por los diferentes países productores, calcula que la producción mundial existirá de 134,161 millones de sacos de 60 kilos.¹⁶

La Organización Internacional del Café nos da a conocer, el consumo mundial de café para el año cafetalero 2009/2010; fue de 132,3 millones de sacos, frente a 132,7 millones del 2008/2009. Para el año 2010/2011 el consumo mundial fue de 137,0 millones de sacos,

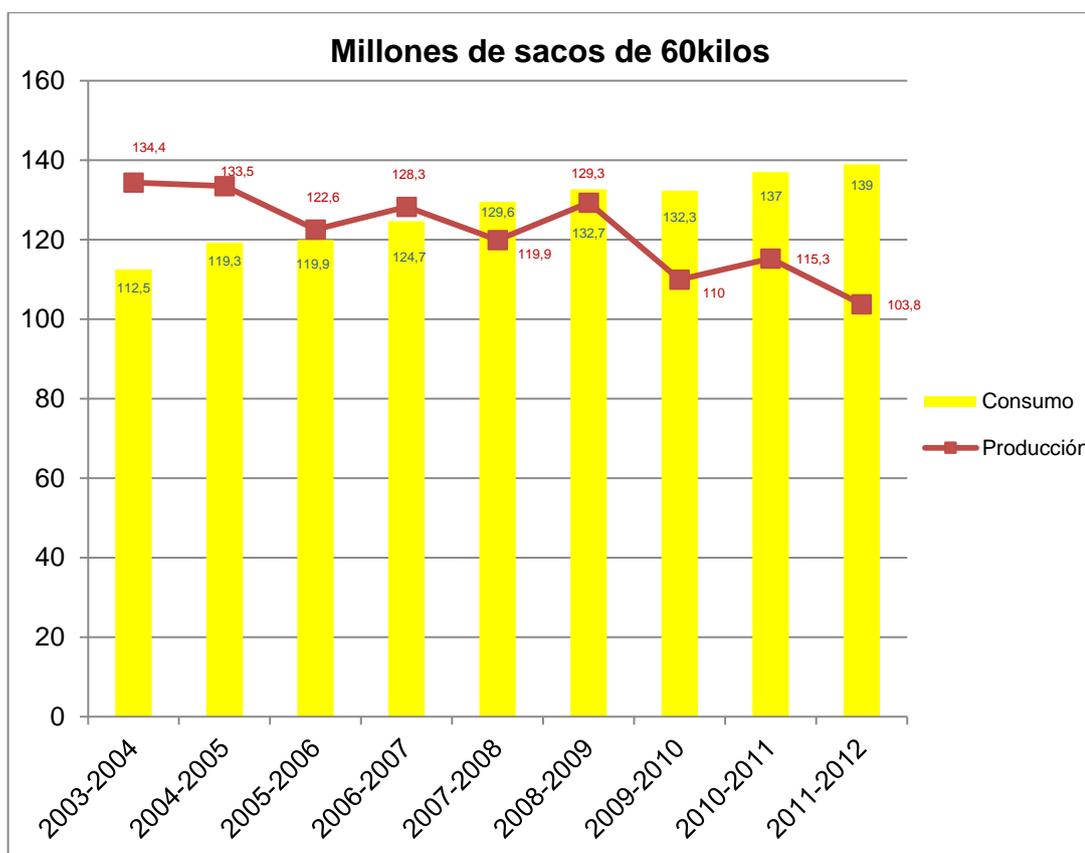
¹⁵ Hilten, H Jan Van; Fisher, PJ. 2002. Café: Guía del exportador. Ginebra, CH, Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC.344 p.

¹⁶ COFENAC, el sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf, www.cofenac.org, Portoviejo, Enero 31 del 2012, pág. 2

mientras que para el año cafetalero 2011/2012 el consumo mundial se aumentó a 139,0 millones de sacos. La tasa de desarrollo anual del consumo mundial de café en el período 2003 – 2012 desarrolló cada año a conocimiento de un promedio de 3,3%. Las proyecciones del consumo mundial de café, para el año 2015, según Neuman Café, son de 145 millones de sacos. Las semejanzas entre la producción y el consumo mundial de café, para el período 2003 – 2012, en millones de sacos de 60 kilos.¹⁷

Gráfico # 1

**Producción y el consumo mundial de café,
2003 – 2012, en millones de sacos de 60 kilos.**



FUENTE: ICO, COFENAC Enero/2013

ELABORADO POR: Betty Bustamante Rogel

La producción mundial de café por tipo para el período 2011/2012 fue la consiguiente: los cafés suaves colombianos 8,638 millones de sacos de 60 kilos, los otros suaves, entre los que se cuenta el café arábigo ecuatoriano; 31,453 millones de sacos; los cafés naturales brasileños 40,934 millones de sacos y los cafés robustas 53,391 millones de sacos. Para el año cafetalero 2012/2013 se programa que empiece en la producción de los cafés naturales brasileños con 47,667 millones de sacos (16,4% arriba del año anterior), de los cafés suaves colombianos con

¹⁷ COFENAC, el sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf, www.cofenac.org, Portoviejo, Enero 31 del 2013, pág. 5

9,447 millones de sacos (9,4% arriba del año anterior); y, de los cafés robustas con 55,639 millones de sacos (4,2% arriba del año anterior).¹⁸

Cuadro # 3

Producción mundial de café por tipo Miles de sacos diciembre 2008 – Enero/2013

TIPOS DE CAFÉS	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Suaves colombianos	9.964	9.160	9.722	8.638	9.447
Otros suaves	27.052	26.263	28.810	31.453	31.308
Naturales brasileros	41.822	37.170	45.620	40.934	47.667
Robustas	49.455	50.007	49.317	53.391	55.639
Total (en miles de sacos)	128.293	122.600	133.469	134.416	144.061

FUENTE: ICO, Enero 2013

ELABORADO POR: Betty Bustamante Rogel

2.3 COMERCIALIZACIÓN

2.3.1 Comercialización local.

Figura # 9

Café de filtro



FUENTE: FAPECAFES, 2013

¹⁸ COFENAC, Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf, Portoviejo, enero 31 del 2013, Pág.2

El café lojano conserva fama propia por su calidad y por ser parte de la cultura gastronómica de esta parte del país.

Donde se percibe en cualquier lugar donde tengan cerca el café de la provincia es hacerlo con el olor del café recién filtrado, que con la primera aspiración estimulan los sentidos por su perfecta composición que tiene entre acidez, dulzor, sabor, amargura y cuerpo, que lo ha acostumbrado el preferido igualmente a nivel internacional.

Loja cuenta con 526 hectáreas (has) que se cultivan en la provincia quedan fundadas en una tradición ancestral que más que secretos, posee tres aliados indispensables: el clima, la altitud y el suelo, lo que admite una mayor variedad. A diferencia de otras regiones del país, en Loja el cultivo sobresaliente es el del café arábigo, cuyas características organolépticas son insuperables.

La comercialización del café se mide en base a los resultados y estos en volumen de producción. Un ejemplo claro es el de Quilanga, en donde hace 10 años en promedio se cosechaba 6 qq por ha y en la actualidad, en algunas fincas, se logró superar los 30 en la misma extensión.

Pero el café en Loja no es un monocultivo, las plantaciones están disgregadas por parcelas en cada finca en donde existen zonas de pastoreo, bosque, áreas de cultivos de ciclo corto, etc. No obstante, por el repunte de la calidad obtenida por el trabajo integral, las exportaciones con el comercio justo y los mejores ingresos, se está expandiendo el cultivo progresivamente.

Si bien la fama del café lojano es antigua, buena parte se echaba a perder por un mal procesamiento que no tomaba en cuenta aspectos como la selección del grano, el secado y el tostado, lo que ahora ha mejorado para el consumo local.

Para entrar al mercado internacional tocó formarse un procesamiento pos cosecha nuevo, el del café lavado, que solicita un trato minucioso en la clasificación manual de las cerezas maduras, el despulpe, un proceso de fermentación, lavado, cernido, secado en marquesinas de guadua (nunca en el piso) y embodegarse con un grado de humedad del 10 al 12%.¹⁹

2.3.2 Comercialización externa.

El Ecuador es uno de los escasos países del mundo en el que se cultivan las dos variedades de café más comercializadas: arábigo y robusta. La producción total estimada anual es de 1.500.000 sacos de 60 kg, en condiciones climatológicas normales, correspondiendo el 50% a la variedad arábigo y 50% a la variedad robusta, con una superficie cultivada de 375±25 mil has., con 129.747 agricultores cafeteros y 700 mil personas dependientes de este cultivo.

¹⁹ La hora, En el Sur está el mejor café, <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show> , Domingo, 3 de Junio de 2012

Hoy en día, el café es cultivado en 19 de las 22 provincias a nacional nacional, distribuidos en 127 mil unidades de producción que envuelven aproximadamente 350 mil hectáreas equivalentes a un poco menos del 20% de la superficie cultivable del país.

De la producción anualizada del país alrededor del 10% se consigna a la utilización interno: consumo familiar e industrial; mientras que el otro 90% a la exportación, existiendo Estados Unidos el mayor cliente de café ecuatoriano en grano; y, Alemania y Japón los principales destinos del café industrializado.²⁰

El café que está ubicado en el 11vo lugar de los primordiales productos exportados por Ecuador al mundo hasta noviembre del 2012.

Los primordiales productos de exportación poseen semejanza con la tendencia de los últimos cinco años incluyendo petróleo, banano, camarones, rosas, cacao y atunes.²¹

Cuadro # 4

CAFÉ EXPORTADO POR ECUADOR AL MUNDO			
Enero a Noviembre del 2012			
Miles USD			
Subpartida	Descripción	Miles USD FOR	%Participación 2012*
2101.11.00.00	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ	167,154	0.76%
Total Productos		167,154	0.76%

FUENTE: BCE, COFENAC (2013)

ELABORACIÓN: Betty Bustamante Rogel

2.4 LA EXPORTACIÓN DEL CAFÉ.

FAPECAFES, el proceso de comercialización y exportación asociativa del café (2009) cuenta con algunos pasos:

1. Documentos necesarios para la exportación de Café.

- Contrato de exportación.
- Factura en la cual consta la cantidad, producto, precio que no es el mismo con el cual se ha fijado el contrato, sino se utiliza el precio referencial del banco central que lo da cada semana y que sirve para el cálculo del impuesto al Cofenac.

²⁰ Sánchez. P, (2008) Normativa de producción comercialización orgánica para el café, Zamora Graficar.

²¹ PROECUADOR, guía, comercial de la Republica del Ecuador,
<http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02> 19/02/2013

- Aprobación del Formulario Único de Exportaciones (FUE) en el Banco Central, esto tiene un costo de \$12.
- Certificado de Origen – ICO, otorgado por Cofenac.
- Certificado Fitosanitario otorgado por el SESA del MAG
- Certificado de Origen del Sistema Generalizado de Preferencias – GSP, otorgado por la Subsecretaria del Litoral del MICIP.
- Orden de embarque aprobada por la CAE
- Liquidación de Aduana con todos los documentos anteriores, realizada por un Agente de Aduanas contratado para el efecto.
- Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos (AISV) para el ingreso de la mercadería al puerto. Este documento se lo ingresa vía internet en la página del Puerto de Guayaquil, para lo cual es necesario registrarse como exportador.

2. Trámite con Naviera.

- Por lo general, el comprador, luego de haber probado la muestra de pre embarque, envía las instrucciones de embarque con el nombre de la naviera, fecha de embarque, destino, y condiciones de embarque.
- Es necesario hacer la reservación del contenedor al menos con una semana de anticipación al embarque, una vez hecha esta reservación, la naviera da el número “booking”, el mismo que debe constar en la proforma de embarque.
- Se envía a la naviera una “proforma de embarque” en donde consta principalmente:
 - Nombre y dirección del exportador.
 - Nombre y dirección del importador.
 - Puerto de embarque.
 - Puerto de destino
 - Descripción del producto que se va a embarcar, esto es, cantidad de sacos y calidad del café.
 - Marcas sobre los sacos.
 - Peso neto y peso bruto total
- El costo del flete lo paga el importador. Solamente el exportador paga la emisión del Documento de embarque y el movimiento del contenedor.

- Verificadora. Es necesario en algunos casos contratar una compañía verificadora, que se encarga de emitir un certificado de peso y que el producto que se embarca es efectivamente el descrito, con el fin de evitar riesgos.

3. Papeles para el cobro de la exportación.

Una vez que se ha realizado la exportación, es necesario enviar los siguientes papeles al comprador:

- Documento de embarque o Bill of lading (B/L) en tres originales y 3 copias, debidamente endosados con la firma y sello del exportador.
- ◆ Factura comercial en una original y dos copias. En esta factura se especifica el precio real de la exportación.
- ◆ Certificado ICO, original y copia.
- ◆ Certificado GSP, original y copia.
- ◆ Certificado fitosanitario, original y copia.
- ◆ En el caso de café orgánico, por cada embarque, es necesario obtener un certificado de control, emitido por la certificadora a nombre del importador. Para ello es necesario enviar, en este caso, a Biolatina, el informe de proceso del café que se exporta, con el nombre de cada uno de los productores que aportan con café para dicho embarque, además una declaración del exportador y copia del B/L.

4. Impuestos y tasas que se pagan.

- ⦿ Impuesto del 2% al Cofenac. Este valor se calcula sobre el valor de la factura que se presenta al banco central y lo debitan directamente de la cuenta del exportador el momento de hacer la aprobación del FUE.
- ⦿ Impuesto del 1.5 por mil a la CORPEI. De igual manera es calculado sobre la base de la factura presentada al Banco Central y eso se lo hace directamente en un Banco autorizado por el Banco Central por medio de los cupones autorizados de CORPEI.
- ⦿ Honorarios del agente de aduanas por todos los trámites de aduana y liquidación de FUE, que son aproximadamente \$190 por lote de exportación.²²

²² El proceso de comercialización y exportación asociativa del café, FAPECAFES, material de capacitación, Roberto Jiménez Director Ejecutivo, Ecuador-2009, Pág. 10-11

- La exportación de café lojano hacia los mercados nacionales e internacionales ha aumentado lentamente, ya que la tecnificación producto de los talleres, conferencia y charlas que las diferentes instituciones públicas así como privadas brindan al productor, han venido a fortalecer el conocimiento y el sentido práctico en todos los pequeños, medianos y grandes productores de café, robusteciendo el comprensión con relación al proceso de siembra, producción u comercialización del fruto.²³

En la actualidad la Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur FAPECAFES, maneja aproximadamente en la totalidad la producción del café de la provincia de Loja, Zamora y el Oro. Comenzando en el año 2002 esta Asociación ha sabido transportar el café lojano a diferentes países del mundo, constituyéndose así en un asociado importante que posee al productor para ubicar el producto en contexto internacional.

De acuerdo a José, M. FAPECAFES (2013), Loja, exporta café a diferentes tipos de mercado:

- Mercado convencional
- Mercado orgánico
- Mercado de comercio justo cafés especiales
- Mercado gourmet.

FAPECAFES para el 2011 exportó 12 421,76 sacos de 60 kg; de los cuales el 65,3% fue café en grano y el 34,6% fue café industrializado; el importante importador de esta federación fue Francia con un 38,18% continuado por, Estados Unidos con un 32,68%; Bélgica con un 17,58%, Alemania con un 10,16% y finalmente Canadá con un 1,41%.

Esta federación desde el inicio del año 2002, cuenta con la certificación orgánica BCS y FLOCERT, certificaciones que también cumplen sus productos comercializados, razón por la cual sus exportaciones especialmente se dirigen hacia mercados exigentes como es el caso de cafés especiales, exportando para el 2012, 7 636 sacos de 60 kg de café lavado orgánico; seguido por 4 298,16 sacos, y 60 kg de café industrializado (soluble) y la diferencia entre café lavado y robusta.²⁴

El 85% de la producción que FAPECAFES compra a los productores de las siete asociaciones que la conforman, se exporta hacia el mercado extranjero; mientras que el 15% restante es para consumo nacional.

Según el COFENAC (2013) el café es un “commodity” cuyo precio referencial se fija a nivel de la bolsa de valores; en el caso del café arábigo, en la Bolsa de New York y en el caso del café robusta en la Bolsa de Londres. Los factores que influyen en el precio mundial de café pueden ser de dos tipos: a) Factores fundamentales (producción, exportación, importación,

²³ La hora, Ecuador se promociona con café lojano, www.lahora.com.ec/index.php. 30 de Abril de 2013

²⁴ El telégrafo, la producción orgánica de café se duplica en el país, http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=21000&Itemid=2, (2011).

enumeraciones y existencias, consumo y factores climáticos); y, b) Factores técnicos (posición de colaboradores, costos de otras materias primas como el petróleo y el comportamiento de las monedas).

En lo concerniente a los precios de bolsa de New York para café arábigo. En 1997 demostró un precio promedio periódico de 185,1 dólares/quintal; a partir de este año se demostró un decadencia que se hace más penetrante en el período 2000- 2004, llegando a 76,12 dólares/quintal. Desde el 2005, los precios de bolsa del café arábigo han ido aumentando de 108,73 dólares (año 2005) a 164,55 dólares por quintal en el año 2010. En el 2011, los precios referenciales del café arábigo, en la bolsa de Nueva York, han obtenido un incremento apresurado, consiguiendo un promedio de USD\$253,44 dólares/quintal.²⁵

Cuadro # 5

Precios promedios mensuales (USD\$) por quintal de café arábigo en mercado de New York: 2001-2012

MESES	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Enero	101,5	114,6	122,8	137,5	112,3	141,1	235,4	224,7
Febrero	110,2	115,5	116,8	142,7	117,0	133,7	249,6	213,6
Marzo	127,1	109,3	113,8	155,8	110,8	132,3	272,6	193,3
Abril	121,2	108,3	111,1	133,7	115,8	134,6	272,4	180,0
Mayo	123,7	106,9	106,9	134,6	123,0	134,1	281,6	174,0
Junio	117,6	98,5	114,5	136,5	131,6	140,5	261,8	158,6
Julio	105,9	99,0	111,8	143,8	117,7	163,0	256,0	174,8
Agosto	103,7	101,7	116,6	136,9	130,0	170,1	241,6	170,1
Septiembre	96,5	107,2	119,7	139,7	126,4	184,7	275,6	168,4
Octubre	96,2	104,3	133,2	123,3	136,5	183,1	233,1	169,6
Noviembre	102,7	112,4	122,9	111,5	137,0	203,8	234,0	153,4
Diciembre	98,5	125,1	130,1	111,0	142,6	204,6	227,7	145,4
PROMEDIO	108,7	108,6	118,3	133,9	125,0	160,5	253,4	177,2

FUENTE: REUTER, COFENAC (2013)

ELABORADO: Betty Bustamante R.

2.4.1 Proceso de exportación.

FAPECAFES, el proceso de comercialización y exportación asociativa del café (2009) dice que son los siguientes pasos:

- a. Contactos con importadores:
 - Internet o Correo Electrónico.
 - Teléfono.
 - Carta.

²⁵ COFENAC, Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf, Portoviejo, enero 31 del 2013, Pág. 10

- Participación en ferias y eventos.
- Visita a Clientes o Giras comerciales.

b. Envío de muestras

Figura # 10

Muestras



ELABORADO: FAPECAFES (2013)

- ☀ Tipo: si es café Arábica lavado o natural y si es orgánico o convencional.
- ☀ Origen del café.
- ☀ Preparación: número de defectos y malla.
- ☀ Año de cosecha.
- ☀ Agencia de certificación (para el caso de orgánico).
- ☀ Disponibilidad (cuanto se oferta al cliente).

c. Negociación de contratos:

- Café orgánico Comercio Justo.
- Café Tradicional Comercio Justo.
- Café orgánico.

- Café Tradicional.
 - Café gourmet o especial.
- d. Envío de muestras de pre-embarque.
 - e. Preparación de café para la exportación
 - f. Trámites de aduana y banco central.
 - g. Reserva naviera.
 - h. Envío de café al puerto.
 - i. Consolidación de contenedor en el puerto.
 - j. Recolección de documentos de exportac.
 - k. Envío de documentos a cliente.
 - l. Tramite certificado de transacción.
 - m. Seguimiento de cobro y ventas.

2.4.2 Las exportaciones en el Ecuador.

Figura # 11

Sacos de 60 kilos de café



FUENTE: FAPECAFES (2013)

El café del Ecuador es exportado en forma de grano verde o tostado en sacos de cabuya de 69 kg, y el café soluble en cajas de 25 a 30 kilos, o en frascos de vidrio, latas y sobres. Igualmente se exporta como extracto congelado en cajas de 55 galones.²⁶

Según COFENAC (2013), las exportaciones de café del Ecuador han ido empequeñeciendo pausadamente desde 1998. Para ese año se exportaron 1.065.737 sacos de 60 kilos, reduciéndose a 578.542 en el 2002. A partir del año 2005, se sondea una leve recuperación de las exportaciones de café (994.924 sacos de 60 kilos), motivada por la recuperación de los precios en el mercado mundial. En los años 2009, 2010 y 2011 se registran exportaciones de 1.126.722, 1.201.350 y 1.536.256 sacos de 60 kilos, correspondientemente. Las exportaciones de café del año 2012 fueron 1.580.029 sacos de 60 kilos. Las estadísticas de exportaciones por tipo de café, en el período 1998 al 2012.

Las exportaciones de café transformado son las que registran un incremento consecutivo; por lo tanto, en 1998 se exportaron 408.058 sacos de 60 kilos y en el 2012 fue de 1.096.538 sacos. En el período 2000 – 2012, se apreció un incremento promedio del año de las exportaciones de café transformado del 10,8 por ciento.

Teniendo en cuenta los volúmenes de producción de café y la tonelaje instalada de la industria y de los exportadores de grano se apreció que en el Ecuador se halla un déficit de materia prima local de aproximadamente de 650.000 sacos de 60 kilos, cifra que se consigue desarrollar si se reflexiona que la industria posee un incremento sostenido de las exportaciones de café procesado (soluble y/o liofilizado).

Las exportaciones de “café orgánico certificado” principian a registrarse desde el año 2005. Sin embargo los volúmenes de café orgánico exportados son pequeños se obtiene un incremento de las exportaciones que pasó de 6.391 sacos de 60 kilos en el 2005 a 10.461 sacos de 60 kilos en el 2011. En el año 2012, se consiguió una exportación de 8.366 sacos de 60 kilos de café orgánico certificado.

El Ecuador con sus respectivas exportaciones por país de destino, respectivamente. El volumen exportable de café del año 2010 fue 1.201.350 sacos de 60 kilos.

Los primordiales países de destino del café ecuatoriano coexistieron: Colombia (24,6%), Alemania (22,0%), Polonia (13,8%), Rusia (13,7%) y Estados Unidos (5,9%). En el 2011, se reportó la exportación de 1.536.256 sacos de café de 60 kilos, existiendo los principales destinos de exportación: Colombia (32,5%); Alemania (19,0%) Rusia (14,3%) y Polonia (14,1 %) (Cuadro 17). En el 2012 se exportaron 1.580.029 sacos de 60 kilos, principalmente hacia Colombia (26,3%); Alemania (19,7%), Polonia (18,6%), Rusia (13,6%) e Inglaterra (6,4%).²⁷

²⁶ Café del Ecuador, (2013). <https://sites.google.com/site/exportcafeecuador/exportaciones-y-mercados>

²⁷ COFENAC, Situación del Sector Cafetalero Ecuatoriano, diagnostico, pdf, Portoviejo, enero 31 del 2013, Pág.29

Cuadro # 6

Exportaciones de café del Ecuador, por país de destino. Año 2012 (Sacos de 60 kilos)

País de Destino	TOTAL		
	Sacos	Por ciento	Dólares
Colombia	415.686	26,3	62.423.033
Alemania	311.007	19,7	60.596.637
Polonia	293.427	18,6	53.674.462
Rusia	214.500	13,6	38.338.575
Inglaterra	100.476	6,4	16.462.675
USA	52.182	3,4	9.780.270
Holanda	38.249	2,4	6.320.405
Turquía	28.058	1,8	4.743.046
Japón	27.437	1,7	5.899.246
Latvia	14.300	0,9	2.567.460
Perú	9.989	0,6	3.303.297
Finlandia	9.750	0,6	1.881.750
México	9.100	0,6	732.000
Siria	9.100	0,6	918.750
España	6.490	0,4	1.609.130
Bélgica	5.435	0,3	1.091.711
Taiwán	5.066	0,3	995.597
Ucrania	4.066	0,3	763.624
Indonesia	4.030	0,3	678.633
Korea	4.004	0,3	803.111
Francia	3.302	0,2	688.713
Cuba	2.606	0,2	730.235
Emiratos Árabes	1.950	0,1	144.000
Irán	1.950	0,1	202.500
China	1.738	0,1	336.946
Rep. Checa	965	0,1	141.724
Malasia	933	0,1	168.690
Chile	895	0,1	321.168
Italia	848	0,1	223.155
Austria	759	0,05	107.434
Singapore	587	0,04	96.205
Egipto	566	0,04	102.083
Letonia	294	0,02	30.488
Rep. Dominicana	282	0,02	58.864
Canadá	2	0,0001	794
Total	1.580.029	100,0	276.936.411

FUENTE: Certificados de Origen, COFENAC (2013)

ELABORADO: Betty Bustamante R.

2.4.3 Exportación a mercados nacionales.

La Mercantilización del café lojano a nivel nacional va lo inverso del comercio mundial en decrecimiento en el habito de consumo del café esto se debe a que la gente cada vez consumen menos café por numerosos motivos. La Producción nacional del volumen total del 100% en quintales de 60 kilos/año de lo que Loja produce el 20% queda para ventas nacionales, quedando así 16% para el consumo local y el 4% se lo distribuye a las demás

provincias entre las provincias que más se exporta esta Quito, Guayaquil, Cuenca, Azogues, etc.

2.4.4 Exportación a mercados internacionales.

El Ecuador es un país pequeño en territorio, pero tiene una gran biodiversidad, razón por la cual se ha convertido en uno de los escasos países en el mundo que exporta todas las diversidades de café: arábigo lavado, arábigo natural y robusta.²⁸

Las exportaciones de café en el Ecuador han disminuido paulatinamente desde el año 1998 (1.065.737 sacos de 60 kg) hasta el año 2002 en el que sufrió un derrumbamiento significativa exportando 578.542 sacos de 60 kg; reflejándose una recuperación a partir del año 2005 en el que se registro exportaciones de 994.924 sacos de 60 kg, como consecuencia de la subida de los costos en el mercado mundial.

Para el año 2010, Ecuador exporto 1.201.350 sacos de café de 60 kg. Mientras que el 2012 exporto 1.570.944 sacos de café de 60 Kg. Es obligatorio indicar que las exportaciones de café industrializado (liofilizado) ha poseído un incremento seguido desde 1998 en el que se registro 408.058 sacos de 60 kg, llegando en el año 2012 exportar 1.097.452 sacos de 60 kg.²⁹

Cuadro # 7

EXPORTACIONES DE CAFÉ DEL ECUATORIANO						
2007 - 2012						
SACOS DE 60 KG.						
AÑOS	ARÁBIGO	ROBUSTA	TOTAL	INDUSTRIAL	TOTAL	TOTAL US\$
2007	147.375,71	95.625,02	243.000,73	729.189,18	972.189,91	123.396.726,61
2008	59.575,46	65.894,82	125.470,28	748.608,86	874.079,14	125.580.530,34
2009	136.064,07	300.014,94	436.079,01	690.642,66	1.126.721,67	146.026.824,40
2010	184.398,41	210.903,44	395.301,85	806.048,49	1.201.350,34	172.736.745,11
2011	199.437,70	407.789,06	607.226,76	939.111,51	1.546.338,27	269.921.832,09
2012	114.180,55	359.311,63	473.492,18	1.097.452,18	1.570.944,36	273.899.790,99

FUENTE: Certificados de origen, COFENAC 2013

ELABORADO POR: Betty Bustamante Rogel

La Asociación Nacional de Exportadores de Café (ANECAFÉ) se mantiene promoviendo distintos programas de formación, destinado al preparativo de pequeños productores de

²⁸ ROSERO, T. M & SALAS, G. N, Estudio de factibilidad para la industrialización y exportación de café en sachets por la asociación agroartesanal de caficultores río Intag hacia Chile, proyecto, Ibarra-Noviembre-2011, Pág. 483

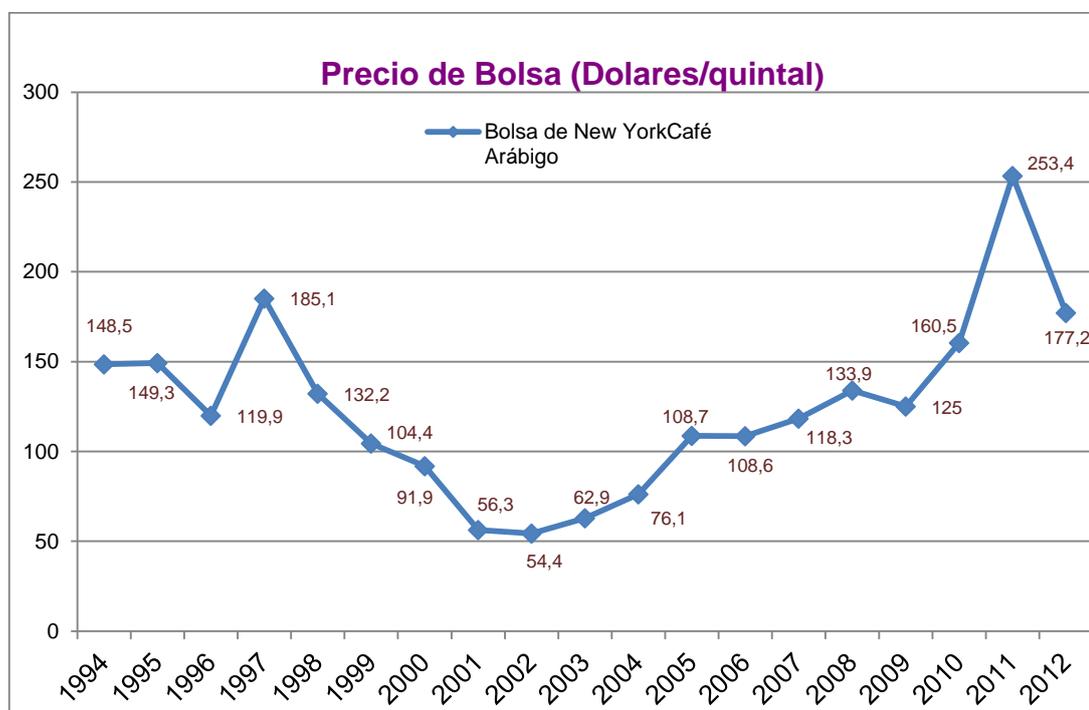
²⁹ COFENAC, Situación del Sector Cafetalero Ecuatoriano, diagnostico, pdf, Portoviejo, enero 31 del 2013, Pág.29

desiguales partes del país en el conducción del cultivo de café, para de esta cualidad conseguir aumentar el volumen de producción y que el grano se halle bajo los estándares de calidad que solicita para ser exportado, reflexiono en lo personal que es de gran ayuda este tipo de formaciones que vienen a favorecer al productor de café, puesto que tener los conocimientos necesarios en materia de cultivo y su posterior comercialización del café, hace del productor un órgano competitivo en el mercado nacional e internacional.

El café es un “commodity” cuyo precio referencial se fija a nivel de la bolsa de valores; en el caso del café arábigo, en la Bolsa de New York. En lo referente a los precios de bolsa de New York para café arábigo. En 1997 presentó un precio promedio anual de 185,1 dólares/quintal; a partir de este año se evidenció un descenso que se hace más agudo en el período 2000-2004, consiguiendo a 76,12 dólares/quintal. A partir del 2005, los precios de bolsa del café arábigo han ido incrementándose de 108,73 dólares (año 2005) a 164,55 dólares por quintal en el año 2010. En el 2011, los precios referenciales del café arábigo, en la bolsa de Nueva York, han poseído un incremento acelerado, obteniendo un promedio de USD\$ 253,44 dólares/quintal.³⁰

Gráfico # 2

Evolución de los precios promedios en el mercado internacional de los cafés arábigos



FUENTE: REUTER, COFENAC (2013)
ELABORADO: Betty Bustamante R.

³⁰ COFENAC, Situación del Sector Cafetalero Ecuatoriano, diagnostico, pdf, Portoviejo, enero 31 del 2013, Pág.10

2.5 EVOLUCIÓN PRODUCTIVA DEL CAFÉ

Los cafetales de edad viejos son los más prevalecen en el Ecuador con deficiente manejo agronómico y consiguientemente de baja producción, situación que es agravada por la presencia de plagas (broca del fruto y minador de las hojas) y enfermedades (mal de hilachas, roya, ojo de gallo y mancha de hierro). Errores en la cosecha y el deficiente beneficio del grano han excitado que el Ecuador no sea apreciado como un productor de café de calidad.³¹

Según el telégrafo (2011) dice que los cafetales del sur del Ecuador de café orgánico de altura progresaron este año un 80% en relación con el período anterior. Se pasó de producir 7.800 qq en 2010 a 12.130 durante los tres primeros trimestres de 2011. El clima y la lluvia han sido ingredientes favorables para el beneficio de este grano aromático, que en el país se cultiva hasta los 2.000 metros de altura sobre el nivel del mar, en las provincias de Loja, El Oro y Zamora Chinchipe. Sin embargo, la cuantiosa producción ha traído más ansiedad que gozo a los agricultores, que no poseen suficientes recursos para almacenar la suma de la cosecha.

La sobreproducción ha originado un pérdida de más de un millón de dólares para recopilar el fruto de los 2.000 productores que congrega la Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur (FAPECAFES). Justo Guamán, presidente de la federación, hace falta que para la cosecha de este año se tenía estimado un presupuesto de US\$ 2.1 millones, pero solicitan al menos US\$ 3.5 millones para almacenar el conjunto de la producción que, como las proyecciones, para finales de año 2011, estaría llegando a los 17.141 quintales.

El presidente de FAPEAFES año 2011 habló que el déficit se originó porque la organización tiene problemas para acceder a créditos de instituciones bancarias tanto privadas como públicas. “Esta es una asociación sin fines de lucro y esto crea que a muchas de las veces no estemos sumisos de créditos” dijo.

Pero el presidente de la Asociación Agropecuaria Artesanal de Productores Orgánicos Cuenca del Río Mayo (ACRIM), Walter Castillo, responsabilizó a FAPECAFES de no prever el suficiente financiamiento para la producción.

Castillo explicó que el producto llega a las bodegas de FAPECAFES vivir a cuenta del capital que posean las asociaciones para activar las cosechas. “Si no poseen financiamiento, la condiciones es difícil para los pequeños productores”, aumentó el dirigente gremial.

El presidente de la Asociación Agroartesanal de Productores de Café Especial del cantón Loja (APECAEL), Carlos Lapo, dijo que la realidad intranquiliza a los 115 productores de la organización. No obstante, confía en que alcanzarán obtener financiamiento para el acopio, ya que ahora no consiguen perder la oportunidad de vender su producto cuando el café arábigo se cotiza a un precio valioso en el mercado internacional.

³¹ COFENAC, Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf. Portoviejo, enero 31 del 2013, Pág.26

Al momento el café arábigo ecuatoriano en oro (sin cáscara y listo para tostar) se comercializa en la Bolsa de Productos a US\$ 240 el quintal; sin embargo por contar con certificación de orgánico y de comercio justo se lo negocia con un precio adicional de US\$ 80, es decir que se lo vende en US\$ 320.

Los cultivos de sistemas orgánicos provocan la mantenimiento del medio ambiente, es el materia de los cafés de las once variedades que se cultivan en el país, fundamentalmente los borbones, caturra, robusta y árabes.³²

El 85% de la producción que FAPECAFES compra a los productores de las siete asociaciones que la conforman, se exporta hacia Estados Unidos, Canadá, Francia, Alemania, Bélgica; mientras el 15% restante es para consumo nacional.³³

En la caficultora ecuatoriana prevalece el sistema de manejo tradicional del cultivo; pues, el 85% de los cafetales se maneja con bajo uso de insumos y poco trabajo, lo que lo vuelve ineficiente obteniendo rendimientos muy bajos (250 kilos de café oro /hectárea).

Un 20% de la superficie cafetalera ecuatoriana se estima que está manejado de manera tecnificada y semitecnificada, donde se obtienen rendimientos promedios de aproximadamente 750 kilos de café oro /hectárea.

El Ecuador sufre incesantes deflaciones en sus volúmenes de producción exportable de café. En 1976 la producción ecuatoriana personificaba el 3,7% de la producción mundial. En la década de los 80 la participación porcentual se redujo a 2,2 y en los 90 cayó a 1,8. En el período 2000 – 2009 la producción exportable de café del país simbolizó escasamente el 0,9% de la producción mundial.³⁴

2.6 MAYORES EXPORTADORES DE CAFÉ EN LOJA

Para poder investigar este punto es ineludible tener en cuenta que los productores de café en la provincia de Loja se encuentran agrupados en organizaciones productoras de café, esto lleva que sufra muchos problemas en la recopilación de información debido a la falta de organización administrativa. Uno de las principales dificultades dentro de la cadena del café es la falta de voluntad para alcanzar a consensos en planes de definiciones de políticas para el sector. El plática entre los actores implicados en la actividad se ha reducido a la realización de encuentros formales, en pocos casos, e informales en la casi generalidad de negocios entre productores y comercializadores internos y exportadores, o entre productores e industriales.

La desaparición o baja representatividad de los gremios existentes, sobre todo a nivel de productores y comerciantes, ha establecido que las pláticas superen el ámbito de la negociación comercial.

³² El Telégrafo, la producción orgánica de café se duplica en el país, <http://www.telegrafo.com.ec/actualidad/item/la-produccion-organica-de-cafe-se-duplica-en-el-pais.html>, Ecuador, 15-11-2011, Pág. 5

³³ MAYO, J. & Miguel, FAPECAFES (2013).

³⁴ COFENAC, Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnóstico, pdf. Portoviejo, enero- 2011, Pág.23, 24

Un fragmento de los caficultores, primordialmente los pequeños productores, se encuentran organizados en cooperativas, corporaciones, centros agrícolas, comunas y asociaciones de productores. Se estima que apenas un 40% de caficultores lojanos se encuentran agremiados, aspecto que impide potenciar las acciones de las instituciones de apoyo al sector agropecuario, por lo que es importante la promoción para el fortalecimiento de la organización campesina.

El COFENAC (2012) desde que se inicio en el 2006 un proceso de registro de las organizaciones de productores vinculadas a la actividad cafetalera. En este contexto se han inscrito hasta diciembre/2010 un total de 88 organizaciones de trece provincias. En lo que respecta a la provincia de Loja tenemos 16 organizaciones que se detallan a continuación.

La Asociación Agro artesanal de Productores Ecológicos de Café Especial del Cantón Loja (APECAEL) tiene un año de estar debidamente legalizada, pero como organización de hecho tiene 3 años, y se formó con la finalidad de organizar los productores locales para mejorar la producción del café en Loja y apoyar a desarrollo local.

La Asociación está conformada de trece grupos de productores de café. Los grupos se llaman Grupos de interés de café, y están localizados en: Solanda, Chaupi, San Pedro, Cucanamá Alto, Cucanamá Bajo, Moyococha, Pueblo Nuevo, Malacatos, Rumizhitana, Potopamba, Asociación de Productores 25 de Noviembre de Chalaca, Alianza de Agricultores Orgánicos del Cantón Loja (ALIAGRO), Asociación de Fruticultores de Yangana- AFRUYAN, Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos, "La Palmira"- ATAP, y Asociación de Productores Ecológicos de Café Especial de San Pedro de Vilcabamba- APECASAP. Todos estos grupos corresponden a las parroquias de San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana, Malacatos y Quinara. Esta organización fue creada para organizar los grupos arriba indicados, y recibir un superior precio por su café con la implementación de técnicas y prácticas en todo el proceso de la cadena de café; desde viveros, manejo y mantenimiento, procesos pos cosecha por vía húmeda e impulsando la comercialización asociativa.³⁵

Actualmente las asociaciones han tomado parte activa entre los mayores exportadores de la provincia de Loja. FAPECAFES, conjuntamente con un grupo de productores se consideran fundadores de este gremio, entre ellos tenemos:

Son 7 entre ellos PROCAFEQ, PROCAP, APECAP, APECANN, APECAEL, federación de cafetaleros del sur, que nacen en el año 2000 como una necesidad de comercializar el café lavado a exterior y a mercados nacionales, actualmente se exporta 12.000 quintales anuales, todos con certificación orgánico, comercio justo.

³⁵ Fundación para Conservación y Desarrollo, en línea, (2013), http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php

2.7 CARÁCTERÍSTICAS Y DIAGNOSTICO DE SITUACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LA PROVINCIA DE LOJA

Según los cafetaleros Lojanos (2013) manifiestan que el atributo del café lojano obedece de las características físicas y organolépticas, del valor nutritivo, de la apariencia visual y del estado sanitario. En el café, las características físicas son:

- tamaño
- color
- forma de los granos.

Las características organolépticas se relacionan a las propiedades intrínsecas:

- aroma
- sabor
- acidez
- cuerpo de la bebida.

El valor nutritivo tiene que ver con el contenido de antioxidantes, cafeína y otras sustancias químicas que favorecen a la buena salud de los consumidores.

La apariencia visual se basa en la presentación del grano y del elaborado; y el estado sanitario se relaciona con la desaparición de contaminantes químicos y microbianos.

Mundialmente es reconocido el café lojano por su calidad y por ser parte de la cultura gastronómica de esta parte del país. EL olor del café tostado, recién filtrado, que de lejos apereces y reconoces su aroma propio perfecta mezcla entre acidez, dulzor, sabor, amargura, cuerpo, el clima, la altitud y el suelo, que te hace apreciar apertitos de tomar una taza de café, lo que consiente una mayor diversidad esto lo hace merecedor de los primeros lugares de la taza dorada, desde que se inicio los concursos.

Manifestó el Sr. Manuel Bermeo del centro de Acopio de Pucanama (2013), que los Caficultores lojanos les hacen falta charlas ya que los que no están asociados explican que para ellos les parece que es un asadero de tiempo y a demás a ellos no les beneficia en nada. Lo contrario dice la Federación de FAPECAFES que al asociarse mejoran sus precios y tendrán ayuda tecnificada aunque reconocen que si hace mas fortaleza al los mismos y de igual manera.

Debido a la baja producción de café en la provincia de Loja, no existe la cantidad suficiente para exportar en grandes volúmenes por lo tanto estos se unen con otras provincias como El Oro, Zamora por medio de FAPECAFES para poder exportar por lo tanto se ve necesario ejecutar trabajos de tecnificación del cultivo para conseguir mayor rendimiento y por ende activar la cadena de comercialización.

Aproximadamente el 60% de los cafetaleros lojanos no pertenecen a ninguna organización venden su producción por vías a otras organizaciones, intermediarios a nivel nacional, y del exterior,

Desde el 1990 se empezó con proyectos productivos de café, específicamente en el cantón Puyango a través de proyectos con apoyo internacional – ONG COOPIBO. Luego a través de otros cantones con el fondo de contra valor Suizo – FOES, y también del fondo Ecuatoriano Canadiense de desarrollo FECD.

En el año de 1997 nació en el cantón Puyango Alamor provincia de Loja, la Asociación de productores de cafés de altura de Puyango PROCAP; donde iniciaron un proceso de comercialización asociativa de café de calidad con la propósito ofrecer volumen para acceder a mercados internacionales estrictas en calidad; pero con precios atractivos. Posteriormente atrás asociaciones de productores de la región Sur; APECAM, PROCAFEQ, PECAP siguieron a PROCAP.

Bajo este contexto en el año 2002, se forman el reto de crecer juntos con una federación regional: FAPECAFES – Federación Regional de Asociación de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur, con el objetivo de mejorar los procesos de producción y comercialización asociativa de café de alta calidad.

FAPECAFES estableció nuevas relaciones con tostadores de EE.UU y Europa en el año 2008 que demandan cafés altamente diferenciados y por el cual es tan dispuesto a pagar precios muy altos por la calidad del producto. En este sentido los productores socios de las diferentes organizaciones de base de FAPECAFES se han propuesto y están realizando el esfuerzo de producir un café de altísima calidad bajo mejores prácticas de producción, cosecha y pos cosecha en finca; con el fin de acceder a estos mercados. La exportación de cafés especiales, permite al productor lojano incrementar sus ingresos por ventas de café en un 40%, como mínimo.

Una publicación de la prestigiosa Asociación de Cafés Especiales en junio del 2010; da a conocer con gran atención y un reconocimiento logrado al café ecuatoriano proveniente de dos micro lotes, originarios de las provincias de Pichincha (Perla negra) y LOJA, muestran que obtuvieron puntuación de 92 y 90 sobre 100 respectivamente.³⁶

2.8 PRODUCCIÓN Y MANEJO DEL CAFÉ

2.8.1 Volumen de producción local.

El COFENAC (2013) manifiesta que el volumen de producción de Loja queda en segundo lugar en el Ecuador con una superficie total en hectáreas de 29.345 y un área en producción total en hectáreas de 22.009 de café arábigo de altura, está dado por varios factores que

³⁶ FAPECAFES, cafés del Sur del Ecuador en línea: www.fapecafes.org.ec (2013).

interceden en la cadena de producción, clima, oferta, demanda, pero para tener una idea general.

Cuadro # 8

Volumen de producción de café lojano

PROVINCIA	CAFÉ ARÁBIGO (Hectáreas)		CAFÉ ROBUSTA (Hectáreas)		ÁREA CAFETALERA NACIONAL (Hectáreas)	
	Superficie	Área en	Superficie	Área en	Superficie	Área en
	Total	Producción	Total	Producción	Total	Producción
LOJA	29.345	22.009	0	0	29.345	22.009

FUENTE: CONEFAC (2013).

ELABORADO: Betty Bustamante Rogel

La producción nacional por regiones tiene; la región costa con una aportación del 68% es la que más se dedica a la plantación de este cultivo, registrando para el año 2010, 23 746 TM; seguida por la región sierra con 5 729 TM y últimamente la región oriental con una aportación de 5 720 TM.

En la costa la provincia de Manabí es reconocida a nivel nacional, como la mayor productora de café, debido a la aparición de este producto en la semejante, representando en el 2012 una producción de 13 141 TM.

En cambio en la región sierra indudablemente la provincia de Loja representa la producción más alta en el 2012 con 2 621 TM, en comparación con las demás provincias de dicha región. Y últimamente en la región oriental, las provincias que pertenecen a la zona nororiente (Sucumbíos, Napo, Orellana) con una aportación del 97% es la que tiene mayor producción en el 2012.

La producción para el año 2013, se estima en más de 180 mil quintales. De este rubro el 95% se exporta y el sobrante queda para consumo nacional.

A pesar que la producción en Ecuador ha desarrollado en un 21%, los primeros cuatro meses de este año (412 562 sacos en el 2011 y 314 316 sacos en el 2012); el país tiene un déficit de producción de más de 400 mil quintales de café. La necesidad actual es de más de un millón de sacos fundamento la demanda de la industria nacional y de los exportadores según Ashley Delgado, presidente de la Asociación Nacional de Exportadores de Café (ANECAFE).³⁷

³⁷ El diario. La producción del café subió un 21% 2011. <http://www.eldiario.com.ec/noticiasmanabiecuador/192979-la-produccion-del-cafe-subio-un-21-este-año>

Cuadro # 9

PROVINCIAS DEL ECUADOR CON MAYOR PRODUCCION DE CAFÉ EN TM.									
PROVINCIA	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Manabí	5.910	4.774	8.356	12.431	10.409	11.039	11.629	12.397	13.141
Loja	3.737	1.968	3.199	5.114	4.113	4.384	2.884	2.886	2.621
Nororiente	4.582	5.947	5.913	7.210	4.428	7.681	5.166	5.215	5.939

FUENTE: COFENAC (2013)

ELABORADO POR: Betty Bustamante Rogel

2.8.2 Volumen de producción nacional.

Según COFENAC (2013), se piensa que existen cafetales abandonados y otras áreas de cafetales en crecimiento, se estima que solo el 75% de la superficie total corresponde a cafetales en producción justamente cosechados. Al analizar la distribución de la superficie cafetalera por provincias se destaca que Manabí, Loja, Orellana y Sucumbíos tienen las mayores áreas cafetaleras.

En el Ecuador existen dos tipos de café el arábigo con una área de cafetalera nacional en hectáreas una superficie total en hectáreas de 199.215 y el robusta con una área de producción total en hectáreas 149.411, por provincias el Arábigo de mayor superficie total por hectáreas 136.385 y en área en producción por hectáreas 102.289, el robusta con mínima producción cuenta con superficie total por hectáreas 62.830 y en área en producción en hectáreas 47.123, siendo así que los de mayor superficie y producción del café es Manabí con una superficie total en hectáreas es de 70.050 y área de producción total es de 52.538, Loja queda en segundo lugar con una superficie total en hectáreas de 29.345 y una área en producción total en hectáreas de 22.009.

Los dos primeros representan al café arábigo, el robusta en tercer lugar la provincia de Orellana con una superficie total por hectáreas 22.009 y área en producción por hectáreas 15.000 seguido de Sucumbíos con café robusta una superficie total por hectáreas y área en producción por hectáreas 12.990.³⁸

³⁸ COFENAC, Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnóstico, pdf. Portoviejo, enero- 2013, Pág.22, 23

Cuadro # 10

**Superficie Cafetalera del Ecuador y
Área en producción efectiva, 2012**

PROVINCIAS	CAFÉ ARÁBIGO (Hectáreas)		CAFÉ ROBUSTA (Hectáreas)		ÁREA CAFETALERA NACIONAL (Hectáreas)	
	Superficie Total	Área en Producción	Superficie Total	Área en Producción	Superficie Total	Área en Producción
Esmeraldas	900	675	6.345	4.759	7.245	5.434
Manabí	70.050	52.538	0	0	70.050	52.538
Santa Elena	1.800	1.350	0	0	1.800	1.350
Guayas	6.355	4.766	425	319	6.780	5.085
Los Ríos	3.520	2.640	6.610	4.958	10.130	7.598
El Oro	9.730	7.298	0	0	9.730	7.298
Carchi	195	146	0	0	195	146
Imbabura	300	225	0	0	300	225
Pichincha	850	638	1.300	975	2.150	1.613
Santo Domingo	0	0	2.650	1.988	2.650	1.988
Cotopaxi	1.000	750	800	600	1.800	1.350
Bolívar	3.410	2.558	2.580	1.935	5.990	4.493
Chimborazo	650	488	0	0	650	488
Cañar	270	203	0	0	270	203
Azuay	230	173	0	0	230	173
Loja	29.345	22.009	0	0	29.345	22.009
Sucumbíos	0	0	17.320	12.990	17.320	12.990
Orellana	0	0	20.000	15.000	20.000	15.000
Napo	0	0	4.800	3.600	4.800	3.600
Pastaza	40	30	0	0	40	30
Morona Santiago	290	218	120	90	410	308
Zamora Chinchipe	6.350	4.763	0	0	6.350	4.763
Galápagos	1.100	825	0	0	1.100	825
TOTAL (Hectáreas)	136.385	102.289	62.830	47.123	199.215	149.411

FUENTE: CONEFAC (2013)

ELABORADO: Betty Bustamante Rogel

Según el III Censo Agropecuario, en el Ecuador está un total de 842.882 unidades de producción agropecuarias (UPAs), de las cuales 105.271 UPAs poseen al cultivo de café entre de su estructura agrícola; es decir el 12,5% de las UPAs nacionales están vinculadas a la actividad cafetalera (MAG 2002).

Las provincias con mayor relación de UPAs que vinculan la acción cafetalera en función de los totales provinciales son: Orellana (89,2%); Sucumbíos (84,5%); Manabí (41,9%); Loja (31,5%) y El Oro (26,7%). En el Cuadro 11, se expone el número de UPAs totales, el número de UPAs cafetaleras y su correspondencia porcentual, en cada una de las provincias.

A nivel nacional predominan los pequeños propietarios; el 33,4% tiene UPAs menores a 5 hectáreas; el 17,7% de 5 a 10 hectáreas; el 16,1% de 10 a 20 hectáreas y el 32,8% sobrante más de 20 hectáreas. El cultivo de café ocupa una proporción significativo de la superficie de la finca, especialmente en aquellas menores a 5 hectáreas. Cabe enseñar que las Unidades de

Producción de café arábigo tienden a ser de volumen chico; mientras que las fincas de café robusta en las provincias amazónicas, regularmente varían de 12,5 a 50 hectáreas; en donde está el área cultivada con café está entre 1 y 3 hectáreas.³⁹

Cuadro # 11

Número de UPAs totales, cafetaleras y relación porcentual por provincias

TOTAL	Número de UPAs		Relación %
	Cafetaleras	Totales	
REGION COSTA	219,809	53,440	24.3
El Oro	22,115	5,904	26.7
Esmeraldas	16,013	3,481	21.7
Guayas	65,292	5,531	8.5
Los Ríos	41,712	7,219	17.3
Manabí	74,676	31,305	41.9
REGION SIERRA	567,621	29,839	5.3
Azuay	99,633	913	0.9
Bolívar	38,728	2,268	5.9
Cañar	32,174	205	0.6
Carchi	12,860	-	0.0
Cotopaxi	67,806	1,368	2.0
Chimborazo	81,668	782	1.0
Imbabura	33,786	96	0.3
Loja	65,625	20,681	31.5
Pichincha	64,025	3,526	5.5
Tungurahua	71,317	-	0.0
REGION AMAZONICA	50,351	20,879	41.5
Morona Santiago	17,106	1,599	9.3
Napo	5,116	2,852	55.7
Pastaza	5,262	802	15.2
Zamora Chinchipe	9,006	3,634	40.4
Sucumbíos	7,898	6,671	84.5
Orellana	5,963	5,321	89.2
REGION INSULAR	604	256	42.4
Galápagos	604	256	42.4
ZONAS NO ASIGNADAS	4,496	723	16.1
TOTAL	842,882	105,271	12.5

FUENTE: III Censo Nacional Agropecuario. 2002.

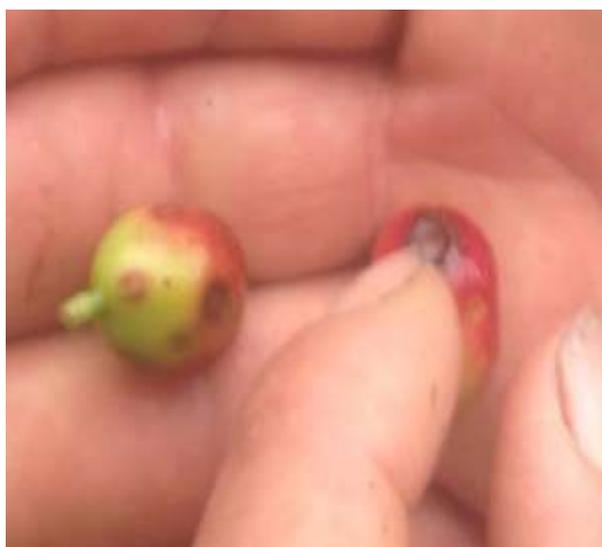
ELABORADO: Betty Bustamante Rogel

³⁹ COFENAC, Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf. Portoviejo, enero- 2013, Pág.24

En Loja prevalecen los cafetales de edad avanzada con defectuoso manejo agronómico y consiguientemente de baja producción motivo por el que es agravada por la presencia de plagas (broca del fruto y minador de las hojas) entre sus enfermedades (mal de hilachas, roya, ojo de gallo y mancha de hierro). Errores en la cosecha y el deficiente beneficio del grano han provocado que el Ecuador no sea estimado como un productor de café de calidad.

Figura # 12

BROCA



FUENTE: Centro de Acopio Vilcabamba (Cucanama), (2013).

En la caficultura ecuatoriana predomina el método de manejo tradicional del cultivo; pues, el 85% de los cafetales se maneja con bajo uso de gastos y poco trabajo, lo que lo vuelve ineficiente obteniendo rendimientos muy bajos (250 kilos de café oro /hectárea).

Un 15% de la superficie cafetalera ecuatoriana se estima que es manipulado de manera tecnificada y semitecnificada, en que se obtienen beneficios promedios de aproximadamente 750 kilos de café oro /hectárea.

El Ecuador registra continuas reducciones en sus volúmenes de producción exportable de café. En 1976 la producción ecuatoriana significa el 3,7% de la producción mundial. En la década de los 80 la participación porcentual se redujo a 2,2 y en los 90 cayó a 1,8.

En el período 2000 – 2012 la producción exportable de café del país simbolizó escasamente el 0,9% de la producción mundial.

Cuadro # 12

Superficie cafetalera y producción nacional en el Ecuador: 2000 – 2012

AÑO	HECTAREAS	TONELADAS	QUINTALES	SACOS	RENDIMIENTO	RENDIMIENTO
	PRODUCCION			60 KILOS	KILO/HAS	QUINTALES/HA
2000	350.000	76.000	1.520.000	1.149.773	197	4,34
2001	209.680	50.170	1.003.400	759.002	217	4,79
2002	185.534	43.557	871.140	658.956	213	4,70
2003	177.222	40.910	818.200	618.911	210	4,68
2004	177.463	42.060	841.200	636.309	215	4,74
2005	177.311	42.549	850.980	643.707	218	4,80
2006	177.300	44.800	896.000	677.761	229	5,05
2007	164.709	42.678	853.568	645.664	235	5,18
2008	164.709	39.620	792.394	600.238	219	4,81
2009	162.000	41.171	823.427	623.746	231	5,08
2010	166.632	41.810	836.196	633.418	228	5,02
2011	164.200	40.333	817.000	618.666	226	4,97
2012	165.100	41.689	883.300	690.000	269	5,20

FUENTE: MAGAP, COFENAC (2013).

ELEBORADO: Betty Bustamante Rogel

2.9 COSTO DE PRODUCCIÓN.

Según FAPECAFES (2013) los costos de producción por hectárea son de US\$ 1 200,00.

Para producir el café en onzas, libras y quilos se toman la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien se llama materia prima.

Cuadro # 13

Materia Prima

Costos de materia prima de Café Victoria			
Precio referencial material prima	150,00	dólares por 45,46	3,299604048
Precio por kilo café verde	3,30	\$ por kilo	
Precio por kilo café tostado	3,96	\$ por kilo	
Precio por libra café verde	1,50	libra	
Precio por libra café tostado	1,80		

FUENTE: FAPECAFES (2013).

ELABORADO: Betty Bustamante R.

Los costos de producción se incluyen el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso. Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios; se consideran aquí los pagos a los factores de la producción: al capital, constituido por los pagos al empresario (intereses, utilidades, etc.).

Cuadro # 14

Costos de Producción

Costos de producción	250 gr	3lbs	1 lb	½ lb	1 kg	50 gr
Materia prima	0,99	5,40	1,80	0,90	3,96	0,20
Costos por procesamiento	0,06	0,32	0,11	0,05	0,24	0,01
Empaque - Fundas	0,14	0,13	0,14	0,07	0,14	0,07
embalaje	0,02	0,04	0,01	0,01	0,03	
Sub Total costos de producción	1,21	5,85	2,05	1,02	4,34	0,28
Costos administrativos y mercadeo				-		
Administración (5%)	0,06	0,59	0,20	0,10	0,24	0,03
Cuota FLO				-	-	
Promoción y publicidad (2%)	0,02	0,29	0,10	0,05	0,22	0,01
Total costos de adm y administrativo	0,08	0,88	0,31	0,15	0,46	0,04
Margen utilidad (10%)	0,12	1,35	0,47	0,24	0,96	0,06
Precio Puerta de Fábrica	1,41	8,08	2,83	1,41	5,75	0,39
Costos de envío 1%						
Costo en Loja	1,41	8,08	2,83	1,41	5,75	0,39
IVA 12%	1,58	9,05	3,17	1,58	6,45	0,43

FUENTE: FAPECAFES (2013).

ELABORADO: Betty Bustamante R.

Los costos de procesamiento como: trabajo, pagos de sueldos, salarios y prestaciones a obreros y empleados así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, combustibles, energía eléctrica, servicios, etc.).

Cuadro # 15

Costos de Procesamiento

COSTOS DE PROCESAMIENTO CAFÉ VICTORA							
		años	meses	días	horas	1 Lb	3 lbs
		10	12	30	8		
Tostadora+equipos	25000	2500	208,333333	6,94	0,87		
Mano obra		7229,04	602,42	20,08	2,51		
Gas				15	1,88		
Luz eléctrica				8	1		
					14,25		
Proceso 2 bach por hora x 30 kg cada uno				kg.x hora	60		
COSTO POR KG					0,24	0,11	0,32

FUENTE: FAPECAFES (2013).

ELABORADO: Betty Bustamante R.

Para Leidy la utilidad US\$ 0,08. Propuesta Leidy Merino que del margen de utilidad de divida para Leidy y FAPECAFES comprar la materia prima y pagar el costo de procesamiento. Disminución del costo de administración/del costo de publicidad/y margen de utilidad.⁴⁰

⁴⁰ MERINO, L. FAPECAFES (2013)

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE ESTADÍSTICAS DE PRODUCCIÓN Y VENTA DEL CAFÉ DE LA PROVINCIA DE LOJA.

3.1 PRECIO

El sector cafetalero del Ecuador, a pesar de ser un significativo rubro para el Producto Interno Bruto (PIB), pasa por una realidad muy crítica, debido entre otros aspectos a la reducida producción nacional.

La crisis del sector cafetalero se agravó por el derrumbamiento mantenida de los precios en el mercado internacional, a partir del año 1999 hasta el 2004.

La crisis de precios internacionales se manifestó en los bajos precios pagados al productor en el mercado interno. En el Cuadro, se incluye los precios pagados al productor a nivel de los intermediarios tomando como informe la provincia de Loja, para el caso de café arábigo. En el período 2001 al 2004, los precios fueron por debajo de 50 dólares/quintal café verde y solo a partir del año 2005 se observa una recuperación de los precios que ha motivado la reacción del sector cafetalero ecuatoriano. En el 2011, el precio pagado al productor en la provincia de Loja alcanzó los 230,4 dólares y en el 2012 se presenció una baja muy significativa llegando a 186,5 dólares, como consecuencia de la bajada de precios internacionales.⁴¹

Cuadro # 16

Precios pagados al productor por quintal de café verde en las zonas de Arábigo (Referencia: Provincia de Loja)

MES	CAFÉ ARABIGO (quintal de café)											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Enero	32,0	24,0	32,0	32,0	90,0	80,0	100,0	120,0	150,0	150,0	185,0	250,0
Febrero	32,0	23,0	32,0	35,0	100,0	80,0	100,0	120,0	150,0	160,0	190,0	230,0
Marzo	32,0	25,0	30,0	38,0	115,0	80,0	100,0	150,0	150,0	160,0	200,0	200,0
Abril	29,0	27,0	30,0	43,0	85,0	85,0	100,0	150,0	150,0	160,0	200,0	178,0
Mayo	32,0	25,0	33,0	44,0	90,0	90,0	115,0	140,0	150,0	160,0	240,0	160,0
Junio	29,0	25,0	31,0	51,0	100,0	85,0	120,0	140,0	150,0	150,0	250,0	160,0
Julio	27,0	25,0	31,0	60,0	95,0	105,0	115,0	145,0	150,0	170,0	250,0	170,0
Agosto	25,0	23,0	32,0	50,0	95,0	110,0	115,0	150,0	150,0	170,0	250,0	170,0
Septiembre	26,0	28,0	33,0	60,0	85,0	105,0	120,0	160,0	141,0	180,0	250,0	180,0
Octubre	23,0	31,0	32,0	50,0	80,0	105,0	120,0	150,0	150,0	170,0	250,0	180,0
Noviembre	22,0	34,0	31,0	60,0	90,0	100,0	120,0	190,0	150,0	170,0	250,0	180,0
Diciembre	23,0	34,0	32,0	71,0	90,0	100,0	120,0	150,0	150,0	170,0	250,0	180,0
Promedio	27,7	27,0	31,6	49,5	92,9	93,8	112,1	147,1	149,3	164,2	230,4	186,5

FUENTE: COFENAC (2013).

ELABORADO: Betty Bustamante Rogel

⁴¹ COFENAC, Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf. Portoviejo, enero- 2013, Pág.43

3.2 DETERMINACIÓN DE PRECIO DEL CAFÉ.

Mayo, J. presidente, FAPECAFES (2013), dice que el proceso de negociación en las condiciones de precio, que depende mucho de la calidad de café que se está ofreciendo y puede ser:

- ☀ Café orgánico Comercio Justo
- ☀ Café Tradicional Comercio Justo
- ☀ Café orgánico
- ☀ Café Tradicional
- ☀ Café gourmet o especial.

En la mayor parte de los casos el precio, lo que se negocia son los premios o diferenciales por calidad que se comprometen emplear, ya que el precio penderá en algunos casos de cómo varía el precio internacional del café en la Bolsa de New York. En ciertos casos, se puede negociar precios fijos, que son independientes de la bolsa de New York, pero es muy riesgoso ya que jamás se sabe los niveles de precios que logre alcanzar en el futuro el precio del café, por lo que es recomendable, en este caso establecer con precios altos de tal modo que se minimice el riesgo.

De acuerdo a FAPECAFES (2009), vamos a analizar caso por caso el sistema de precios según la calidad de café:

1. Café orgánico Comercio Justo

Existe un precio mínimo de Comercio Justo que es igual a \$119 por qq para Sudamérica y \$121 para otros países. A este precio mínimo se aplican los siguientes premios:

- ◆ **Premio por orgánico:** \$20 por qq. A partir de Junio del 2007, este premio subió, ya que antes de esta fecha era de solo \$15.
- ◆ **Premio de Comercio Justo:** \$10 por qq. A partir de Junio del 2007, entro en vigencia este premio, ya que antes era de solamente \$5.
- ◆ **Premios por calidad:** depende mucho del cliente y la valoración que le da al café de FAPECAFES, en este sentido, se ha logrado negociar premios por calidad de \$5 hasta \$10.

Cuando el precio de la bolsa de New York supera el nivel del precio mínimo, el importador deberá pagar el precio de mercado más los premios arriba indicados, pero para la fijación del precio, existen ciertas reglas como:

- ✦ El vendedor tiene la opción de fijar el precio, a través de una orden de fijación enviada por escrito al comprador.
- ✦ Existe un plazo máximo previo al embarque para que lo pueda hacer.
- ✦ Una vez que se ha fijado el precio, ya no es posible cambiarlo.

2. Café Tradicional Comercio Justo

Al igual que el orgánico, tiene el mismo precio mínimo, pero solamente premio de Comercio Justo y en algunos casos se puede negociar también premios adicionales por calidad.

3. Café Orgánico.

El precio depende de la bolsa de New York y se agrega premios por orgánicos que pueden ir desde los \$12 por qq. Como son contratos para ventas a futuro, se debe estipular, el mes de referencia o posición de New York para la fijación de precio, esto lo discutiremos más adelante.

4. Café Tradicional.

Depende 100% de las variaciones que tenga la bolsa de New York, en la mayor parte de casos se aplica diferenciales negativos por calidad, es decir un castigo, que en el caso del café ecuatoriano se puede negociar entre -6 y -2.

5. Café Gourmet o Especial.

En muchos de los casos se aplican premios por calidad que van desde los \$30 sobre el precio de NY, o bien se negocia precios fijos muy altos. Por ser premios altos, las condiciones de calidad son muy exigentes, por ejemplo cero defectos, arriba de la malla 17, etc.

El contrato por lo general es en inglés y debe contemplar.

Buyer = comprador: el nombre de la compañía que compra con la dirección (a veces), datos que sirve de base para elaborar los Bill of Landing o B/L como es comúnmente conocido (documento de embarque marítimo).

Seller = vendedor: el nombre de la cooperativa, asociación o empresa que vende el café y que figurará en el B/L también.

Quantity = cantidad: la cantidad de café que norma este contrato se presenta siempre en unidad de sacos de 69 Kg neto de café en grano. En caso especial, el comprador puede pedir otro tipo de envase y en este caso tiene que especificarlo en este lugar. 69

Kg. equivale a 152 libras. Por lo general, se hacen lotes entre 250 y 280 sacos en contenedores de 20 pies.

El saco puede ser de yute o de cabuya (para ingresar a la Bolsa de NY) y debe por lo general pesar un mínimo de 750 gramos para cumplir las normas de la Bolsa de NY.

Quality = calidad: se pone en general el nombre o apelación del café que ha mandado el vendedor como muestra. Muchas veces consta el año de cosecha, y la calidad física (según normas Bolsa de NY en defectos). La muestra mandada sirve de testigo para el comprador (muchas veces se pone la referencia de la muestra aprobada). Se especifica en este caso, las certificaciones necesarias si tal es el caso (Organic, FT o Transfair para comercio justo).

Price = precio: se da los detalles en cuanto a la fijación del precio del contrato. En el caso del café, se referencia esta fijación con la cotización de la Bolsa de NY y se establece un diferencial que será positivo o negativo según el periodo, la oferta y demanda así como la calidad. La cotización de NY se da en dólares por 100 libras.

Posición: Existen 5 tipos de posición durante el año respectivamente: marzo, mayo, julio, septiembre, diciembre seguido del año. Por lo general se embarca café contra la posición inmediatamente posterior a la fecha de embarque precisamente (por ejemplo si el embarque es en agosto, para el precio será contra la posición septiembre). La fijación de los contratos se hace "**sellers option**" (según opción del vendedor), antes del 20 del mes anterior a la posición (antes 20 de abril para posición mayo, antes 20 de noviembre para posición diciembre, etc.), es por ello que en los contratos aparece la palabra "**prior to first notice day**". Hay algunos compradores que prefieren reservarse la opción de fijar para ellos "**buyers option**" (ejemplo: Simon Levelt).

Algunos compradores mandan una guía en inglés que pone todas las reglas para fijar un lote. Por lo general estas operaciones se realizan por fax o por teléfono, y se puede validar solo en periodo de apertura de la bolsa de NY. Algunos compradores ponen la opción "**prior first notice day or at time of shipment**", quiere decir "antes del primer día de notificación o antes de la fecha de embarque". Estas condiciones son negociables con el importador. El precio de referencia se calcula por 100 libras o a veces por 46 kg. (menos favorable para el vendedor).

Conditions = condiciones: el café se puede exportar FOB o CIF según. Por lo general, los importadores compran FOB y asumen el costo del transporte y seguro del puerto de embarque (Guayaquil o Manta) hacia el puerto de destino.

Shipment = embarque: En este rubro se da las fechas de embarque deseada por el comprador. Generalmente, se pone un lapso de un mes, pero a veces se habla de quincenas. Es muy importante para el vendedor de planificar sus embarques y nunca tener atraso frente a estas fechas, para evitar de dañar la reputación del exportador. Sin embargo, se puede a veces negociar un adelanto de fecha para embarcar o un retraso.

Siempre hay que cuidar los niveles de frecuencia de los barcos (de 1 por mes a 4 por mes máximo según los destinos).

Los embarques se hacen FCL/FCL o LCL/FCL según la tarifa que paga el importador. En caso de la apelación FCL, la carga se debe dejar al puerto y no hay verificación de parte de la naviera del contenido del container (pone "el contenedor dice contener export. según exportador"). En este caso es preferible utilizar el servicio de una empresa verificadora que emite un certificado que garantiza frente al importador, y para el uso del seguro, en caso de que no llegue la cantidad de café embarcado.

En caso de la apelación LCL/FCL, la naviera certifica que el contenedor contiene café y el número de sacos. Frente a cualquier problema durante el viaje se debe responsabilizar a 100% la naviera (excepto sobre problemas de calidad de tasa). En este caso, inclusive, la naviera puede recoger el café en el patio del exportador, y en este caso manda un certificador que debe presentarse durante la carga del contenedor hasta poner los sellos de seguridad.

Insurance = seguro: lo puede cubrir o el comprador o el vendedor.

Generalmente, en caso de café exportado FOB, el seguro está asumido por el comprador.

Payment = modalidad de pago: El pago se hace en general contra recepción de todos los papeles de exportación (B/L endosado con firma, certificados y factura comercial). La transferencia no se demora más de 48 a 72 horas en caso de importadores de café convencional de volumen. Hay algunos compradores que pagan luego de que ha llegado el contenedor y han hecho un análisis de calidad del mismo.

Other Conditions = otras condiciones: se da cualquier detalle suplementario en cuanto a documentos que se debe adjuntar, o cuestión de certificación orgánica, Fair Trade.

Estos contratos se devuelven firmados por fax en un primer tiempo (por parte y parte), y es solamente en un segundo tiempo (muchas veces después de haber firmado los contratos) que se manda los contratos originales firmados por correo regular.

Particularidades para ciertos contratos:

- En general, el puerto de destino consta en el contrato.
- Se especifica la naviera también en muchos casos.

A continuación se puede ver un contrato como ejemplo. Corresponde a un contrato con la empresa Hamburg Coffee Company – Hacofco de Alemania, que importa café para la empresa Ethiquable de Francia. En el contrato se puede ver observar los siguientes puntos importantes:

Fecha de emisión del contrato: 14 de Junio del 2007.

Cantidad: 275 sacos de 69 kg.

Calidad: Café Arábica Lavado de Ecuador, Orgánico y condiciones de Comercio Justo.

Precio: Condiciones de Comercio Justo.

Embarque: Agosto del 2007.

Destino: Amberes – Bélgica.⁴²

3.3 ANÁLISIS DE COMPETENCIA.

3.3.1 Competencia.

Desde el punto de vista de los productores cafetaleros de la provincia de Loja son dos las provincias que más competencia tiene Loja entre ellas El Oro (26,7%) de UPAs totales en relación al porcentual y Zamora (40.4%) de UPAs totales en relación al porcentual además que son vecinas también son cafetales arábigo de altura entre estas provincias la competencia es superior hay que tener en cuenta que Loja tiene (31,5%) de UPAs relación al porcentual totales unidades de producción agropecuarias, los productores lojanos comenta que el café lojano se lo entrevera con estas tres provincias ya Loja no abastece el solo al mercado exterior, en si cuando se los vende al mercado local y externo va como café lojano y en si los agricultores piden que no se los entrevere y se los reconozca por sus cualidades, un 40% de los cafetaleros de la provincia de Loja pertenecen a pertenecen a la fundación FAPECAFES Región Sur del Ecuador que fue creada con la finalidad de unir su producción de los caficultores de calidad, altura, ecológicos para de esa manera poder ser exportada al mercado mundial directamente por medio de FAPECAFES la misma que abarca la Región Sur del Ecuador: El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.

Según SENA E las fábricas de café ecuatoriano han tenido que importar café bajo regímenes aduaneros especiales como: Depósito aduanero industrial y Administración estacional de mejora activo, para sustituir las necesidades de materia prima que la producción nacional que no logra a cubrir la demanda al consumidor final.

Desde el año 2007, cuatro empresas han ejecutado importación de café en grano derivado de Vietnam, Brasil y otros países productores para reemplazar las necesidades de la industria nacional y Lojana cuya capacidad instalada es de aproximadamente un millón doscientos mil

⁴² El proceso de comercialización y exportación asociativa del café, FAPECAFES, material de capacitación, Roberto Jiménez Director Ejecutivo, Ecuador-2009, Pág. 4, 5, 6, 7, 8.

sacos de 60 kilos al año, estas industrias son: Compañía de Elaborados El Café, Gusnobe, Mercafe S.A. y Solubles Instantáneos.

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), en el 2007 se importaron 26.885 toneladas de café en grano, precio que se aumentó en el 2011 a 61.404 toneladas. Hasta septiembre/2012, se reporta la importación de 68.079 toneladas de café en grano bajo régimen aduanero especial y a consumo nacional.⁴³

3.3.1.1 Competidores directos.

Según la fundación de FAPECAFES (2013), el país competidor más directo es Colombia ya que viene y compra el café a los menoristas y algunos mayoristas Lojanos luego lo mezcla con su café y lo exporta a otros países de gran cantidad de volúmenes de compras de producto comprándolo por café Colombiano.

Hablando de competidores de producción está el mas principal que es Zamora específicamente en el cantón Palanda ya que se cultiva unos de los mejores cafés del Ecuador y es buscado por su cualidades y calidades llegando a un precio en el año 2012 de US\$ 600,00 qq en los mercados externos de café en grano, otro competidor es El Oro y Manabí dándonos como resultado que la competencia directa ha perdido fuerza entre los productores cafetaleros de la provincia de Loja.

Desde que en 1997 nace FAPECAFES como alternativa de comercialización entre los caficultores de la zona Sur del Ecuador, ya que su principal actividad es la compra de la producción cafetalera a todos los medianos y pequeños productores de la provincia. La baja productividad café lojano hace que a nuestro mercado entre cafés de otras provincias.

La venta de la mayor parte de producción de café a una sola institución ha permitido manejar de una manera general el precio a nivel de todos los productores, evitando caer una competencia desleal entre los productores de café de la provincia de Loja. También existe la comercialización con intermediarios locales y nacionales de la cual el 60% pertenece a este segmento de mercado.

Existen productores a nivel nacional ubicados en diferentes provincias del Ecuador, que también se constituyen en una competencia directa, ya que su producción tanto como calidad y cantidad tiene una gran aceptación en el mercado nacional e internacional.

Según CONEFAC (2013), las provincias con mayor relación de UPAs que vinculan la actividad cafetalera en función de los totales provinciales son: Orellana (89,2%); Sucumbíos (84,5%); Manabí (41,9%); Loja (31,5%) y El Oro (26,7%). En el Cuadro, se expone el número de UPAs totales, el número de UPAs cafetaleras y su relación porcentual, en cada una de las provincias (Pág. 24).

⁴³ COFENAC, Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf. Portoviejo, enero- 2013, Pág.39

Cuadro # 17

Unidades de producción agropecuarias (upas), totales cafetaleras

NÚMERO DE UPAS CAFETALERAS Y SU RELACIÓN PORCENTUAL	
PROVINCIA	PORCENTAJE
Orellana	89,20%
Sucumbíos	84,50%
Manabí	41,90%
Loja	31,50%
El Oro	26,70%

FUENTE: CONEFAC (2013).

ELABORADO POR: Betty Bustamante Rogel

3.3.1.2 Donde están ubicados.

En el presente mapa podemos graficar de una manera más detallada donde se encuentran ubicados los productores de café del país y la provincia de Loja: cantón Quilanga, cuya producción, por su alta calidad, ganó el concurso 'La taza dorada'. Olmedo y Espíndola se alzaron con el trofeo un año y a espera de premio los cantones de Calvas, Chaguarpamba, Gonzanamá, Sozoranga, Puyango y Loja con sus parroquias Malacatos y Vilcabamba.

Gráfico # 3

Ubicación de los productores de café



FUENTE: COFENAC (2013).

3.3.1.3 Cuantos son.

Hoy por hoy en la provincia de Loja existe numerosos productores de café minoristas que se torna difícil conseguir cuantificar ya que los mismos no se encuentran registrados en ninguna asociación, pero según el COFENAC registra 18 asociaciones debidamente legalizadas en la provincia de Loja.

Cuadro # 18

Organizaciones de agricultores de café arábigo de Loja, registradas en el COFENAC, 2012.

Nº	Provincia	Cantón	Nombre completo de la Organización	Acuerdo Ministerial	Ministerio que emitió Acuerdo	Número Total de socios
1	Loja	Catamayo	Asociación Agropecuaria Ecológica Guayquichuma	30	MAGAP	14
2	Loja	Célica	Comuna Honor Y trabajo	1512	MAGAP	175
3	Loja	Chaguarpamba	Cámara de la microempresa "Buena Vista"	631	MIC	32
4	Loja	Chaguarpamba	Asociación de Productores Agropecuarios de Chaguarpamba	06-232	MIC	21
5	Loja	Chaguarpamba	Asociación de productores Agropecuarios Molloqueros de Chaguarpamba	033	MAGAP	25
6	Loja	Chaguarpamba	Asociación de Industrialización de Productos Alimenticios MASGEM	8142	MIPRO	18
7	Loja	Chaguarpamba	Asociación de Caficultores "Santa Rufina"	279	MIES	22
8	Loja	Espíndola	Asociación de Productores Orgánicos de café de Altura del Airo "APROCAIRO"	136	MIPRO	88
9	Loja	Gonzanamá	Cooperativa de Producción Cafetalera "San Felipe"	0993100	MAGAP	50
10	Loja	Gonzanamá	Asociación de producción agrícola y ganadera "El Laurel"	00341	MIES	30
11	Loja	Olmedo	Asociación de Productores Agropecuarios "Reina del Cisne"	161	MAGAP	41
12	Loja	Olmedo	Asociación de Industrialización de Café Orgánico de Catamayo, Paltas, Olmedo y Chaguarpamba.	10-1194	MIPRO	200
13	Loja	Puyango	Asociación de Productores Orgánicos de Puyango – APOP	712	MIC	23
14	Loja	Puyango	Asociación "Unidad Gestión y Trabajo"	113	MAGAP	26
15	Loja	Puyango	Asociación de Productores de Café de Altura Puyango "PROCAP"	2000266	MAGAP	200
16	Loja	Quilanga	Asociación Artesanal de Productores de Café de Altura de Fundochamba	686-008110	MIPRO	24
17	Loja	Quilanga	Unión de Artesanos "El Colmenar"	729	MIPRO	88
18	Loja	Varios	Asociación de productores de café de altura de Espíndola y Quilanga	630	MIPRO	350

FUENTE: COFENAC (2013)

ELABORADO: Betty Bustamante R.

3.3.1.4 Qué clase de café ofrecen.

Arábigo, es la clase de café que brinda la provincia de Loja, con una producción de Sup. Has. Arábigas 29.552.

De características físicas en tamaño, color y forma de los granos; en características organolépticas se relacionan a las propiedades intrínsecas como aroma, sabor, acidez y cuerpo de la bebida facilitar como un promedio global en sus características organolépticas de 3,3%.

El valor nutritivo posee que ver con el contenido de antioxidantes, cafeína y otras sustancias químicas que favorecen a la buena salud de los consumidores; la forma visual se basa en la presentación del grano y del elaborado; y el estado sanitario se relaciona con la desaparición de contaminantes químicos y microbianos.

Cafés finos por su origen y calidad organoléptica, en base a los estándares de la SCAA. Los cafés de Espíndola, Olmedo, Calvas, Gonzanamá (Provincia de Loja).⁴⁴

3.3.1.5 Quienes son sus clientes.

Según los productores de cafés Lojano en cuanto al mercado internacional se exporta en la actualidad a cincuenta países se destina el 80% algunos son Colombia, Estados Unidos, Canadá, Holanda, Polonia, Letonia, Alemania, Bélgica, Francia, Inglaterra, Australia, Corea, China, Europa entre otros.

En el mercado local, nacional EL 20% del restante de café del destino de la producción cafetalera de la provincia de Loja, el principal cliente que tienen los productores lojanos es Loja mismo, y pequeña a otras provincias como Guayaquil, Cuenca, Quito, El Oro, etc.

3.3.1.6 Porque le compran.

Por su calidad del café que depende de las características físicas y organolépticas, del valor nutritivo, de la apariencia visual y del estado sanitario. En el café, las características físicas se refieren al tamaño, color y forma de los granos; las características organolépticas se relacionan a las propiedades intrínsecas como aroma, sabor, acidez y cuerpo de la bebida; el valor nutritivo tiene que ver con el contenido de antioxidantes, cafeína y otras sustancias químicas que favorecen a la buena salud de los consumidores; la apariencia visual se basa en la presentación del grano y del elaborado; y el estado sanitario se relaciona con la ausencia de contaminantes químicos y microbianos.

La provincia de Loja, las altitudes más ajustadas se localizan de 500 a 1.800 metros de altura. Las zonas de Puyango, Célica, Chaguarpamba, Olmedo, Paltas y Vilcabamba, en Loja y

⁴⁴ COFENAC, Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf. Portoviejo, enero- 2013, Pág.55

significan las localidades con condiciones climáticas favorables para la producción de café arábigo.

En el cuadro se muestra la valoración organoléptica de los mejores cafés arábigos de Loja Ecuador con potencial para insertarse en los mercados de especialidades.⁴⁵

Cuadro # 19

Valoración organoléptica de los mejores cafés Lojanos con potencial de especialidades.

Cantón	Parroquia	Altitud (msnm)	Temperatura media °C	Precipitación (mm)	Aroma	Sabor	Acidez	Cuerpo	Global
					Escala 0-5				
Célica	Pozul	1718	19,55	1125	3,6	3,7	3,7	3,7	3,7
Loja	Vilcabamba	1610	19,91	900	3,5	3,7	3,3	3,7	3,6
Paltas	Lauro Guerrero	1010	21,89	1875	3,3	3,3	3,2	3,5	3,3
Quilanga	San Antonio	1772	19,37	1125	3,3	3,3	3,3	3,4	3,3
Gonzanamá	Changaimina	1856	19,10	1125	3,4	3,3	3,1	3,4	3,3
Chaguarpamba	Amarillo	1140	21,46	1600	3,3	3,0	3,3	3,1	3,2
Quilanga	Quilanga	1854	19,10	1125	2,7	2,9	3,4	3,1	3,0
Olmedo	Olmedo	1241	21,12	1125	3,3	2,7	3,1	2,7	3,0

FUENTE: COFENAC (2013)

ELABORADO: Betty Bustamante R.

“En el Ecuador, desde el 2007, se realiza anualmente el concurso “Taza Dorada”, organizado por la Asociación Nacional de Exportadores de Café (ANACAFÉ), evento donde se identifican los cafés finos por su origen y calidad organoléptica, en base a los estándares de la SCAA. Los cafés de Espíndola, Olmedo, Calvas, Gonzanamá (Provincia de Loja), han sobresalido en estos concursos, cuyos perfiles de taza y puntajes” (COFENAC 2013).

⁴⁵ COFENAC, Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico, pdf. Portoviejo, enero- 2013, Pág.55, 56

Cuadro # 20

Organizaciones y/o empresas ganadoras de los Concursos “Taza Dorada”. Período 2007 – 2012.

Año	Posición	Provincia	Cantón	Organización - Exportador	Puntaje
2012	2	Loja	Calvas	Asociación de Productores de Cafés de Altura Unión Artesanal El Colmenar.	86,50
	3	Loja	Gonzanamá	SWEET & COFFEE – Gonzanamá	85,80
2011	1	Loja	Espíndola	Asociación de Productores de Café Orgánico de Altura y Comercializadores de Productos Agropecuarios de "El Airó" APROCAIRO.	84,85
2009	1	Loja	Olmedo	Encalada Cueva Jorge Eduardo – ESCOFFEE.	84,55
	2	Loja	Espíndola	Asociación de Productores de Café Orgánico de Altura y Comercializadores de Productos Agropecuarios de "El Airó" APROCAIRO.	83,40
	3	Loja	Calvas	Luis Sarango Guarniz.	82,85
2008	1	Loja	Quilanga	Asociación de Productores de Café de Altura de Espíndola y Quilanga (PROCAFEQ).	82,58
	2	Loja	Calvas	Asociación de Productores de Cariamanga.	81,68
	3	Loja	Gonzanamá	Jorge Crespo	80,85
2007	1	Loja	Calvas	Asociación de Productores de Cafés de Altura Unión Artesanal El Colmenar.	82,00
	2	Loja	Espíndola	Asociación de Productores de Cafés Especiales de Cariamanga.	80,00
	3	Loja	Olmedo	ESCOFFEE S.A.	78,67

FUENTE: ANECAFÉ Y COFENAC (2013)

ELABORADO: Betty Bustamante R.

3.3.1.7 Que piensa sus clientes de sus productos.

Es un café especial y natural, Los frecuentes consumidores de café son muy estrictos al instante de preferir entre un café y otro, estos clientes averiguan aroma, textura, cuerpo, sabor y el café lojano posee esas características que lo hacen merecedor de su aprobación y confianza.

3.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA.

3.4.1 Análisis de la oferta.

De acuerdo al COFENAC (2013), los productores cafetaleros de Loja ofrecen uno de los mejores cafés del Ecuador, va encaminado a nivel nacional y mundial y es reconocido a nivel nacional e internacional, se oferta café lojano con las siguientes características físicas:

✦ tamaño

- ✦ color
- ✦ forma de los granos.

Las características organolépticas con las propiedades intrínsecas que oferta son:

- ✦ aroma
- ✦ sabor
- ✦ acidez
- ✦ cuerpo de la bebida.

El valor nutritivo tiene que ver con el contenido que se oferta es:

- ✦ antioxidantes
- ✦ cafeína
- ✦ otras sustancias químicas que contribuyen a la buena salud de los consumidores.

Se oferta café de apariencia visual se basa en la presentación:

- ✦ grano
- ✦ elaborado.

Oferta de café de estado sanitario se relaciona con ausencia de:

- ✦ contaminantes químicos
- ✦ microbianos.

Promedio global en sus características organolépticas en la escala de 0-5 es de 3,3%.

Ofertan café de las altitudes más apropiadas que se localizan de 500 a 1 800 metros en las zonas de Loja como son Olmedo, Puyango, Célica, Chaguarpamba, Paltas, Vilcabamba, Espíndola, Calvas, Gonzanamá y representan las localidades con condiciones climáticas favorables para la producción de café arábigo.

Ofertan cafés finos por su origen y calidad organoléptica, en base a los estándares de la SCAA de altura.

Se posee una variedad para cada gusto: verde, tostado y molido.

Precio de café es alto competitivos a nivel nacional a US\$ 120 qq, internacional US\$ 300 qq a US\$ 340 qq en el año 2013 (Pág. 56, 57).

3.4.2 Análisis de la demanda.

En el contexto nacional y provincial correspondemos decir que sigue existiendo muy corta la producción de café, ya que la demanda prevalece a la oferta, se ha entregado unos casos que se importado café del vecino país del sur Perú, preciso de la ciudad de Piura, todo esto con el ánimo de cubrir con los contratos de entrega previamente logrados con importantes empresas que se dedican a la exportación.

La demanda es baja por las plagas en especial la roya que agrede a las hojas de las plantas de café y no producen, por falta de financiamientos, por falta de apoyo tecnificado al caficultor, por plantaciones viejas, estos son diversos motivos que los caficultores posean muy bajas rentabilidad, ellos indagando nuevas maneras de subsistir.

Loja tiene una demanda de café arábigo procesados especiales y extractos de café son productos con gran viable de desarrollo y con una variedad para cada gusto: verde, tostado, y molido.

Disponibilidad de la demanda del producto durante la mayor parte del año a nivel nacional y las exportaciones en los meses de Octubre, Noviembre, Diciembre.

La demanda en exportación en ventas así como en todos los años depende de la calidad, bolsa, certificados orgánicos, comercio justo; Es así que en el año 2011 fue un crecimiento de 12 160 qq de 60 kg a US\$ 320 y 350 por quintal 2012 al mes de Diciembre hubo un decrecimiento y se cerró con una exportación de 4 258 qq de 60 kg a US\$ 300 por quintal, en el año 2013 la demanda asciende se vende al mercado a US\$ 300 el quinta, hay pedidos de 4 834 qq de 60 kg, se espera que en el año 2013 la demanda ascienda el 3% desde el punto de vista del caficultor.

A nivel de demanda en lo referente a los precios de bolsa de New York para café arábigo lojano. En 1997 presentó un precio promedio anual de 185,1 dólares/quintal; a partir de este año se demostró un descenso que se hace más agudo en el período 2000- 2004, alcanzando a 76,12 dólares/quintal. Es aquí que introduce a acrecentar partir del 2005, los precios de bolsa del café arábigo han ido incrementándose de 108,73 dólares (año 2005) a 164,55 dólares por quintal en el año 2010. En el 2011, los precios referenciales del café arábigo, en la bolsa de Nueva York, han poseído un crecimiento acelerado, obteniendo un promedio de USD\$253,44 dólares/quintal.

Las situaciones biofísicas óptimas y/o aceptables para el establecimiento del cultivo; así pues que para la elaboración de características organolépticas que satisfagan los requerimientos de la demanda especializada. Las áreas con potencialidad biofísica para la producción de café

arábigo (MAG 1994). En el pertinente estudio se muestra que en el Ecuador constan 278.817 hectáreas con aptitud para la producción de café arábigo; Loja con 29.746 hectáreas (10,7%).⁴⁶

Cuadro # 21

Potencialidad Biofísica para la producción de cafés de altura, a nivel provincial.

DIVISION POLITICA ADMINISTRATIVA	POTENCIALIDAD BIO - FISICA (Hectáreas)				TOTAL
	OPTIMO	MUY BUENO	BUENO	BUENO con LIMITACIONES	
PROVINCIAS	(OP)	(MB)	(B)	(BL)	
Loja	3.040	7.698	18.290	718	29.746

FUENTE: Ministerio de Agricultura y Ganadería, CONEFAC (2013).

ELABORADO: Betty Bustamante R.

Según MAG las calidades organolépticas que satisfagan los requerimientos de la demanda especializada; El detalle del área con potencial biofísico para la producción de cafés de altura, a nivel de parroquias y cantones.

⁴⁶ Ministerio de Agricultura y Ganadería. 1994. Zonificación potencial del cultivo del café de altura. Programa Nacional del Café. 62 P y Mapas

Cuadro # 22

**Potencialidad Biofísica para la producción de cafés de altura,
a nivel de Loja.**

DIVISION POLITICA ADMINISTRATIVA: Provincia- Cantón- Parroquia	POTENCIALIDAD BIO - FISICA (ha)				SUBTOTAL (ha)		
	OPTIMO	MUY BUENO	BUENO	BUENO con LIMITACIONES	PROVINCIA	CANTON	PARROQUIA
	(OP)	(MB)	(B)	(BL)			
LOJA					29.746		
CALVAS						608	
Cariamanga			572				572
Utua			36				36
CELICA						1.806	
Celica			80				80
Cruzpamba			350				350
Pózul			1.376				1.376
CHAGUARPAMBA						238	
Buena Vista		34					34
Santa Rufina		120					120
Amarillos		84					84
GONZANAMA						422	
Changaimina			56				56
Sacapalca		76	290				366
MACARA						2.750	
Macará			702				702
La Victoria			996				996
Sabiango			1.052				1.052
PALTAS						3.922	
Catacocha		1.154					1.154
Cangonamá		96					96
Guachanamá		510					510
Lauro Guerrero		314					314
Olmedo		64					64
Orianga		796	626				1.422
San Antonio		66					66
Casanga		84	172				256
Yamana		40					40
PUYANGO						10.070	
Alamor	604	1.352	1.044	256			3.256
Ciano	756						756
El Arenal	1.432	688					2.120
El Limo			2.414				2.414
Mercadillo		224					224
Vicentino	248	1.052					1.300
SOZORANGA						2.334	
Sozoranga		676	754				1.430
Tacamoros			904				904
PINDAL						7.596	
Pindal			4.816				4.816
Chaquinal		268	224	100			592
12 de Diciembre			1.826	362			2.188
SUBTOTAL	3.040	7.698	18.290	718	29.746	29.746	29.74

FUENTE: MAG, CONEFAC (2013).

ELABORADO: Betty Bustamante R.

El productor está completamente consciente de que al brindar un producto de característica, posee ventaja competitiva en el mercado, es por ello que se está trabajando constantemente en conseguir producto de mejor calidad, y también identificar las distintas zonas cafetaleras con potencial para producir cafés especiales tipo gourmet.

Para lograr un efecto tipo gourmet es obligatorio ejecutar una clasificación del producto a partir la semilla. Para ello, se están realizados estudios a los conocimientos de post-cosecha del café y su influencia en el atributo del producto en el cual también se estudian los efectos de la madurez del fruto sobre la calidad física y organoléptica del café arábigo de las provincias de Manabí, El Oro y por supuesto Loja.

3.4.3 Ventajas comparativas y competitivas.

El triunfo que obtiene el café lojano en los mercados internacionales se debe a nuestra ancestral cultura de sembrío y cosecha, así como a la permanente inversión en tecnología en este sector, que nos mantiene a la vanguardia de los más avanzados procesos, satisfaciendo las demandas más exigentes de café liofilizado, aglomerado, y tostado y molido.

En la actualidad, están aproximadamente 29.746/ha Potencialidad Biofísica para la producción de cafés de altura con valoración organoléptica de los mejores cafés Lojanos con potencial de especialidades a nivel de Loja; produciéndose de la misma forma café orgánico amigables a la naturaleza.

Entre las ventajas comparativas y competitivas del café de la provincia de Loja, son algunas que forman marcar diferencia con los demás competidores nacionales. Entre estas tenemos:⁴⁷

- Se oferta de dos tipos de café: El Arábigo natural, Arábigo lavado.
- Disponibilidad del producto durante la por temporada Abril-Agosto parte del año.
- Se tiene una variedad para cada gusto: verde, tostado y molido.
- Precios altamente competitivos a nivel internacional.
- Infraestructura de punta instalada para el procesamiento de los cafés.
- El café especial y extractos de café son productos con gran potencial de desarrollo.
- Ecuador está entre los 5 países de mayor y mejor producción de liofilizados.

Cando el productor tenga claro sobre la calidad de estos lugares las ventajas comparativas le permitirán conocer y explotar las actividades en donde la empresa tiene su ganancia superior al de sus competidores, es ahí en el cual las transforma a estas ventajas en competitivas.

⁴⁷ Mayo José, Presidente, FAPECAFES, & Bermeo Manuel, Cafetaleros Vilcabamba Cucanama, (2013).

El Conocer y usar estas ventajas, permitirán a los empresarios diseñar estrategias que conduzcan hacia el éxito del negocio. La clave del éxito entonces, es la armonización de las estrategias de negocios y las políticas con las ventajas comparativas.

3.5 PROYECCIÓN DE EXPORTACIÓN/VENTAS AL AÑO 2013

Según FAPECAFES dice que las proyecciones de exportación hacia nuevos mercados es abrir nuevos mercados de exportación ya que de esa manera de ayuda a los agricultores pagándoles a un mayor precio que es lo que ellos anhelan y en este año 2013 se abre un nuevo mercado Canadiense, que fue cliente él en año 2004 y vuelve otra vez este año. Según cafetaleros de Vilcabamba Manuel Bermeo otro nuevo mercado es china, ya que dice que se encuentran en conversaciones de negocios ya que es un buen mercado que si están interesados en hacer negocios ya que es uno de los mejores cafés de Loja seguido de Quilanga además ellos buscan que sus productos no sean mezclados con productos de Zamora, comentan que China paga a bueno precio dándole mejores resultados porque ellos buscar tener mejores ingresos para los agricultores les resulte seguir con el cultivo del café, el anhelo de ellos es no tener intermediarios porque dice que con intermediarios les queda ganancias muy bajas, sus según FAPECAFES sus perspectivas es seguir incrementando sus exportaciones a los países como: Australia, Europa y Estados Unidos, etc., ya que la venta del café vienen con buenas expectativas, el producto ha ganado mercado tanto nacional como internacional, es un producto que tiene ya una marcada demanda gracias al posicionamiento logrado a base de su calidad y precio en los diferentes mercados donde existe una gran competencia. Los conocimientos adquiridos por los productores en estos últimos años, como son la tecnificación de producción del producto, su comercialización, financiamiento, venta, exportación, renovación de plantación nueva y de mejor calidad etc., ha permitido proyectarnos con gran expectativa en busca de nuevos y mejores resultados para el nuevo año 2013.⁴⁸

Según el presidente de FAPECAFES José Mayo la proyección de exportación en ventas así como en todos los años depende como este la calidad + bolsa + certificados orgánicos + comercio justo; para este nuevo año 2013 está de venta al mercado a US\$ 300 el quinta, hay pedidos de 4 834 qq de 60 kg, en base a los pedidos que tienen para este nuevo año pero a demás está por confirmarse dos container pero esto está en por concretase, agrego que tienen conversaciones de negocio con Japón pero por motivos de precios no se han confirmado las venta. Es así que en el 2012 al mes de Diciembre se cerró con una exportación de 4 258 qq de 60 kg a US\$ 300 por quintal, mientras que en el 2011 fue de 12 160 qq de 60 kg a US\$ 320 y 350 por quintal.⁴⁹

⁴⁸ Mayo José, Presidente, FAPECAFES, & Bermeo Manuel, Cafetaleros Vilcabamba Cucanama, (2013).

⁴⁹ Mayo José, Presidente de FAPECAFES, abril-2013

Cuadro # 23

Proyección de exportación y venta de café lojano, para el año 2013

CAFÉ ARÁBIGO								
Año	Ventas Nacionales			Ventas externas			Total qq/US\$	
	Total qq.	US\$	Total US\$	Total qq.	US\$	Total US\$	C. Total. qq	V. Total US\$
2011	5 840,00	116,00	677 440,00	12 160,00	300,00	4 256 000,00	18 000,00	4 933 440,00
2012	1 113,00	120,00	133 560,00	4 258,00	300,00	1 277 400,00	5 371,00	1 410 960,00
2013	656,00	120,00	78 720,00	4 834,00	340	1 450 200,00	5 490,00	1 528 920,00

FUENTE: José Mayo, presidente de FAPECAFES, (2013)

ELABORADO: Betty Bustamante Rogel

3.5.1 Mercados internos.

Según la información del presidente de FAPECAFES, la comercialización del café Lojano la mayor parte de ventas queda para mercado local y un porcentaje muy bajísimo a mercados nacional, las ventas en el mercado nacional y local se hacen en empaques-fundas de 50 gr a US\$ 0,43, 250 gr a US\$ 1,58, ½ lb a US\$ 1,58, 1 lb a US\$ 3,17, 1 kl a US\$ 6,45, 3 lbs. a US\$ 9,05 estos precios se dan cuando la materia prima acido procesado entonces se vende en el mercado como café molido aquí se toman los costos de producción para sacar el precio de la venta del producto al mercado.

Figura # 13

Café molido de filtrar



FUENTE: FAPECAFES (2013)

Según el presidente de FAPECAFES los precios de venta del café en materia prima sin transformar son muy distintos los precios: 1 kl de café verde US\$ 3,30 kl, 1kl café tostado US\$ 3,96 kl, 1lb café verde US\$ 1,50 lb, 1 lb café tostado US\$ 1,80 lb, 1qq café tostado US\$ 120,00 qq.

Cuadro # 24

Precios materia prima

PRECIOS DE VENTA DE CAFÉ LOJANO EN MATERIA PRIMA NO TRANSFORMADO	
PESO	US\$
1 qq café tostado	120
1 lb café tostado	1,80
1lb café verde	1,50
1 kl café tostado	3,96
1 kl café verde	3,30

FUENTE: FAPECAFES (2013)

ELABORADO POR: Betty Bustamante Rogel

Según los cafetaleros de Loja dicen que el café que queda para nuestro consumo es el rechazo que no puede ser exportado por su baja calidad siendo así que el café de calidad se exportación.

El café lojano que más se consume es el café de filtrar. Además agrego que dentro de la venta nacional que hace FAPECAFES de café lojano el mayor porcentaje donde se vende es a Loja y en menor porcentaje a otras provincias.⁵⁰

Tomando como referencia en cantidades vendidas a nivel nacional y local del café lojano del 100% desde los años 2011-2013, en el año 2011 es de 5 840 qq a US\$ 116,00 qq con 76,75%, para el año 2012 con venta de 1 113 qq a US\$ 120,00 con 14,63% presenciándose una baja producción de 62,12%, por motivo que la roya ataca a planta y no produce, en este año 2013 otra vez tiende a subir los de café pero hasta este momento tienen confirmados para la venta de 656 qq a el precio de US\$ 120,00 qq con 8,62% de café arábigo cabe recalcar que son datos hasta Abril 2013.

⁵⁰ Mayo José, presidente de FAPECAFES,(2013)

Cuadro # 25

Ventas nacional 2011-2013

VENTA A MERCADOS NACIONAL			
Años	Venta total qq	US\$ qq	TOTAL US\$
2011	5 840	116,00	677 440,00
2012	1 113	120,00	133 560,00
2013	656	120,00	78 720,00

FUENTE: Mayo José, presidente de FAPECAFES, (2013)

ELABORADO POR: Betty Bustamante Rogel

Gráfico # 4

Total ventas nacionales de café lojano 2011-2013 en %



FUENTE: Mayo José, presidente de FAPECAFES, (2013).

ELABORADO: Betty Bustamante Rogel

3.5.1 Mercados externos.

Según el presidente de FAPECAFES nos dice que las exportaciones de café Lojano aumento aumento en un 2,71% para el año 2013, debiendo manifestar que tenemos un nuevos clientes en los mercados externos como es mercado Canadiense el cual fue cliente en el 2004 pero se desapareció, tan manifiesta que tienen conversaciones con Japón pero al momento no al concretado ningún negocio debido a precios, según los cafetaleros de Vilcabamba Cucan Manuel Bermeo dice que han enviado muestras a China para concretar negocios ya que es un buen mercado y pagan a buen precio.⁵¹

⁵¹ MAYO, J. presidente de FAPECAFES, & cafetaleros de Loja, (2013).

“La producción mundial de café 2012/13 subiría cerca de un 13% a 140 millones de sacos de 60 kilos debido a un año de alta cosecha en Brasil que es el mayor productor mundial de este producto, representantes de la Organización Internacional del Café (ICO).

La ICO espera una cosecha de 130 millones de sacos de café en 2011/12)” (COFENAC 2013).

Según el presidente del FAPECAFES (2013), las ventas de café tomando los datos de ventas en 100% desde el año 2011-2013, en el año 2011 dieron buenos resultados con ventas de 12 160 qq a US\$ 340,00 qq el precio en el exterior 57,21%, en cambio en el año 2012 la producción de café fue muy baja del por ende las exportaciones también bajan y fue 20,04% del total de ventas dando como resultados de 4 258 qq exportados al mundo a un valor de US\$ 300,00 qq, en este año 2013 las ventas de café otra vez vuelve a la alza con un porcentaje de 22,75% de ventas totales siendo la producción de 4 834 qq su precio se mantiene esto depende de varios factores el quintal de café arábigo esta en US\$ 300 qq para la producción de Loja.

Cuadro # 26

Cantidad en ventas de café lojano a mercados externos

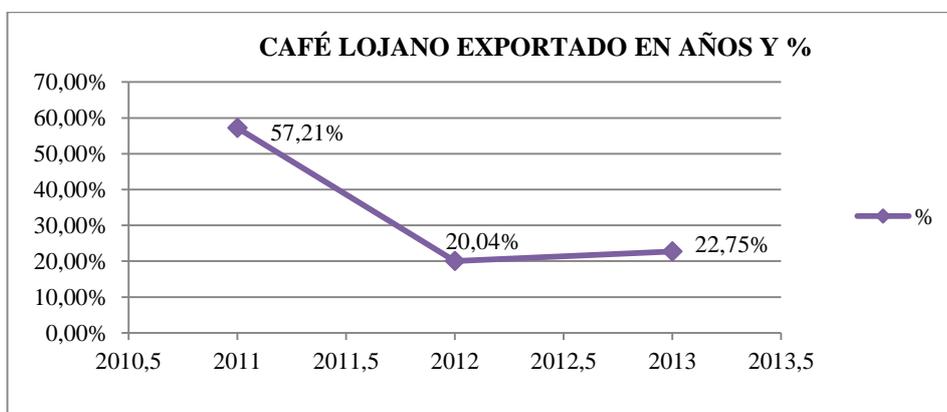
VENTA A MERCADOS EXTERNOS			
Año	Ventas total qq	US\$ qq	TOTAL US\$
2011	12 160,00	340,00	3 134 400,00
2012	4 258,00	300,00	1 577 400,00
2013	4 834,00	300,00	1 450 200,00

FUENTE: Mayo José, presidente de FAPECAFES, (2013).

ELABORADO: Betty Bustamante Rogel

Gráfico # 5

Café lojano arábigo exportado en total % y 2011-2013



FUENTE: Mayo José, presidente de FAPECAFES, (2013).

ELABORADO: Betty Bustamante Rogel

3.6 ANÁLISIS DE RESULTADOS

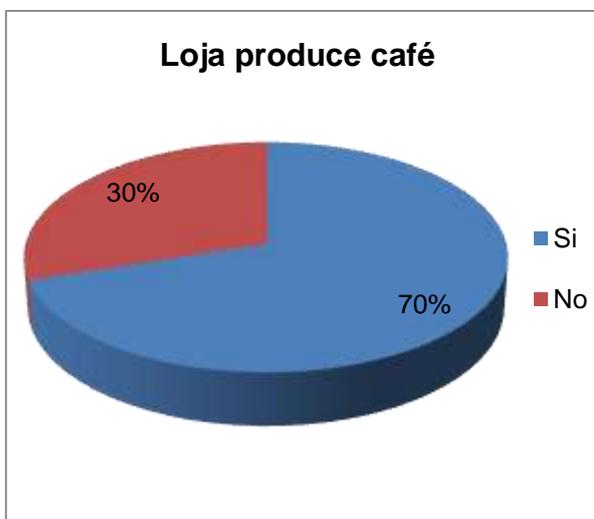
3.6.1 Encuestas realizadas a los productores de café de la provincia de Loja.

1. ¿Cree usted que Loja produce café para exportación?

Cuadro # 27

Variable	f	%
Si	14	70
No	6	30
Total	20	100

Gráfico # 6



Interpretación.

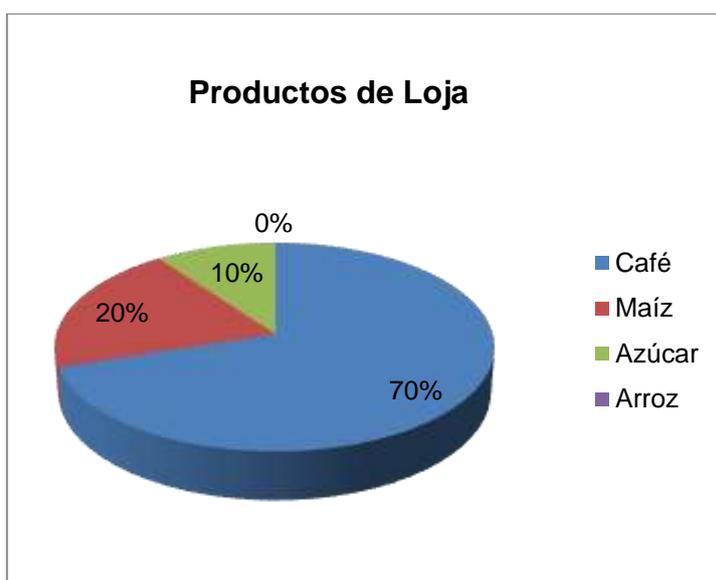
El 70% de los productores de café manifiestan que Loja si produce café para exportar y el 30% responden que no produce para la exportación.

2. De los productos que a continuación se detallan señale usted cuáles tienen más demanda en el mercado de la provincia de Loja?

Cuadro # 28

Variable	f	%
Café	14	70
Maíz	4	20
Azúcar	2	10
Arroz	0	0
Total	20	100

Gráfico # 7



Interpretación

El 70% de los productores de café manifiestan que el café tiene más demanda en el mercado lojano, el 20% contesta que es el maíz y el 10% señalan que es el azúcar.

3. Señale la opción que usted amerite ¿Su producción cafetalera a que mercado está dirigida?

Cuadro # 29

Variable	f	%
Local	2	10
Nacional	2	10
Internacional	16	80
Total	20	100

Gráfico # 8



Interpretación

El 10% de los productores de café manifiestan que la producción cafetalera está dirigida al mercado local, el 10% manifiestan que está dirigida al mercado nacional y el 80% dicen al mercado internacional.

4. ¿Cree usted que como productor de café aporta al desarrollo económico del país?

Cuadro # 30

Variable	f	%
Si	20	100
No	0	0
Total	20	100

Gráfico # 9



Interpretación

El 100% de los productores de café manifiestan que la producción de café aporta al desarrollo económico del país.

5. Elija la opción correcta ¿Cómo productor de café cuantas hectáreas de terreno destina a esta actividad?

Cuadro Nro. 31

Variable	f	%
1 a 5 hectáreas	15	75
6 a 10 hectáreas	3	15
Más de 10	2	10
Total	20	100

Gráfico # 10



Interpretación

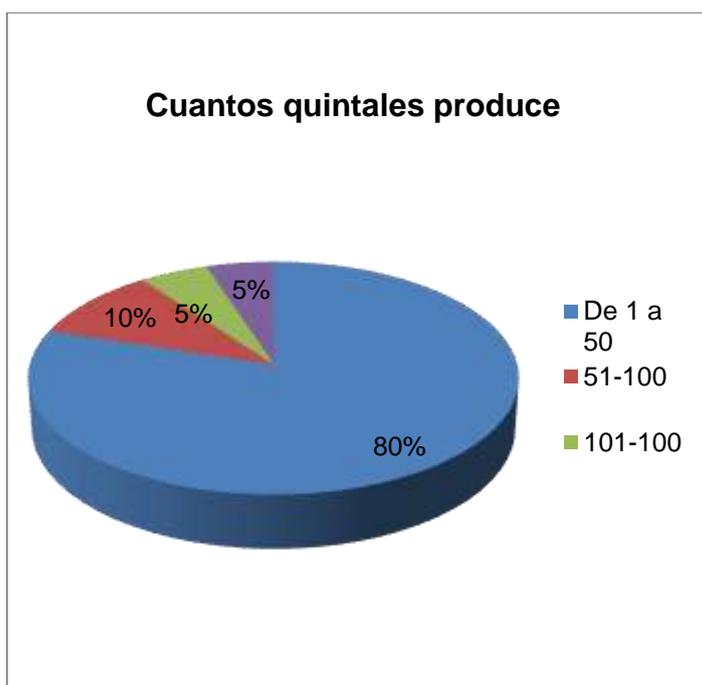
El 75% de los productores de café manifiestan que destina a la producción de café de una a 5 hectáreas, el 15% manifiestan que de 6 a 10 hectáreas y el 10% dicen que más de 10.

6. ¿Cuántos quintales de café produce por año?

Cuadro # 32

Variable	f	%
1- 50	16	80
51-100	2	10
101-500	1	5
Más de 500	1	5
Total	20	100

Gráfico # 11



Interpretación

El 80% de los productores de café manifiestan que la producción de café al año es de 1 a 50 qq al año, el 10% manifiestan que de 51 a 100 qq al año, el 5% contestan que 100 a 200 y el 5% más de 500 qq al año.

7. ¿Considera que el precio de su café es competitivo?

Cuadro # 33

Variable	f	%
Si	19	95
No	1	5
Tota	20	100

Gráfico # 12



Interpretación

El 95% de los productores de café manifiestan que el precio del café es competitivo, el 5% señalan que el precio de café no es competitivo.

8. ¿Para mejorar las ventas en el proceso de exportación, considera usted importante hacer una planificación?

Cuadro # 34

Variable	f	%
Si	19	95
No	1	5
Total	20	100

Gráfico # 13



Interpretación

El 95% de los productores de café manifiestan que para mejorar las ventas es importante hacer una planificación, el 5% señalan que no hace falta una planificación.

9. Elija su aporte económico ¿La comercialización de café que aporte económico le genera a usted por año?

Cuadro # 35

Variable	f	%
Muy buena	2	10
Buena	15	75
Regular	2	10
Mala	1	5
Total	20	100

Gráfico # 14



Interpretación

El 10% de los productores de café manifiestan que el aporte económico de la comercialización del café es muy bueno, el 75% manifiestan que es bueno, el 10% que es regular y el 5% manifiestan que es malo.

10. ¿Cuál cree usted que es el aporte económico que le genera el café al año?

Cuadro # 36

Variable	f	%
1.000 a 5.000	19	95
5.000 a 20.000	1	5
20.000 a 50.000	0	0
50.000 a 100.000	0	0
Total	20	100

Gráfico # 15



Interpretación

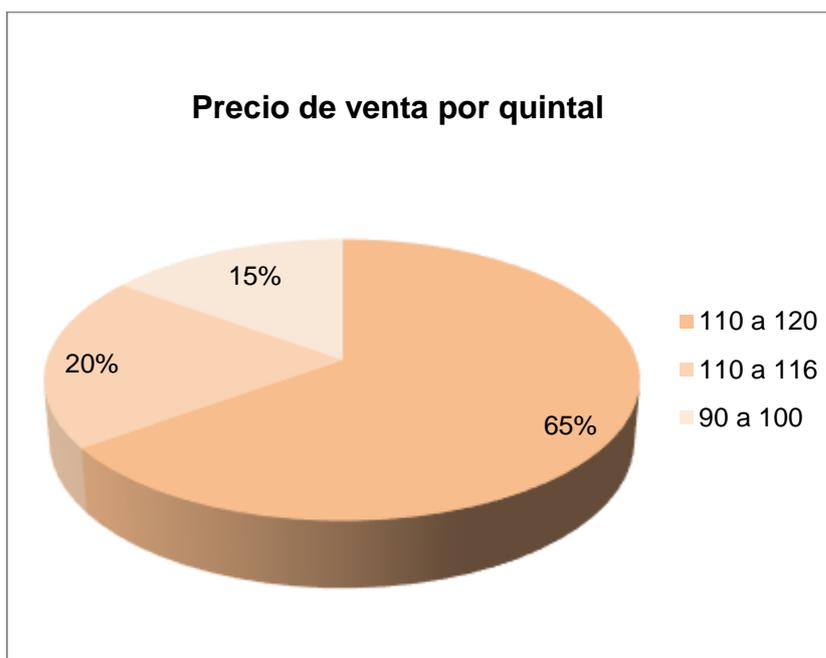
El 95% de los productores de café manifiestan que su aporte económico al año es de 1.000 a 5.000, el 5% manifiesta que es de 5.000 a 20.000 dólares.

11. ¿Cuál es el precio de venta por quintal de café en el año?

Cuadro # 37

Variables	f	%
110 a 120	13	65
110 a 116	4	20
90 a 100	3	15
Total	20	100

Gráfico # 16



Interpretación

El 65% de los productores de café manifiestan que el precio de café por quintal es de 110 a 120 dólares, el 20% manifiestan que es de US\$ 110 a 116 dólares y el 15% manifiestan que es de US\$ 90 a 100.

12. ¿Considera usted que la producción cafetalera lojana aporta significativamente a cubrir la demanda del mercado local?

Cuadro # 38

Variable	f	%
Si	8	40
No	12	60
Total	20	100

Gráfico #17



Interpretación

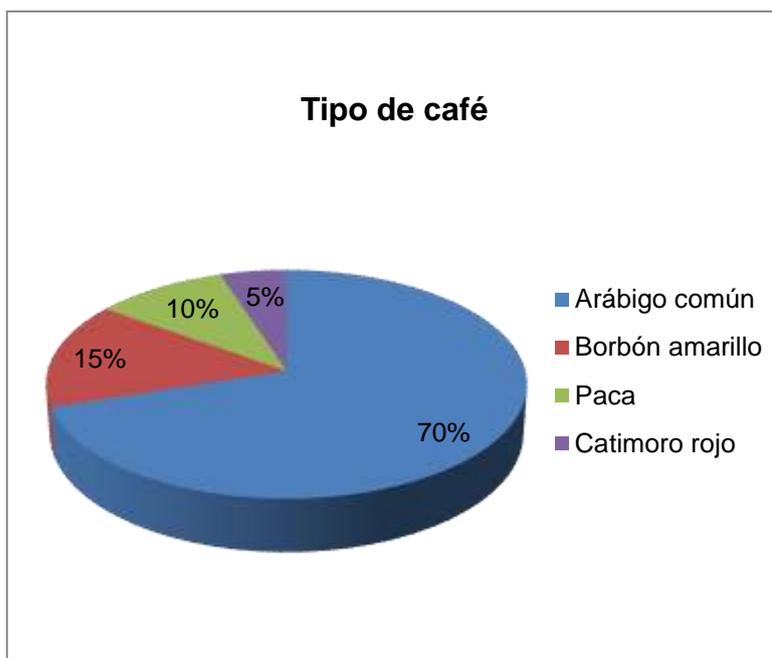
El 40% de los productores de café manifiesta que la producción cafetalera si aporta significativamente a cubrir la demanda del mercado local y el 60% manifiestan que no.

13. ¿Qué tipo de café usted produce?

Cuadro # 39

Variable	f	%
Arábigo común	14	70
Borbón amarillo	3	15
Paca	2	10
Catimoro rojo	1	5
Total	20	100

Gráfico # 18



Interpretación

El 70% de los productores de café manifiestan que el tipo de café que el produce es arábigo común, el 15 % señalan que producen café Borbón amarillo, el 10% manifiestan que produce café paca, y el 5% Catimoro rojo.

14. ¿Usted pertenece a una asociación de cafetaleros?

Cuadro # 40

Variable	f	%
Si	8	40
No	12	60
Total	20	100

Gráfico # 19



Interpretación

El 40% de los productores de café manifiestan que si pertenecen a una asociación cafetalera, el 60% manifiestan que no pertenecen a una asociación cafetalera.

15. ¿Usted exporta su café directo o por medio de una asociación?

Cuadro # 41

variable	f	%
Asociación	8	40
Intermediario	12	60
Total	20	100

Gráfico # 20



Interpretación

El 40% de los productores de café manifiestan que exportan su café por medio de una asociación y el 60% señalan que a través de intermediarios.

16. ¿Usted vende su producto a un mayorista que se encarga de exportar el producto?

Cuadro # 42

Variable	f	%
Si	12	60
No	8	40
Total	20	100

Gráfico # 21



Interpretación

El 60% de los productores de café manifiestan que venden su producto aun mayorista que se encarga de exportar el producto; el 40% manifiestan que lo exportan directamente.

17. ¿Cuánto tiempo demora la planta de café para producir?

Cuadro # 43

Variable	f	%
De 1 ½ a 3	20	100
De 1 a 4	0	0
Total	20	20

Gráfico # 22



Interpretación

El 100% de los productores de café manifiestan que el tiempo que demora la planta de café para producir es de 1 ½ a 3 años.

18. ¿Cuáles son las temporadas de cosecha?

Cuadro # 44

Variable	f	%
Abril, Mayo, Junio, Julio	20	100
Mayo, Junio, Julio, Agosto	0	0
Total	20	100

Gráfico # 23



Interpretación

El 100% de los productores de café manifiestan que las temporadas de cosecha de café son entre Abril, Mayo, Junio, Julio.

19. ¿Cuáles son las temporadas altas de venta del café?

Cuadro # 45

Variable	f	%
Octubre, Noviembre, Diciembre	18	90
Diciembre, Enero, Febrero	2	10
Total	20	100

Gráfico # 24



Interpretación

El 90% de los productores de café manifiestan que la temporada alta de venta de café arábigo Lojano es los meses de Octubre, Noviembre, Diciembre; el 10% manifiestan que la temporada alta es Diciembre, Enero, Febrero de venta del café.

3.6.2 Entrevista a Representantes de FAPECAFES de Loja.

La presente información recaudada en la entrevista realizada al Presidente Señor José Mayo Hidalgo y al Director Ejecutivo Ing. Miguel Ángel de FAPECAFES en el cantón Catamayo provincia de Loja donde se encuentra ubicada la federación oficinas de FAPECAFES, me manifestaron: que la Empresa FAPECAFES nace como una iniciativa de poder exportar su producción de esa manera se asocian los de la zona de Puyango donde intervienen ONG con su asesoramiento para el proceso de exportación, esta pertenecen tres provincias del Sur del Ecuador cafetalera El Oro, Zamora, Loja, siendo su principal función la comercialización asociativa del café de la región Sur del Ecuador, constituyéndose en una organización privada sin fines de lucro, siendo sus principales clientes:

- ✓ EE.UU
- ✓ FRANCIA
- ✓ BELGICA
- ✓ INGLATERRA
- ✓ ALEMANIA
- ✓ CANADA

FAPECAFES considera el café lojano está a nivel de exportación, y el trabajo de ellos es buscar más mercados, mejores precios para que estas exportaciones puedan retribuirse en mejores ingresos de los pequeños productores, pudiendo así fortalecer sus economías, y combatir a la pobreza de su sector.

EE.UU, es el principal mercado donde se coloca el producto, y Colombia es el principal competidor en el mercado extranjero, a pesar de que gran parte del producto se le vende a este país por medio de algunos intermediarios minoristas y mayoristas. También pudimos conocer que el café Lojano no se ubica en el primer lugar en volumen debido a su baja producción por la plaga de roya siendo el más perjudicial, ojo de pollo entre otros motivos son plantas muy antiguas, no tienen apoyo tecnificado, falta de empréstitos, el café más preferido de la provincia de Loja es el de Quilanga ubicado exactamente en San Antonio de las Aradas siendo así café de las alturas y ecológico haciéndose acreedor de los primeros lugares de la “taza dorada” comercializándose en el exterior a US\$ 300,00 qq en el año 2012 va seguido por Vilcabamba su preferencia ya que se los conoce por su diferencia o algo incomparable como es ese aroma, sabor y cuerpo que los hace preferiblemente distinto. También hemos podido constatar que el café más preferido y mayor valor a nivel del Externo es el de Palanda llegando así a venderse en el exterior a US\$ 600,00 qq porque también es café de altura pero más ácido que va a gusto de cada paladar de las personas; estos los hace acreedor de sus calidades y cualidades.

En la presente entrevista también pudimos conocer que los meses de Junio-Octubre es lo que se le denomina temporada alta y de Enero-Abril es lo que se lo denomina temporada baja de exportación del producto. FAPECAFES también tiene como proveedores a las provincias de El Oro y Zamora, todo esto con el ánimo de cubrir la demanda de sus clientes. Todo esto ha llevado a que exista una demanda insatisfecha puesto que la demanda supera a la oferta del mercado.

Los representantes manifestaron que la fijación del precio de café lojano depende mucho de la calidad de café que se está ofreciendo y puede ser:

- Café orgánico Comercio Justo
- Café Tradicional Comercio Justo
- Café orgánico
- Café Tradicional
- Café gourmet o especial

Agrego que la mayor parte de los casos el precio, lo que se negocia son los premios o diferenciales por calidad que se deben aplicar, ya que el precio dependerá en algunos casos de cómo varía el precio internacional del café en la Bolsa de New York. En ciertos casos, se puede negociar precios fijos, que son independientes de la bolsa de New York, pero es muy riesgoso ya que nunca se sabe los niveles de precios que pueda alcanzar en el futuro el precio del café, por lo que es recomendable, en este caso fijar con precios altos de tal manera que se minimice el riesgo.

Al analizar los precios ellos considera que Loja exporta en el año 2011 un promedio de venta de 12 160,00 qq de café, mientras que en el año 2012 se 4 258,00 qq a la vez teniendo en cuenta que el año 2013 se tendrá en venta 4 834,00 qq de café tostado, dando como resultado una subida de 2,71% de producción y se espera a que llegue al 3% supo manifestar el representante de FAPECAFES que no hay mas subida debido a las plagas que atacan a las plantas y al fruto, también manifestó que es ventajoso asociarse a nivel de productores el requisito es tener producción cafetalera, ya que así se puede conseguir mejores precios en el mercado, programas de gobierno como apoya a las asociaciones, asistencia técnica, precio, financiamiento.

FAPECAFES comercializa exclusivamente el café arábigo es el más preferido en los mercados externos por sus características físicas: tamaño, color, forma de los granos. Las características organolépticas con las propiedades intrínsecas que son: aroma, sabor, acidez, cuerpo de la bebida. El valor nutritivo tiene que ver con el contenido que es: antioxidantes, cafeína, otras sustancias químicas que contribuyen a la buena salud de los consumidores. Se oferta café de apariencia visual se basa en la presentación: grano, elaborado. Café de estado

sanitario se relaciona con ausencia de: contaminantes químicos, microbianos todas estas cualidades es el que Loja produce manifestaron los representantes de FAPECAFES.

Para ponerlo fuera de nuestro país tiene que seguir algunos pasos exigidos por sus posibles:

- ✚ Contacto con importadores
- ✚ Envío de muestras
- ✚ Negociación de contratos
- ✚ Fijación de precios
- ✚ Reserva naviera
- ✚ Tramites de aduana y banco central
- ✚ Preparación café para la exportación
- ✚ Envío de muestra de pre-embarque
- ✚ Envío de café al puerto
- ✚ Consolidación de contenedor en el puerto
- ✚ Recolección de documentos de exportac
- ✚ Envío de documentos a clientes
- ✚ Tramite de certificado de transacción
- ✚ Seguimientos de cobro y ventas.

Al finalizar me informaron que en Loja hace falta fabricas de transformación de materia prima con su respectivo sello el motivo es que por muchas limitantes como falta de apoyo tanto económico, falta de iniciativa de emprender, charlas.

Hasta aquí me pudo explicar, considerando otra información de carácter reservada limitándose a contestarla.

Esta es la información que se puedo recaudar gracias a la entrevista realizada al representante de FAPECAFES en la ciudad de Catamayo, misma que me servirá de mucho para la elaboración de la presente investigación.

CONCLUSIONES

Y

RECOMENDACIONES

Conclusiones

En la presente investigación podemos concluir lo siguiente:

El posicionamiento del café lojano en el mercado externo tiene una acogida muy buena por su calidad que el café lojano depende de características físicas y organolépticas, del valor nutritivo, de la apariencia visual y del estado sanitario su promedio global en sus características organolépticas en la escala de 0-5 es de 3,3%, es uno de los mejores cafés de Sudamérica pero sin embargo le hace falta llegar a la excelencia.

En el mercado exterior existe una demanda muy baja en comparación a la oferta y el volumen de exportación de café lojano en el año 2012 se exportó 4 258,00 qq y en el año 2013 hay una exportación aproximadamente de 4 258,00 qq. Loja tiene una baja exportación.

Como problemas se puede detectar las plantaciones de cafetales viejos, baja productividad, reducida área de cultivo, no hay incentivos para la producción, falta de tecnologías apropiadas para el manejo, poca asociatividad entre los productores, no hay créditos para la producción, mínimo abastecimiento de semilla y materiales, no hay incentivos para la producción.

El café lojano en el mercado externo tiene los mejores precios diferenciales en premios en el año 2011 los precios fueron de US\$ 300,00 qq, en el 2012 se mantuvieron los precios US\$ 300,00 qq, 2013 sube a US\$ 340 qq sin embargo los precios no llegan a los 90, además el caficultor tiene muy poco ingreso económico.

Entre sus principales clientes que demandan el café lojano tenemos EE.UU, Francia, Bélgica, Inglaterra, Alemania.

Se conoce que tienen poca y casi nada acceso a la información por los medios de comunicación como de clientes externos, precios, ventas, además no cuentan con una central de investigación.

Recomendaciones

Se recomienda que siga mejorando en las características físicas y organolépticas por las deficiencias en el proceso post cosecha, en valor nutritivo, de la apariencia visual y del estado sanitario, además participando en los concursos de la taza de la excelencia esmerándose hasta llegar a la excelencia.

Aumentar la demanda para satisfacer la oferta asociándose los caficultores, pedir ayuda de inmediato a los gobiernos sectoriales y aumentar las políticas del Estado a favor de su producto con créditos, charlas, incentivo y ayuda tecnificada.

El gobierno nacional está en la obligación de apoyar a los productores con la renovación y nuevas siembras de cafetales dando garantía de material genético para la siembra y ayudar en los problemas fitosanitarios, diseñar e implementar políticas para fomentar el cultivo de café en las zonas con mayor agroecológicas, dar asistencia técnica y capacitación calificada además apoyar con la infraestructura de apoyo a la agricultura, apoyar con investigaciones de mejoramiento genético, cooperar las entidades internacional e instituciones del Estado con las coordinaciones de asociatividad, implementar políticas crediticias más flexibles y accesibles para que puedan acceder a créditos inmediatos, los mismos que vendrían a fortalecer la producción y por ende un rendimiento productivo mucho mayor.

Buscar nuevos mercados para colocar el café a mejores precios hasta llegar sobre los 90 para arriba además por medio de ayuda del gobierno eliminar los intermediarios para exportar directamente el café lojano dar a conocer los precios externos.

Tener manejo prolijo de toda información de sus compradores, con el ánimo de dar un seguimiento a su producto, donde es su destino final, que novedades tiene sobre el producto, etc. Estar en contacto con información ya sea esta proveniente el internet, televisión, radio, prensa, hace que los productores tengan un conocimiento más certero real y científico del mercado nacional e internacional y poder llevar sus propias conjeturas con respecto a su producto y no dejarse sorprender por falta de conocimiento, esta información que pueda recabar también le servirá para proyectar su producción y venta hacia nuevos mercados.

BIBLIOGRAFÍA.

- ◆ DUICELA, L. Diagnostico sector café Ecuador, (2010) COFENAC. Portoviejo Ecuador.
- ◆ El proceso de comercialización y exportación asociativa del café, (2009). FAPECAFES. Material de capacitación, Ecuador
- ◆ Hilten, H Jan Van; Fisher, PJ. 2002. Café: Guía del exportador. Ginebra, CH, Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC
- ◆ Instituto Salvadoreño de Investigación del Café. (2010) Técnicas Modernas para el cultivo de Café. El Salvador. Isic. 1983
- ◆ KRUF. Duicela. G, CORRAL. R, RENDÓN. F, (2007) Cafés de altura Ecuador. Ediciones Soler, Quito
- ◆ MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería, EC). 2002. Tercer censo nacional agropecuario. Resultados nacionales y provinciales. INEC, MAG, SICA, Quito
- ◆ Ministerio de Agricultura y Ganadería. (1994). Zonificación potencial del cultivo del café de altura. Programa Nacional del Café.
- ◆ Sánchez. P, (2008) Normativa de producción comercialización orgánica para el café, Zamora Graficar

Bibliografía de sitios web:

- ◆ ANECAFE, (2008). Curso teórico practico de análisis de la calidad física y organoléptica de los cafés arábigos. Disponible en: <http://www.anecafe.org.ec/129-curso-teorico-practico>
- ◆ Café del Ecuador, (2013). En línea: <https://sites.google.com/site/exportcafeecuador/exportaciones-y-mercados>
- ◆ COFENAC, (2010). Influencia de métodos de beneficio sobre la calidad organoléptica del café arábigo informe técnico. Disponible en: <http://www.cofenac.org/wpcontent/uploads/2010/11/2-Arabica-Postcosecha>
- ◆ COFENAC, (2011). El sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico. Disponible en: http://www.cofenac.org/2010/09/Diagnóstico-Sector-Café-Ecu_enero2011

- ◆ COFENAC, (2012). Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico. Disponible en: www.cofenac.org/sector-cafetalero-nacional/
- ◆ COFENAC, (2013). Situación del sector cafetalero ecuatoriano, diagnostico. Disponible en: www.cofenac.org/sector-cafetalero-nacional/
- ◆ FAPECAFES, (2013). Cafés del Sur del Ecuador en línea: www.fapecafes.org.ec
- ◆ Fundación para Conservación y Desarrollo, (2013). En línea, http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php
- ◆ PECAFES (2013). Socios. En línea, www.fapecafes.org.ec/index.php/socios
- ◆ PROECUADOR, (2013). Guía, Comercial de la Republica del Ecuador. Disponible en: http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PROEC_GC2013_ECUADOR.pdf#page=23&zoom=auto,0,619
- ◆ Wikipedia (2011).La planta del café, Coffea arábica-Cafeto. Disponible en: <http://plantasyjardin.com/2011/11/la-planta-del-cafe-cofea-arabica-cafeto/>

Periódico en web

- ◆ El diario. (2011). La producción del café subió un 21% 2011, consultado el Jueves 26 de mayo 2011. Disponible en: <http://www.eldiario.com.ec/noticiasmanabiecuador/192979-la-produccion-del-cafe-subio-un-21-este-año>
- ◆ El Telégrafo, (2011). La producción orgánica de café se duplica en el país, consultado el 15 noviembre 2011. Disponible en: <http://www.telegrafo.com.ec/actualidad/item/la-produccion-organica-de-cafe-se-duplica-en-el-pais.html>
- ◆ El universo, (2002).Loja provincia de devoción y sacrificio, consultado el Martes 31 de diembre del 2002. Disponible en: <http://www.eluniverso.com/2002/12/31/.html>
- ◆ La hora, (2013). Ecuador se promociona con café lojano, consultado el 30 de abril de 2013. Disponible en:www.lahora.com.ec/index.php.
- ◆ La hora, (2013). En el sur está el mejor café, consultado el Domingo 3 de junio de 2012. Disponible en: <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show>

Monografía y tesis en web

- ◆ CÁRDENAS, F. & FRANCISCO, MACIAS, WASHIGTON, (2009). Cafés especiales tipos, productores y mercado Internacional, tesis. Disponible en: <http://www.dspace.espol.edu.ec>

- ◆ CORONEL, Manuel, (2010). Estudio del café especial Ecuatoriano, Proyecto Final de Máster, FUNIBER. Quito. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/105039738/Coronel-Feijo-Manuel-Alberto-PFM>

- ◆ LÓPEZ, Paulina, (2010). El café y sus características, monografía. Disponible en: <http://www.monografias.com/cafe-y-sus-caracteristicas>

- ◆ Pedra Antonio, CAIA, (2013). El mercado del café y sus expectativas de cara a 2013. Disponible en: <http://inbestia.com/blogs/post/el-mercado-del-cafe-y-sus-expectativas-de-cara-a-2013>

- ◆ ROSERO, T. M & SALAS, G. N, (2011). Estudio de factibilidad para la industrialización y exportación de café en sachets por la asociación agroartesanal de caficultores río Intag hacia Chile, proyecto. Disponible en: <http://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/39/1/T72658.pdf>

- ◆ Varnam, Alan; Sutherland, Jane P. Bebidas: Tecnología, química y microbiología. Zaragoza, (1996). Acribia. ICO International Coffee Organization <http://www.mundoheladoconsulting.com/Notas/MatPrimas>

- ◆ VISCARRA, Sara, (2012). Evaluación morfológica del cultivo de café (*Coffea canephora*) en dos sistemas agroforestales y tres tipos de abono, tesis. Disponible en: <http://www.biblioteca.ueb.edu.ec/bitstream>

- ◆ ZEAS, Karina, (2010). Investigar el café Zarumeño de Provincia del Oro y propuesta gastronómica, tesis. Disponible en: <http://repositorio.ute.edu.ec/>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La universidad Católica de Loja

DISEÑO DE LA ENCUESTA
ENCUESTA AL PRODUCTOR

La información recaudada en la presente encuesta servirá para el desarrollo de mi tesis previa la obtención de Titulación de Ing. En Administración de Empresas.

El objetivo es determinar cómo aporta al desarrollo económico del país la exportación del café lojano.

1. ¿Cree usted que Loja produce café para exportación?

SI -----

NO -----

¿Por qué? -----

2. De los productos que a continuación se detallan señale usted cuales tienen más demanda en el mercado de la provincia de Loja ¿Entre los productos que se producen en la provincia de Loja cual considera que tiene más demanda en el mercado?

- a. Café -----
b. Maíz -----
c. Azúcar -----
d. Arroz -----

3. Señale la opción que usted le amerite ¿Su producción cafetalera a que mercado está dirigida?

- a. Local -----
b. Nacional -----
c. Internacional -----

4. ¿Cree usted que como productor de café aporta al desarrollo económico del país?

SI -----

NO -----

¿Por qué? -----

5. Elija la opción correcta ¿Cómo productor de café cuantas hectáreas de terreno destina a esta actividad?

a. 1 a 5 hectáreas -----

b. 6 a 10 hectáreas -----

c. Más de 10 hectáreas -----

6. Señale cual es su cantidad de producción de café ¿Cuántos quintales de café usted produce por año?

a. 1 – 50 -----

b. 51- 100 -----

c. 101- 500 -----

d. Más de 500 -----

7. ¿Considera que el precio de su café es competitivo en el mercado?

SI -----

NO -----

¿Por qué? -----

8. ¿Para mejorar las ventas en el proceso de exportación, considera usted importante hacer una planificación?

SI -----

NO -----

¿Por qué? -

9. Elija su aporte económico ¿La comercialización de café que aporte económico le genera a Usted por año?

- a. Muy bueno -----
- b. Bueno -----
- c. Regular -----
- d. Malo -----

10. ¿Cuál cree usted su aporte económico que le genera el café al año?

11. ¿Cuál es el precio de venta por quintal de café en el año 2012, año 2013 y que precio se le daría al próximo semestre del 2013?

12. ¿Considera Usted que la producción cafetalera lojana aporta significativamente a cubrir la demanda del mercado local?

SI -----

NO -----

¿Por qué? -----

13. ¿Qué tipo de café usted produce? ¿Por qué?

14. ¿Usted pertenece a una asociación de cafetaleros?

SI -----

NO -----

¿Por qué? -----

15. Usted exporta su café directo o por medio de una asociación?

Por que

16. ¿Usted vende su producto a un mayorista que se encarga de exportar el producto?

SI -----

NO -----

Porque

17. ¿Cuánto tiempo demora la planta de café para producir?

18. ¿Cuáles son las temporadas de cosecha y venta de café?

19. ¿Cuáles son las temporadas altas de venta del café?

GRACIAS

DISEÑO DE ENTREVISTA

ENTREVISTA A FAPECAFES

La información recaudada en la presente entrevista servirá para el desarrollo de mi tesis previa la obtención de Titulación de Ing. en Administración de Empresas.

El objetivo es determinar cómo aporta al desarrollo económico del país la exportación del café lojano.

1. Cuando nace FAPECAFES.

- 2.Cuál es la principal actividad de FAPECAFES

3. FAPECAFES es una asociación particular o del estado

4. Cuáles son sus principales clientes.

-----Considera Usted que el café lojano está a nivel de exportación.

5. De qué manera cree Usted que la producción de café lojano aporta a la economía del país.

6.Cuál es su principal mercado donde coloca el producto.

7.Cuál es su competidor más directo.

8. Cree usted que Ecuador y su provincia de Loja se ubica en el primer lugar de exportaciones

9. Cuáles son las temporadas de café que se exporta

10.Cuál es la temporada baja y temporada alta de exportación de café. ¿Por qué?

11.Cuál es su promedio anual de exportación de quintales de café.

12. Amas de la producción lojana, cuales más se constituyen en sus proveedores.

13. A qué atribuye Usted la fijación del precio del café.

14. ¿Cuál es el precio venta en los mercados externos según el tipo o calidad de café en el año 2012, año 2013 primer semestre y cuál sería el precio en el segundo semestre del 2013?

15. ¿Por qué los productores de café deben asociarse?

16. Cómo hacer para pertenecer a la asociación de cafetaleros

17. ¿Qué son las asociaciones de base? Para que sirven.

18. Qué tipo de café lo prefieren más los mercados externos. ¿Por qué?

19. Qué tipo de café tiene mejor calidad y aroma ¿Por qué?

20. Que tipo y calidad de café produce más Loja y su provincia

21. Pasos como se exporta el café.

22. En Loja existen fábricas de transformación de la materia prima con su respectivo sello ecuatoriano. SI o NO, si no lo han hecho cuáles son sus limitantes.

23. ¿En el mercado externo porque cree usted que lo prefieren al café Lojano?

GRACIAS.