

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA**

**ESCUELA DE POST GRADO
MAESTRÍA EN AGRONEGOCIOS**



**“COMPETITIVIDAD DE LA CADENA PRODUCTIVA DE CAFÉ
ORGANICO EN LA PROVINCIA DE LA CONVENCION, REGIÓN CUSCO”**

Presentado por:

EDWIN NAHUAMEL JACINTO

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE
MAGÍSTER SCIENTIAE EN AGRONEGOCIOS**

Lima - Perú

2013

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA**

**ESCUELA DE POST GRADO
MAESTRÍA EN AGRONEGOCIOS**

**“COMPETITIVIDAD DE LA CADENA PRODUCTIVA DE CAFÉ
ORGANICO EN LA PROVINCIA DE LA CONVENCION, REGIÓN CUSCO”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE
MAGÍSTER SCIENTIAE**

Presentado por:

EDWIN NAHUAMEL JACINTO

Sustentada y aprobada ante el siguiente jurado:

Mg.Sc. Gorki Llerena Lazo de la Vega
PRESIDENTE

Mg.Sc. Leoncio Fernández Jeri
PATROCINADOR

Dr. Ampelio Ferrando Perea
MIEMBRO

Mg.Sc Luis Espinoza Villanueva
MIEMBRO

DEDICATORIA

A DIOS por estar siempre en mí, demostrándome tantas veces su existencia, y con ello darme fuerzas para salir adelante en momentos difíciles de mi vida.

A mis hermanos:

Climaco, por su sólida fe y apoyo incondicional, pilar fundamental en mi crecimiento personal.

Yovana, mi más grande agradecimiento, por su confianza y apoyo inagotables.

Robert, por su franqueza y apoyo moral.

Basilides, Walter, Yesenia y Sándor; a cada uno de ellos mi agradecimiento por la sutil combinación de cariño y apoyo.

A todos ellos mi gratitud...

*La vida es como montar una bicicleta,
si queremos mantenernos en equilibrio;
tenemos que seguir avanzando.
Albert Einstein.*

AGRADECIMIENTO

*Expreso mi gratitud:
A los profesores:*

Al Asesor Mg. Sc. Leoncio Fernández, por su denodada dedicación, acertadas sugerencias, y la confianza transmitida, que fueron factores claves para la obtención del resultado final.

Así mismo de manera especial a los profesores Mg. Sc. Luis Enrique Villanueva, Dr. Ampelio Ferrando y Mg CPC Demetrio Tello por compartir sus conocimientos y experiencias

A la Central de Cooperativas Agrarias COCLA por la información facilitada para la realización del presente trabajo.

Y a tantas personas e instituciones que no menciono aquí, pero que los llevo en mi corazón

CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1. Enunciado del problema	2
1.1.2. Formulación del problema.....	3
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.2.1. Objetivo general	3
1.2.2. Objetivos específicos.....	4
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3.1. Conveniencia	4
1.3.2. Implicancias prácticas.....	5
1.3.3. Relevancia	5
1.3.4. Valor teórico	5
1.3.5. Utilidad metodológica	6
II. REVISIÓN DE LITERATURA	7
2.1. ANTECEDENTES	7
2.2. MARCO TEÓRICO	10
2.2.1. Competitividad	10
2.2.2. Cadenas productivas y análisis de cadenas.....	15
2.2.3. El cultivo del café	21
2.3. MARCO CONCEPTUAL	22
2.3.1. Agricultura orgánica.....	22
2.3.2. Café Orgánico.....	22
2.3.3. Características del grano del café	23
2.3.4. Producto orgánico.....	24
2.3.5. Procesamiento del café	25
2.3.6. Estándares del control de calidad del café.....	27
2.3.7. Principio de la agricultura orgánica.....	27
2.3.8. Proceso de evaluación	27
2.3.9. Usos del café.....	30
III. MATERIALES Y MÉTODOS	31
3.1. MATERIALES	31

3.2.	MÉTODOS.....	31
3.2.1.	Tipo de investigación.....	31
3.2.2.	Formulación de la hipótesis.....	33
3.2.3.	Identificación de variables.....	33
3.2.4.	Diseño de la investigación.....	34
3.2.5.	Población y muestra.....	34
3.2.6.	Instrumentos de colecta de datos.....	36
3.2.8.	Fuentes.....	36
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
4.1.	SITUACIÓN ACTUAL DEL CAFÉ.....	38
4.1.1.	Producción mundial de café.....	38
4.1.2.	Principales importaciones mundiales.....	39
4.1.3.	Precios del café a nivel de la bolsa de Nueva York.....	43
4.1.4.	El café en el Perú.....	47
4.2.	CARACTERÍSTICAS DE LA CADENA PRODUCTIVA DE CAFÉ ORGÁNICO EN LA PROVINCIA DE LA CONVENCION.....	54
4.2.1.	Zona de estudio.....	54
4.2.2.	Productores.....	58
4.2.3.	Cooperativas y empresas exportadoras de café.....	58
4.2.4.	Cadena productiva del café orgánico.....	61
4.2.5.	Cadena de valor del café orgánico.....	65
4.2.6.	Cadena de valor del café orgánico relacionado a los actores y co-actores.....	78
4.2.7.	Análisis del costo de rentabilidad de la producción del café orgánico.....	84
4.2.8.	Análisis FODA de la cadena productiva de café orgánico.....	86
4.2.9.	Análisis de competitividad de la cadena productiva del café orgánico.....	95
4.2.10.	Análisis de puntos críticos de la cadena.....	106
4.2.11.	Mecanismos de diálogo y concertación para mejorar la competitividad del sector.....	109
	CONCLUSIONES.....	110
	RECOMENDACIONES.....	112
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	113

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01: Indicadores de producción de café por regiones años 2008-2011	48
Cuadro N° 02: Población de la provincia de La Convención	55
Cuadro N° 03: Población de la provincia de La Convención	55
Cuadro N° 04: Relación café verde con la extensión de terreno	84
Cuadro N° 05: Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	88
Cuadro N° 06: Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)	91
Cuadro N° 07: Matriz FODA cadena productiva-café orgánico-provincia La Convención.....	92
Cuadro N° 08: La competitividad del café orgánico: Fortalezas y debilidades	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01: Las 5 fuerzas competitivas de Porter	11
Figura N° 02: Presentaciones del café	26
Figura N° 03: Sistema de clasificación del café.....	29
Figura N° 04: Producción Mundial de Café-2011	38
Figura N° 05: Importaciones mundiales de café 2012.....	39
Figura N° 06: Importaciones de café en Estados Unidos.....	41
Figura N° 07: Importaciones de café en Alemania.....	42
Figura N° 08: Importaciones de café en Japón.....	43
Figura N° 09: Precio del café en los 2 últimos años	44
Figura N° 10: Precio del café año 2012	45
Figura N° 11: Precio del café en el primer semestre del año 2013	46
Figura N° 12: Precio del café por días (08 al 12 de Julio 2013)	47
Figura N° 13: Principales regiones productoras de café 2011	49
Figura N° 14: Superficie cultivada de café orgánico por regiones.....	50
Figura N° 15: Exportaciones de café de Perú.....	52
Figura N° 16: Cadena productiva del café orgánico.....	63
Figura N° 17: Cadena de valor del café organico.....	66
Figura N° 18: Proceso de exportación del café orgánico.....	75
Figura N° 19: Cadena de valor del café orgánico: actores y co-actores	79

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia-competitividad de la cadena productiva de café orgánico .	119
Anexo 2: Matriz de contrastación de hipótesis.....	121
Anexo 3: Definición conceptual y operacional	122
Anexo 4: Operacionalización de las variables	123
Anexo 4: Cuestionario a productores.....	124
Anexo 6: Cuestionario a empresas exportadoras de café orgánico	126
Anexo 7: Costos de mantenimiento de una hectárea de café en la provincia de La Convención.....	128
Anexo 8: Costos de mantenimiento de una hectárea de café en la provincia de La Convención.....	129
Anexo 9: Análisis de rendimiento de café pergamino	130
Anexo 10: Superficie cultivada de café organico por regiones 2009-2011	131
Anexo 11: Empresas exportadoras de café del Perú al mundo 2011	133
Anexo 12: Países exportadores de café-2012.....	135
Anexo 13: Países productores de café-2011	136

RESUMEN

La investigación analiza el nivel de competitividad de la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención, región Cusco, tomando en cuenta los aspectos externos, enfatizando los puntos críticos que la limitan, ya que para tener éxito en la comercialización de café en mercados dinámicos y exigentes, es necesario en primera instancia mejorar los niveles de productividad, rendimiento, costo y calidad del producto, por medio de mecanismos que reduzcan los costos de producción e incrementen la productividad; sin embargo, el desarrollo de la cadena productiva se ve afectada por una serie de limitaciones, como el escaso acceso al financiamiento, la escasa mano de obra, dependencia de los recursos provenientes del canon y sobrecanon, infraestructura rural inadecuada, débil integración y desarrollo tecnológico, así como apoyo institucional a las organizaciones cafetaleras.

Los instrumentos utilizados se ha basado en la aplicación de la metodología CADIAC, desarrollada por el IICA, habiéndose empleado 285 encuestas a los productores de café orgánico y se ha adaptado a la metodología de las cadenas de valor de Michael Porter vinculado a los distintos componentes que intervienen en la cadena productiva como: tecnología, mercado, asistencia técnica, capacitación, financiamiento y organización social.

Los factores competitivos que se ha identificado en la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención son en su mayoría en la fase de producción agraria como son la zona agroecológica apropiada produciendo café orgánico de calidad, el alto grado de asociatividad que existe en la zona, y la calidad de café ha ido mejorando, habiéndose logrado la denominación de origen como Café Machupicchu-Huadquiña, esto sumado a la adecuada infraestructura de procesamiento, le permite competir en mercados internacionales

Palabras clave: Competitividad, Café Orgánico, Cadenas Productivas.

ABSTRACT

The research analyzes the competitiveness level of coffee productive chain in La Convención Province - Cusco Region. The external aspects and critical points limiting the competitiveness are considered. The success of coffee commercialization in dynamic and exigent markets require increasing the productivity level, performance, cost and quality of commodities by mechanisms reducing the production cost and increasing de productivity. However, the development of coffee commodity chain is affected by constraints such as restraints in accessing finance, human resources, and resources coming from royalty and over-royalty, inadequate infrastructure, deficient integration and technological development as well as institutional support to coffee organizations.

The instrument applied is CADIAC methodology developed by IICA. 285 surveys has been used in producers of organic coffee and the adapted methodology of Michael Porter's value chain is related to distinct components of productive chain such as technology, market, technical assistance, training, financing and social organization.

The competitive factors identified in organic coffee's productive chain for La Convención province are mainly on agricultural production phase such as agroecological zone adapted for best growing conditions regarding the quality of organic coffee and high level of producer association in the zone which are increasing the coffee quality. The appellation of origin "Machupicchu-Hadquiña Coffee" obtained and appropriate processing infrastructure ensuring the effective competing with international markets.

Keyword: Competitiveness, Organic Coffee, Productive Chains.

I. INTRODUCCIÓN

El café es uno de los principales productos agrarios de exportación del Perú, cuyo cultivo se concentra en el café arábico (*Coffea arábica*), en las variedades Typica, Bourbon, Pache, Caturra y Catimor. En el año 2011, el Perú exportó café al mundo 294,951 toneladas con un valor FOB de 1,589 millones de dólares USD¹, ubicándose en el cuarto lugar de las exportaciones mundiales de este producto después de Brasil, Vietnam y Colombia; con una participación del 6.1%; de los cuales un 20% corresponde a café orgánico.

Asimismo el Perú es el primer país productor de café orgánico en el mundo. En el 2011, sus ventas superaron los 474 millones de dólares USD, de los cuales la provincia de La Convención en la región Cusco aportó el 14.47% de este producto, por lo que puede afirmarse que este producto tiene un gran potencial para explotar tanto a nivel nacional como internacional.

Es indispensable conocer de manera más estructurada el comportamiento de la cadena productiva de café orgánico, que se concentra principalmente en el café verde para exportación determinado por la fluctuación de precios del mercado mundial de este producto, lo que afecta tanto a la producción de la actividad cafetalera local, regional y nacional.

Primordialmente debe reconocerse que el sector cafetalero, conformado casi en su totalidad por miles de familias campesinas pobres, es la base de esta agroindustria de enorme importancia nacional, y que el sector campesino es el más vulnerable y el que asume el mayor costo de la crisis del café.

Es indudable que el enfoque y aplicación de acciones locales y regionales son indispensables para resolver los problemas del café y se dirige a producir café de alta calidad, con costos competitivos, incorporando al producto café los posibles atributos ambientales y de tecnología que tienen valor comercial, y adoptar las vías y medios más eficientes y equitativos para los productores cafetaleros en la comercialización de este producto.

¹ USD. Dólares americanos

La presente tesis realiza un análisis de la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención Región Cusco; con la finalidad de conocer los diferentes aspectos de la mencionada cadena, desde el punto de vista del productor, procesador y exportador, con el objeto de aportar verdadero valor a las decisiones estratégicas en cada eslabón de la cadena o de gestión en las empresas.

El propósito del presente trabajo también es elaborar una base de datos que permita apreciar en forma ordenada y sistemática todos los procesos de la cadena productiva del café y las condiciones de competitividad que caracterizan a esta importante zona productora de café orgánico y de esta manera formular estrategias de desarrollo y proyectos específicos en función de las condiciones reales de la zona: las posibles acciones, alianzas estratégicas y compromisos institucionales.

El estudio se inicia con el proceso de producción orgánica del café, el proceso de acopio y procesamiento para finalmente concluir con el proceso de exportación y comercialización.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Enunciado del problema

En los últimos años se ha visto reflejado la baja productividad en el cultivo del café, así como el bajo nivel tecnológico empleado en el cultivo, lo cual hace que existan dificultades y puntos críticos de carácter estructural en la competitividad de las cadenas productivas de café.

Por lo que es importante para los productores y empresas exportadoras investigar las características de la cadena productiva y la competitividad para tener éxito de todo el proceso lo cual va a influir en el mejoramiento continuo de la organización, por lo tanto describir y analizar la competitividad y la relación que existe con la cadena productiva constituye una preocupación permanente de los investigadores y los actores mencionados.

Así mismo existen deficiencias en cuanto al requerimiento de información sobre la cadena productiva de café en la provincia de La Convención Región Cusco área de mayor producción de café en el sur del país, a pesar de que esta zona posee condiciones climáticas favorables los rendimientos son bajos con relación a otras zonas del país.

Al estudiar la cadena productiva del café nos permitirá estructurar de cómo está conformada la cadena e identificar a los socios estratégicos (proveedores de materia prima, procesamiento y comercialización) de acuerdo a estas características se determinará los puntos críticos en el proceso productivo así como en la comercialización de este producto, aspectos que serán importantes para poder analizar la competitividad de la cadena.

1.1.2. Formulación del problema

1.1.2.1. Problema general

¿En qué medida la cadena productiva de café orgánico manejada actualmente permite al productor y exportador ser competitivos en la provincia de La Convención, Región Cusco?

1.1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la situación actual de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de La convención?
- ¿Cuál es la capacidad productiva de café orgánico de la provincia de La Convención para exportación?
- ¿Los costos de producción, procesamiento, transporte y comercialización del café orgánico de la provincia de La Convención, son competitivos?
- ¿Cuáles son los factores competitivos de la cadena productiva del café orgánico de la provincia de La Convención, Región Cusco?
- ¿Existen procesos críticos en la cadena productiva de café orgánico?

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Objetivo general

Analizar la competitividad de la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención en la Región Cusco.

1.2.2. Objetivos específicos

- Describir la situación actual de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de La Convención.
- Analizar la capacidad productiva de café orgánico de la provincia de La Convención para incrementar su exportación.
- Cuantificar los costos de producción, procesamiento, transporte y comercialización del café orgánico de la provincia de La Convención.
- Evaluar y analizar los factores competitivos en cada eslabón de la cadena productiva del café orgánico para mejorar la rentabilidad del producto.
- Analizar los procesos críticos en la cadena productiva de café orgánico de la provincia de La Convención en la región Cusco.

1.3. JUSTIFICACIÓN.

1.3.1. Conveniencia

El presente trabajo permite conocer los diferentes aspectos de la producción y comercialización del café orgánico, mediante el análisis de cada actor que interviene en la cadena; desde un enfoque del productor convenciano y los entes que participan en el proceso de exportación, es decir los canales de comercialización, para lograr mayor rentabilidad del producto.

El café es el principal cultivo de producción de la provincia de La Convención en la Región Cusco, por lo que la economía de los agricultores está en función a los precios internacionales de este importante producto, y por otro lado la provincia de La Convención en el año 2011 aportó el 14,47% de la producción total del café orgánico peruano, por lo que se hace imprescindible realizar el análisis de la cadena productiva de este producto, para determinar los puntos críticos así como los elementos estratégicos y conocer de manera objetiva el desempeño de los indicadores que determinan la situación actual y la perspectiva de la producción del café orgánico de la zona en estudio.

1.3.2. Implicancias prácticas

La demanda mundial de productos orgánicos está en crecimiento en los últimos años, pues la tendencia en el cambio de los hábitos de consumo de los habitantes ha desarrollado al sustituir su dieta por productos que no dañen al medio ambiente.

En este punto es necesario considerar la influencia que marca el consumidor cuyas exigencias son cada vez mayores. Actualmente el tema medioambiental ha trascendido los límites de lo sustentable de los recursos y se ha ampliado a nuevas formas de protección que involucran variables sociales, como por ejemplo, la producción de orgánicos, a través de la cual se asegura un manejo adecuado de los recursos, además de la disminución del riesgo que encierra, tanto para los agricultores como para los consumidores, el uso de químicos en el proceso productivo agrícola.

La presente investigación pretende contribuir al desarrollo de una caficultura rentable y viable en el nuevo panorama competitivo de modo tal que genere recursos en las aéreas rurales y permita una mayor capitalización en las actividades agrícolas y agroindustriales trayendo consigo impacto económico, social y ambiental positivo, favorable para el bienestar de los caficultores de la provincia de La Convención en la región Cusco y los demás agentes de comercialización.

1.3.3. Relevancia

La caficultura representa una de las principales actividades económicas productivas de nuestro país, con más de 180 mil familias involucradas en la producción nacional que dependen directamente de la cadena de producción del café.

1.3.4. Valor teórico

Asimismo el presente trabajo permitirá efectuar investigaciones tanto a nivel de distintas estructuras organizacionales, para poder implementar planificaciones estratégicas cambios en el entorno organizacional en la gestión de la cadena productiva y la exportación del producto para desarrollar nuevas capacidades a fin de mejorar su posición competitiva en los mercados internacionales.

1.3.5. Utilidad metodológica

Este estudio también tiene un aporte en el aspecto metodológico para la realización de otros trabajos relacionados a investigaciones de competitividad. El uso del concepto de la cadena como instrumento de análisis se fundamenta en la idea de que mediante su aplicación, y a partir de objetivos claramente definidos, se puede hacer una representación bastante fiel de la realidad que se desea conocer. Es una técnica de organización de información que permite una comprensión integral de los actores y de las relaciones entre ellos y, por lo tanto idóneo para llevar a cabo el análisis de la situación actual.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

Santander Ruiz, W. E. Ventajas competitivas en cafés especiales (variedad típica) para el mercado de exportación: caso de la Región San Martín. Tesis Mg. Sc. (2003). Resume lo siguiente:

La región sigue incrementando su participación en el mercado de cafés especiales pero le falta enfatizar la diferenciación del producto.

Respecto al nivel de coordinación y planificación, concertada entre el sector privado, público y productores, se puede comprobar que hay un compromiso de estos actores en mejorar y consolidar la institucionalización del subsector cafetalero del Perú con miras a mejorar nuestra oferta exportable, aun se cuenta con una alta fragmentación parcelaria en la región (área de parcela promedio menor a 2 hectáreas), pero los productores están comprendiendo la importancia de mejorar los niveles de organización y gestión empresarial. Así mismo el autor concluye:

Las empresas cafetaleras de la región San Martín no presentan altos costos y son competitivas debido principalmente al empleo de mano de obra en campo más barata en un 50% y un 15% menor en costos de beneficio con respecto a otras zonas cafetaleras del país a los buenos rendimientos alcanzados de 23,74qq/ha y al uso de tecnología alta utilizada por las empresas que es 62%. Los costos de producción de café en Colombia son 25% más altos que en Perú.

Fuertes Arroyo, M. Eficiencia económica de la producción de café en la provincia de Leoncio Prado. Tesis (Mg. Sc.). 2003. Resume lo siguiente:

Este estudio demuestra que los niveles de rentabilidad económica de la producción de café en la provincia de Leoncio Prado, se explican fundamentalmente por las variables precios en chacra, costos de producción, productividad y sistema de comercialización vigente.

Así mismo la producción de tipo café especial constituye una gran alternativa de competitividad para los agricultores de la provincia de Leoncio Prado y del país en su conjunto, por sus mayores precios, menor toxicidad menores costos de producción y menor contaminación ambiental.

Ahora que fundamentalmente la gente del exterior muestra una mayor preocupación por su salud no duda en pagar mayores precios por los cafés especiales en lugar de los convencionales, destacando su preferencia por los cafés orgánicos, de origen, gourmet, premium, solidario entre otros.

Arispe Cardozo, S. La competitividad del café orgánico peruano en el mercado internacional. Tesis (Economista). (2001) concluye:

Dentro de todas las organizaciones existentes, COCLA es la primera empresa de exportación de café orgánico, representando el 44% del volumen exportado, además de ocupar el noveno lugar en las exportaciones de café convencional, además ha desarrollado una estrategia de diferenciación diversificando su producción exportable en los siguientes tipos de cafés: café lavado Cusco HB, (grano duro de buen licor aroma bueno, acidez regular), café lavado SHB (con dureza física figura cerrada, en taza alta acidez buen cuerpo y aroma producido en altura), café orgánico, café solidario y café gourmet.

Zapata Huamán, 2006. Análisis de la cadena de valor y competitividad de cafés especiales en el Perú. El caso de los productores de Villa Rica. Tesis Ing. Gestión empresarial Concluye: que el rendimiento de campo y la calidad del café pergamino son los elementos básicos que influyen significativamente en la rentabilidad de los productores de café especiales.

Existen altas barreras de entrada al mercado internacional de café especiales para los productos que son procesados en origen. Los países productores exportan la mayor parte de su café en estado “café verde” dejando gran parte del valor agregado en manos de los tostadores de los países de destino.

Alfredo Encinas. (2008). Las cooperativas han tenido grandes dificultades para funcionar como empresas, porque se crearon mal. Y más por un afán político que por una necesidad

económica. Otra vez fueron las instancias oficiales las culpables, porque se crearon, no como una solución económica para el campesinado, sino como una solución política para el Estado.

El Perú actualmente es el primer productor y exportador de café orgánico a nivel mundial. (Junta Nacional del Café)

Además de ser el principal abastecedor de Estados Unidos, de café especial bajo el sello de Fair Trade (comercio justo) abarcando el 25% del nicho de mercado. Las certificaciones como la de Orgánicos y Fair Trade es una estrategia de producción y comercialización, que nos permite diferenciar la producción peruana y reconocer con un mayor precio las prácticas amigables con el ambiente y el reconocimiento económico a la base productiva. Es así que el desarrollo del café peruano se abre paso del mercado del producto como commodity al mercado de cafés especiales (Prom Perú: participación peruana en la de cafés especiales SCAA². Boston – EE.UU. 2011).

Según Trade Map se estima que en el año 2011 en el mundo se ha importado 6´188,644 toneladas por un total de 27´163,650 miles de dólares USD, los principales importadores de café en el mundo fueron USA, Alemania, Italia y Japón, donde las participaciones fueron 24, 18, 7.2 y 6.4% respectivamente y en el año 2012 se ha importado 6´519,994 toneladas por un valor de 23´854,849 miles de dólares USD.

Según la Organización Internacional del Café (OIC), más de 70 países producen café en el mundo, para muchos países las exportaciones de café representan una proporción significativa de los ingresos tributarios y el producto bruto interno. En siete países la proporción promedio de las exportaciones de café son superiores al 10 por ciento de los ingresos totales en el período 2000-2010. A pesar su importancia en muchos países su producción está disminuyendo, esto puede ser demostrado por el hecho de que durante el período 1996 a 2000; hubo 15 países que cayeron en esta categoría.

Internacionalmente el producto se califica en especies “arábica” y “robusta”, la primera se produce principalmente en América Latina y representa el 65% de la producción mundial, y se transa tomando como referencia el mercado futuro de Nueva York, la robusta es propia de

² Specialty Coffee Association of America

África e Indonesia y se cotiza como referencia el mercado de Londres, la especie arábica es más aromática y de sabor mucho más suave y ácido siendo por tanto su cotización más alta que la robusta.

Según Maximixe (2011) el 7.5% del PBI agrícola de los tres últimos años corresponde al café cuya producción creció a una tasa promedio anual de 8.2% entre el 2005 y el 2010 y sus exportaciones 3.9% en volumen y 20.7% en valor, en evidente muestra del contexto de precios en el mercado internacional. El café es el cuarto cultivo más importante después de la papa, arroz y alfalfa.

Entre las oportunidades está la estabilidad de la demanda internacional que premia a los cafés certificados, así como la calidad y aroma del café que coloca al Perú entre los primeros proveedores en el mercado internacional.

El principal riesgo que enfrenta la industria cafetera local radica en la baja productividad de los cafetos, cerca del 70% tiene más de veinte años de antigüedad.

La producción peruana del café está básicamente orientada hacia el mercado externo, la base de la industria está compuesta de pequeños y medianos productores asociados en cooperativas u otras organizaciones que les confieren poder de negociación, son aproximadamente 150 mil productores, 98% son pequeños (2 a 3 has) y medianos propietarios (hasta 10has) y solo el 2% son dueños de 30 hasta 100 has (Junta Nacional del Café).

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Competitividad

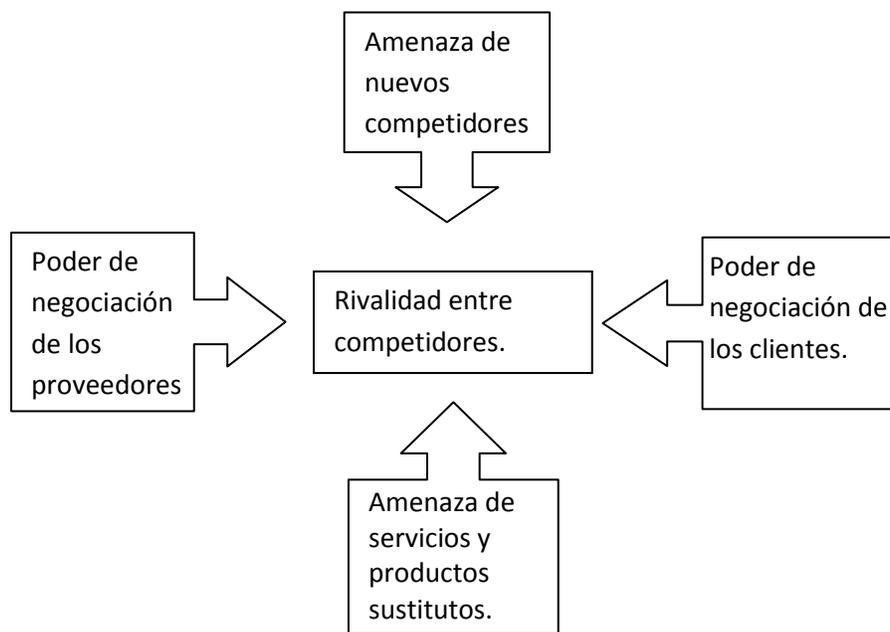
Según el profesor y director del Centro de Competitividad de la Universidad de Harvard, Michael Porter, la competitividad de un país se define por la productividad con la que éste utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales.

Por su parte, la productividad depende tanto del valor de los productos y servicios de un país, medido por los precios que se pagan por la eficiencia con la que pueden producirse.

Mientras más competitivo sea un país, mejor nivel de vida para todos sus ciudadanos, por eso el gran reto para todos los países es como mejorar permanentemente en la carrera por la competitividad.

A nivel institucional empresarial, se define la competitividad como la capacidad que tiene organización, pública o privada con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve. Estas ventajas están definidas por sus recursos y sus habilidades para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores. Como señala Porter el concepto de competitividad conlleva al concepto de excelencia que implica eficiencia y eficacia de la organización.

Figura N° 01: Las 5 fuerzas competitivas de Porter



Fuente: Michael Porter, La ventaja competitiva de las Naciones (1997)

a.- Amenaza de nuevos competidores.

El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

b.- La rivalidad entre los competidores.

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

c.- Poder de negociación de los proveedores.

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo.

d.- Poder de negociación de los clientes.

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo.

A mayor organización de los compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente sindicalizarse.

e.- Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria. Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación y que le permitiera, mediante la protección que le daba ésta ventaja competitiva, obtener utilidades que luego podía utilizar en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros

negocios. El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no.

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

La competitividad de una nación está en función de su industria fortalecida, sobretodo, en su capacidad para innovar y mejorar. Algunos de los factores más importantes que apoyan a lograrlo, son los rivales nacionales fuertes, los proveedores agresivos y los clientes exigentes. Además de éstos factores de mercado, los aspectos sociales que identifican a cada país influyen decisivamente en los niveles de competitividad del mismo, de aquí que ninguna nación puede ser competitiva en todos, ni siquiera en la mayoría de los sectores económicos, sino que triunfan en sectores determinados dado el entorno nacional en que se desarrollan.

"...las naciones logran ventaja competitiva en los sectores en los que la demanda interior da a sus empresas una imagen más clara o temprana de sus necesidades que surgen en los compradores, y donde los compradores que demandan presionan a las empresas para innovar con mayor rapidez y lograr ventajas competitivas más perfeccionadas que las de sus rivales extranjeros" (Michel E. Porter, 1990)

En definitiva se esperaría que este tipo de actividades dinámicas, que generan valor agregado, que generan empleo, que poseen un coeficiente de inversión tecnológica importante y que desarrollan un nivel adecuado de capacidad gerencial (lo cual es de suma importancia para el desarrollo de un sector) exploten ventajas de mediano y largo plazo. Esto es a lo que Porter llama, crear ventajas competitivas sostenibles.

La economía peruana está cambiando rápidamente y dichos procesos serán más acelerados en el marco de la globalización, de aquí que el reto es promover la competitividad en los sectores, entendiéndose como competitividad el tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser los seleccionados.

La competitividad, en términos generales, se refiere a la habilidad de una entidad de mantener una posición destacada en determinados mercados, que le permita un crecimiento y desarrollo económico y social, elevado y sostenido.

La definición empresarial refiere a cómo las naciones crean y mantienen un entorno que sostiene la competitividad de sus empresas. Para las empresas, ser competitivas significa estar presentes en los mercados, obteniendo beneficios, consolidando su presencia y su capacidad de producir bienes y servicios que son demandados en los mercados.

Desde el punto de vista académico, la competitividad se relaciona con un campo del conocimiento económico que analiza los hechos y políticas que determinan la capacidad de una nación para crear y mantener un entorno que propicie una mayor creación de valor para sus empresas y mayor prosperidad para su población.

Otro concepto de competitividad citado por Reinert (1995) definida por La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) es el grado en el cual un país, bajo condiciones de mercado libres y justas, puede producir bienes y servicios que superen el test de los mercados internacionales, incrementando en forma sostenida los ingresos reales de su población.

El International Institute for Management Development (IMD) define competitividad como «la capacidad que tiene un país o una empresa para generar proporcionalmente más riqueza que sus competidores en mercados internacionales».

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) considera que «la competitividad auténtica debe estar basada en la incorporación de tecnología y el uso renovable de los recursos naturales, concepción que contrasta con la competitividad espúrea que se basa en la explotación de los recursos humanos y naturales».

A nivel de individuos igualmente es aplicable el concepto de competitividad pues el ser competitivo significa tener características particulares como valores formación capacidades gerenciales y otros que posibiliten que algunos sean escogidos entre muchas opciones en el mercado académico laboral, etc.

La competitividad se asocia a diferentes entidades o áreas geográficas sean empresas, industrias o en un nivel más amplio países y/o regiones. Es evidente que en un mundo globalizado, las distintas economías (países regiones) compiten para mantener y mejorar su nivel de vida. La competitividad de una economía es no obstante, un concepto que admite múltiples facetas que conducen a diferencias en cuanto a su interpretación y medida.

En todo caso, cualquiera de estas definiciones sugiere que al menos la competitividad está referida a un ámbito físico y va muy asociada al concepto de productividad, en el sentido de que un mayor rendimiento de los recursos naturales, la mano de obra y el capital es una condición indispensable, aunque no necesariamente suficiente para lograr que un país o región logre aumentar su competitividad.

En este sentido se puede apuntar que un país, región o entidad territorial será competitivo en la medida en que sus actividades productivas así como sus habitantes y organizaciones públicas, sociales y privadas, sean en conjunto eficaces, eficientes, emprendedores e innovadores; lo que implica que cuenten con los soportes de infraestructuras, equipamientos, capital humano e instituciones necesarios para aprovechar sus ventajas comparativas, constituyéndolas en competitivas.

2.2.2. Cadenas productivas y análisis de cadenas

Las cadenas productivas son conjuntos de actores sociales o grupos de actores sociales involucrados en los eslabones de una cadena de producción interactivos tales como los sistemas productivos, agropecuarios y agroforestales, proveedores de servicios e insumos, industria procesamiento; transformación, distribución y comercialización, además de consumidores finales del producto y subproductos de la cadena (MINAG, 2001).

Los actores sociales de cada cadena pueden presentar un comportamiento cooperativo o conflictivo entre sí en situaciones diversas.

Una cadena productiva está formada por actores sociales y flujos, los actores sociales son mercado de consumidores compuesto por los individuos y pago por el producto final, la red de mayoristas y minoristas, la industria de procesamiento y transformación del producto, las propiedades agrícolas (finca) con sus diversos sistemas productivos agropecuarios y

agroforestales y finalmente los proveedores de insumos (abonos, agro tóxicos maquinarias, equipos e implementos agrícolas asistencia técnica y otros servicios.

Estos grupos de actores sociales asociados a un ambiente institucional (leyes, normas organizacionales y normativa) y a un ambiente organizacional (organizaciones del gobierno, de crédito, etc.) que en conjunto ejercen influencia sobre todo los grupos de actores sociales en la cadena. Otro componente de gran importancia para las cadenas productivas notablemente para la investigación son los sistemas productivos.

Cillioniz et al (2003) considera la cadena productiva como una concentración sectorial o geográfica de empresa que desempeñan en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas tanto hacia atrás (hacia los proveedores de insumos, equipos y materia prima) como hacia adelante (hacia otras industrias procesadoras y usuarias así como a servicios y actividades estrechamente relacionadas) con importantes proveedores y mano de obra especializada y de servicios con nexos específicos al sector y con la posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva.

Así mismo determinan la eficiencia de conjunto del complejo, que es mayor a la que genera beneficios para sí cada empresa en forma aislada del complejo por las siguientes razones:

- La concentración de una empresa en una región atrae más clientes con lo que el mercado se amplía para todos más de lo que sería el caso si cada una estuviera operando aisladamente.
- La fuerte competencia a que da lugar esta concentración de empresas induce a una mayor especialización y división del trabajo y por ende mayor productividad.
- La fuerte interacción entre productores, proveedores y usuarios facilita e induce un mayor aprendizaje productivo, tecnológico y de comercialización.
- Las repetidas transacciones en proximidad con los mismos agentes económicos generan mayor confianza y reputación lo que induce en menores costos de transacción.
- La existencia del complejo facilita la acción colectiva del conjunto en pos de metas comunes tales por ejemplo comercialización internacional, capacitación centros de seguimiento y desarrollo tecnológico campañas de normas de calidad.

Según Hernández Calderón (2002) en su libro agro exportación estratégica para lograr competitividad, la cadena productiva es un sistema de negocios agrícolas integrados que expresan la suma de todas las actividades relacionadas con la producción agraria, el tratamiento o procesamiento de productos (agroindustrias) y la comercialización de los mismos como una sola cadena productiva o cadena de valor multivariable o multidireccional.

Según el MINAG la cadena productiva es un conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción después en la transformación y en el traslado hasta el mercado, desde la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización hasta el consumo final. Antes de la finca están los proveedores, insumos, semillas, maquinarias fertilizantes, plaguicidas, etc.; dentro de la finca están los productores, después de la finca están los procesadores mayoristas y conjunto de estos diferentes grupos o actores y sus actividades constituye lo que se denomina cadena productiva que puede ser cadena agroalimentaria.

Las cadenas, a través de sus análisis hacia arriba y hacia abajo, permiten entender las operaciones de procesamiento y de agregación de valor a los recursos de un país; y si se utiliza como instrumento de gestión, permite seguir y evaluar el desempeño de todos los actores implicados. El análisis hacia arriba va enfocado hacia el aprovisionamiento de materias primas o insumos, mientras que la visión hacia abajo permite definir las sub cadenas relacionadas que se incluirán debido a técnicas de transformación diferentes, productos distintos y subproductos, se incluye al consumidor final o la exportación.

El concepto de cadena encierra, en términos prácticos, un conjunto de sub cadenas en las que se reflejan las diferentes etapas del proceso y utilización del producto cosechado. Existen, por ejemplo, diferentes sub cadenas para las actividades de producción agrícola de subsistencia. La sub cadena “*oficial*”, que desemboca en el mercado interno de las grandes aglomeraciones y de las empresas, así como en la exportación.

Las sub cadenas “*privadas*”, que desembocan en el mercado interior de las grandes aglomeraciones y ciudades medianas y pequeñas, así como en la exportación.

Las sub cadenas “*campesinas*”, que desembocan en el autoconsumo y en los mercados internos locales de pequeña dimensión.

Tanto la descomposición en sub cadenas como los elementos aislados que forman parte de la cadena estudiada, dependen no solo de los circuitos existentes sino, también, de los objetivos del analista. El uso del concepto de cadena es útil para realizar una representación fiel de la realidad que se desea conocer y a la vez, analizar la situación actual, los desafíos y las oportunidades de un sistema agroalimentario.

El análisis de cadenas permite medir la actividad económica de un producto en diferentes fases:

- **Producción primaria**, donde se cultivan y cosechan las materias primas agrícolas.
- **Transformación agroindustrial**, corresponde al conjunto de actividades de procesamiento de las materias primas agrícolas para convertirlas a su forma de consumo final.
- **Comercialización** de los productos agroalimentarios y agroindustriales, se fundamenta en funciones básicas como la pre-comercialización (actividades que se realizan para preparar el producto), el transporte, el almacenamiento, la distribución y la venta.
- **Consumo**, se refiere al consumo directo (producto fresco comestible) y el consumo de productos transformados (productos industrializados de consumo local o de exportación) al consumo humano y/o industrial.
- **Actividades de apoyo** (insumos y servicios), son aquellas que contribuyen al desarrollo del sistema agroalimentario a través del abastecimiento de insumos y la provisión de servicios para la producción y transformación.

2.2.2.1. Presentación del enfoque CADIAC

Dado que los sistemas agroalimentarios están siendo afectados por las tendencias a la liberalización de la economía, sumado a un debilitamiento de la función directiva del Estado en los asuntos económicos y todo esto complementado con la pérdida de poder de las instituciones ligadas a la agricultura, se ha hecho necesario que los países en desarrollo

tiendan a un enfoque participativo que les permita tener una capacidad de negociación y cierto manejo en los cambios que se van dando.

Con éste propósito el enfoque CADIAC (Cadenas y Diálogo para la Acción) ha sido estructurado de la siguiente manera:

a. Fase de análisis de la cadena

Es un proceso de investigación participativa con base en la metodología de análisis de cadena dirigido hacia la caracterización de las fortalezas y debilidades de los sistemas agroalimentarios. El producto de esta fase es un documento borrador para discusión que alimentará la fase de diálogo para la acción.

Esta fase está constituida por cinco niveles:

a.1. Las relaciones con la economía internacional

Se genera información cuantitativa (flujos de comercio) y cualitativa (marco legal, países y empresas, etc.) sobre esos mercados que permita hacer un análisis de cómo ese entorno afecta la situación actual y futura del sistema agroalimentario y valora los riesgos y las oportunidades que presentan los mercados mundiales y los mercados preferenciales.

a.2. Las relaciones con la economía nacional

Hay que hacer una valoración del aporte socioeconómico del sistema agroalimentario y de cómo el contexto sociopolítico e institucional lo impacta. Se requiere información sobre la importancia económica y social del sistema agroalimentario, su interacción con las instituciones públicas y privadas y el marco de políticas que inciden en su desenvolvimiento.

a.3. La estructura del sistema agroalimentario

Corresponde a la identificación y a la caracterización técnica y económica de los actores, de las actividades básicas (producción agrícola, transformación, comercialización, consumo) y de las actividades de apoyo (provisión de insumos, equipos y servicios), con el fin de hacer

comparaciones respecto de la capacidad actual y potencial de las distintas categorías de actores para competir, entre ellos y con la economía mundial.

a.4. El funcionamiento del sistema agroalimentario

Comprende la identificación y la caracterización de las relaciones técnicas y económicas entre los distintos tipos de actores. El objetivo es analizar y entender el funcionamiento del sistema agroalimentario en su conjunto, la trama de relaciones técnicas y económicas que se desarrollan entre actividades y actores. Para tal efecto se necesita:

- Identificar los circuitos principales por los cuales fluyen los productos.
- Caracterizar el funcionamiento de esos circuitos. El concepto de circuito se entiende como una representación de la ruta que el producto sigue entre dos polos bien definidos; ruta constituida por una serie de actores y de relaciones específicas. En el caso de las cadenas agroalimentarias, los polos son la producción y el consumo.

a.5. Interpretación de resultados

Se articulan lógicamente los elementos anteriores de manera que aparezcan en forma clara los factores determinantes de las fortalezas, debilidades y potencialidades del sistema, en sus partes y en su conjunto, de tal suerte que se puedan identificar propuestas técnicas, económicas y organizacionales para mejorar la competitividad del sistema agroalimentario de manera sostenible y equitativa. La síntesis debe prepararse sobre la base de los principales circuitos identificados; de otra manera, por la multiplicidad de actores que participan en un sistema agroalimentario, el trabajo podría tornarse inmanejable.

b. Fase de diálogo para la acción

Comprende la promoción de diálogo y concertación entre actores sociales alrededor de los cambios que hay que hacer para el logro de una mayor competitividad. El producto de esta fase es la propuesta de transformación de los sistemas agroalimentarios surgidas de los mismos actores y compromisos para su implementación.

La información y el material técnico que genera la aplicación del enfoque CADIAC, es un insumo necesario pero insuficiente para la toma de decisiones. Para que esto sea posible, es decir, para que efectivamente esa información contribuya a generar cambios, deben existir mecanismos de diálogo y de concertación que establezcan una conexión fuerte y reconocida por los actores entre análisis y acción, y está integrada por los siguientes mecanismos:

- b.1.** Consultas institucionales
- b.2.** Reunión con las instituciones
- b.3.** El grupo de apoyo
- b.4.** El equipo técnico
- b.5.** El taller técnico
- b.6.** El taller nacional
- b.7.** El grupo de seguimiento

Con base en lo acordado, se trata de poner en marcha acciones y orientaciones políticas y empresariales para mejorar la competitividad del sistema agroalimentario.

2.2.3. El cultivo del café

2.2.3.1. Taxonomía

EL café pertenece al género *Coffea* con aproximadamente 100 especies. No obstante, únicamente tres de éstas se mencionan como cultivadas comercialmente, destacándose las dos primeras en el siguiente orden: *Coffea arábica* L., *Coffea canephora* Pierrees - Froehner y por último *la Coffea libérica* Bull ex - Hiern.

Reino:	Plantae
División:	Magnoliophyta
Sub División:	Angiospermae
Clase:	Magnoliata
Sub Clase:	Asteridae
Orden:	Rubiales
Familia:	Rubiaceae

Género: Coffea

Nombre científico: *Coffea arábica*

Nombre común: café

Especie(s) arábica, canéphora, ibérica, etc

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Agricultura orgánica

La agricultura alternativa es aquella que proporciona un medio ambiente balanceado, rendimiento y fertilidad sostenidos, así como control natural de plagas mediante el empleo de tecnologías auto-sostenidas. La sostenibilidad se define como: El manejo y conservación de los recursos naturales promoviendo el cambio tecnológico e institucional que asegure la continua satisfacción presente y futura de las necesidades humanas, es decir una agricultura que trabaja en armonía con el ambiente (IFOAM, 2003).

La agricultura orgánica está determinada por los siguientes factores:

- Producción sostenible.
- Protección de la salud.
- Producción suficiente.
- Trabajo humano agradable.
- Ingreso razonable.
- Protección del ambiente.
- Bienestar animal

2.3.2. Café Orgánico

Es producido bajo un sistema integral de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agro sistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad

biológica del suelo. Los sistemas de producción orgánica se basan en normas de producción específicas y precisas cuya finalidad es lograr agro sistemas óptimas que sean sostenibles desde el punto de vista social, ecológico y económico. La trazabilidad se evalúa en cada eslabón de la cadena y se verifica que el proceso se ejecute siguiendo los principios orgánicos.

El café orgánico tiene un mercado muy definido, el que está bien regulado y para que clasifique como tal, debe ser certificado por alguna Agencia Certificadora de Café Orgánico, de las que existen en los Estados Unidos y Europa. Debe cultivarse bajo este sistema desde tres años antes de que se pueda vender como café orgánico (Organización Internacional del Café, 2001)

2.3.3. Características del grano del café

2.3.3.1. Características físicas

a. Tamaño

El tamaño del grano (café oro) de café se mide entre 0.5 a 0.8 cm, dependiendo de la variedad, condiciones de abonamiento y altitud, también aquí es necesario tomar en cuenta el peso.

b. Forma

Cabe mencionar que el mercado tiene como base de aceptación, la forma del grano, plano convexa o “planchuela”, considerándose como la constitución normal, 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.

c. 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 la aplicación de elevadas temperaturas; esta aplicación de calor debe ser cuidadosamente controlada, el color también puede variar de acuerdo a las condiciones de almacenamiento.

2.3.3.2. Características organolépticas

Se determina mediante la catación o evaluación que se realiza en taza, estas características son los siguientes:

a. Aroma

Olor característico del café fresco. Esta característica aromática se debe a la cafeína, un distintivo volátil del café que generalmente se acentúa después de la operación del molido, dejando una grata sensación al olfato. Es importante mencionar que el aroma no va en relación directa con la calidad del grano.

b. Acidez

Es el gusto fino y ácido, característico de los cafés de altura, Es un término convencional, ajeno al concepto técnico de acidez, una característica deseable en el sabor prioritario en la valoración de la calidad del café. Esta acidez refleja un pH que se establece en el rango de 4.9 a 5.4, denotando un sabor atrayente y perdurable.

c. Cuerpo

Es la infusión que tiene fuerza, es la sensación de tener algo diferente en la boca es decir corresponde a la textura, la densidad del licor o bebida que se detecta con la prueba en taza. Generalmente los cafés de zona baja contienen poco cuerpo por consiguiente dejan poco regusto, caso contrario en los cafés de zonas altas donde encontramos buen cuerpo, apreciándose un grato sabor, aún después de haberlo tomado.

d. Sabor

Es la sensación que produce al sentido del gusto es decir, el sabor característico de un café agradable.

2.3.4. Producto orgánico

El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos –USDA define: “Los alimentos orgánicos son producidos por productores que enfatizan en el uso de recursos renovables y la conservación del suelo y el agua para mejorar la calidad medioambiental para las futuras

generaciones, sin el uso de pesticidas convencionales, fertilizantes hechos con ingredientes sintéticos o aguas residuales, bio ingeniería, o radiación iónica”

2.3.5. Procesamiento del café

El café debe cumplir ciertos estándares físicos (forma, tamaño, humedad, apariencia, número de defectos) y sensoriales (olfativas, visuales y gustativas) para lo cual se tiene como tabla comparativa la Norma Técnica Peruana de Café, que tiene un alto grado de exigencia para la evaluación y clasificación del café. Así mismo para que el café llegue a cumplir la calidad esperada, se requieren condiciones especiales como son altitud sobre los 1500 msnm temperaturas marcadas diferencias entre el día y la noche, buenas prácticas culturales (recolección, despulpado, fermentado, lavado y secado).

En la Figura N° 02 se puede observar las diferentes presentaciones del café; el café pergamino se obtiene de la planta del cafeto (*Coffea arábica*) el fruto llamado también café cerezo se cosecha cuando alcanza su nivel de madurez, esto es cuando dicha cereza tenga una coloración roja o amarilla según sea la variedad, a este café cerezo se le extrae el epicarpio a través del despulpado y el mesocarpio a través del fermentado y lavado, obteniendo finalmente el café pergamino. Este último se somete a secado hasta alcanzar el 13% de humedad posteriormente el café pergamino es sometido a pilado para retirarle el endocarpio y al pulido para retirarle la lámina plateada o perispema, para así obtener el café en grano verde el cual es procesado y para luego obtener el café tostado, este café es molido para luego ser preparado en café en taza para consumo.

Figura N° 02: Presentaciones del café

Café cerezo



Café cerezo



Café verde (oro)



Café tostado



Café molido



Fuente: Organización Internacional del Café (OIC)

2.3.6. Estándares del control de calidad del café

Los estándares de calidad para la comercialización del café verde, son adoptados por los productores y compradores, utilizando las normas de producción orgánica a fin de facilitar las operaciones en los mercados internacionales, en el caso del sistema de clasificación de la Asociación de Cafés Especiales de Norteamérica, estos estándares permiten evaluar la calidad del grano verde y son usados como base para la comercialización de café arábico de calidad en todo el mundo. Zapata Huamán (2006).

En el Perú existe la Norma Técnica Peruana NTP-209.027, que establece los requisitos estándares mínimos y sistemas de clasificación para el café verde aplicable a su comercialización y la NTP-209.311 para clasificar cafés especiales.

2.3.7. Principio de la agricultura orgánica

La agricultura orgánica se basa en cuatro principios: salud, ecología, equidad y precaución. Estos principios, producto de un amplio diálogo entre los grupos gestores, representan las bases sobre las cuales la agricultura orgánica crece y se desarrolla. Asimismo, ponen de manifiesto la contribución que la agricultura orgánica significa para el mundo y una visión de cómo desarrollar la agricultura en un contexto global (IFOAM, 2003)³.

Los Principios de la Agricultura Orgánica sirven para inspirar al movimiento orgánico en toda su diversidad. Son la guía de IFOAM para desarrollar posiciones, programas y estándares. Además, se presentan con una visión para su adopción mundial

2.3.8. Proceso de evaluación

Según la Cámara Peruana de Café y Cacao (2008), toda muestra de café debe ser evaluada a través de ensayos físicos y organolépticos para determinar su clasificación bajo los siguientes pasos:

³ Federación internacional de movimientos para la agricultura orgánica. Los Sistemas de Garantía Participativos están basados en normas reconocidas y de acceso público para la práctica ecológica. Con frecuencia se basan en las Normas Básicas de IFOAM

Primer paso

Se obtendrá una muestra representativa de café pergamino, que luego de pilado nos de 300 gr de café de grano verde.

Segundo paso

Se realizará una evaluación física del café considerando:

- Si el café es lavado o natural.
- Si es de cosecha nueva (actual) o pasada.
- Si es de altura o zona baja.

La humedad

Determinar el porcentaje de humedad de la muestra en equipos previamente calibrados

El olor

- Fresco típico
- Viejo
- Terroso- mohoso
- Fermentado
- Otros

El color (café en grano verde)

- Verde gris azulado
- Verde gris o verde azulado
- Ligeramente pálido
- Pálido
- Amarillento

Granulometría

A través del porcentaje del tamaño de los granos de diferentes mallas.

Defectos

Se considera de 0-40 defectos según las especificaciones de la asociación de café verde de Nueva York Inc.

Tercer paso

Hacer una evaluación fitosanitaria de la muestra (considerando la existencia de insectos y hongos vivos o muertos)

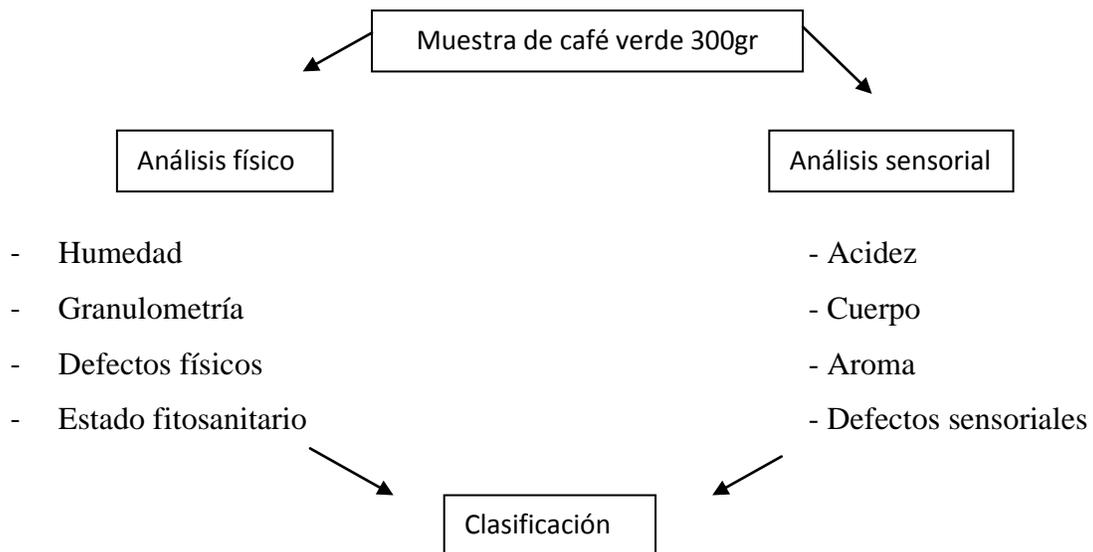
Cuarto paso

Hacer una evaluación sensorial (de taza) de la muestra

Quinto paso

Determinar cuál es la clasificación del café verde, según la NTP-209.027 indicando el grado de calidad.

Figura N° 03: Sistema de clasificación del café



Fuente: Norma Técnica Peruana del Café

2.3.9. Usos del café

El café como pergamino se destina a ser procesado (pilado, pulido y seleccionado) del cual se obtiene el café verde Grado 1 (G1) y demás grados (G2, G3 Y G4), según sea la calidad del café pergamino; adicionalmente se obtienen la cascarilla que sirve como combustible para las máquinas secadoras de café.

El café se usa en bebidas (grano tostado) soluble (en polvo) pastelería, heladería también los subproductos se utilizan en abono orgánico (pulpa de frutas) alimento para ganado (pulpa fresca o seca) curtiembre, taninos y perfumería (Castañeda, 2000)

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. MATERIALES

En la presente investigación se emplearon los siguientes materiales y equipos:

- Cámara fotográfica
- Computadora portátil
- Impresora
- USB
- Papel bond
- Lapiceros

3.2. MÉTODOS

3.2.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación científica es una investigación descriptiva exploratoria, el estudio se inicia con una fase de recopilación de datos estadísticos e información bibliográfica existente, complementada con la observación directa del medio, con el fin de diagnosticar el sector a través de un proceso descriptivo porque nos permite describir y delimitar las características del grupo de elementos estudiados y explicar en forma adecuada la información en el desarrollo de la investigación, así mismo por no existir investigaciones previas sobre el objeto de estudio se decidió explorar e indagar las informaciones con la finalidad de alcanzar los objetivos trazados.

Al analizar las cadenas productivas del café en la provincia de La Convención, se tuvo como base la información y estructura, la tesis de investigación “Análisis de la competitividad de la cadena agroalimentaria de mora en el Ecuador” presentada por: Molina Carrera, DJ (2003).

Las entrevistas se hicieron siguiendo guías previamente estructuradas (Anexo 4); la entrevista a profesionales buscó identificar problemas y oportunidades de las cadenas productivas y ligarlos a necesidades de información, además de explorar sobre posibles socios institucionales del proyecto; la entrevista a productores y comerciantes de café busca

identificar los procesos productivos o comerciales del quehacer del entrevistado para en estos casos indagar sobre necesidades de información.

Para el presente trabajo se utilizó como soporte teórico los escritos de Michael Porter sobre la competitividad. Las definiciones de cadena de valor y ventaja competitiva, así como el desarrollo del tema sobre los factores determinantes de la competitividad fueron de mucha utilidad para definir los parámetros en el estudio realizado. Así mismo se tomó como referencia la publicación del estudio “Aproximación a la cadena de valor del café de Guatemala” realizada por Claudia Muñoz A.

3.2.1.1. Análisis de competitividad

La metodología planteada para la medición de la competitividad fue el CADIAC (Cadenas y Diálogo para la Acción), si bien esta no pudo ser aplicada en su totalidad debido a la limitada información que existe sobre el producto, la organización estadística que tiene este sistema fue de muchísima utilidad para el análisis del producto, su desarrollo en los mercados y la posterior determinación del nivel de competitividad de la cadena productiva.

A partir de la metodología CADIAC se ha podido establecer los factores internos (fortalezas y debilidades) de la cadena productiva de café orgánico en la zona de estudio, para lo cual se ha establecido una calificación de cero (0) a diez (10), ordenando según el grado de importancia que ocupa en la cadena y ponderándolos en forma descendente; para poder explicar mejor se ha adecuado los siguientes valores:

- Calificación 9 y 10: nivel muy alto
- Calificación 7 y 8: nivel alto
- Calificación 5 y 6: nivel medio
- Calificación 4 y 5: nivel bajo
- Calificación 2 y 3: nivel muy bajo
- Calificación 0 y 1: inapropiado, inexistente

De igual forma para el presente trabajo se utilizó como soporte teórico los escritos de Michael Porter sobre la competitividad. Las definiciones de cadena de valor y ventaja competitiva, así como el desarrollo del tema sobre los factores determinantes de la competitividad fueron de

mucha utilidad para definir los parámetros en el estudio realizado. Así mismo se tomó como referencia la publicación del estudio “Aproximación a la cadena de valor del café de Guatemala” realizada por Claudia Muñoz A.

3.2.2. Formulación de la hipótesis

3.2.2.1. Hipótesis general

El análisis de competitividad de la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención, influirá positivamente en el aumento de la rentabilidad del producto.

3.2.2.2. Hipótesis específicas

- Describiendo la situación actual de la cadena productiva, se puede analizar mejor el proceso productivo del café orgánico.
- La capacidad productiva del café orgánico en la provincia de la Convención se puede elevar aplicando capacitación a productores e innovación tecnológica.
- Los costos de producción procesamiento, transporte y comercialización de café orgánico, en la zona de estudio no son competitivos.
- Los factores competitivos en cada eslabón de la cadena productiva del café orgánico, explican la mayor rentabilidad en la cadena productiva.
- Los procesos críticos en la cadena productiva, del café orgánico son en el eslabón producción deteriorando la calidad del producto.

3.2.3. Identificación de variables

3.2.3.1. Variable independiente

Competitividad

Indicadores

- Productividad del café orgánico
- Innovación tecnológica

- Infraestructura agrícola
- Actividades productivas
- Factores positivos
- Factores negativos

3.2.3.2. Variable dependiente

Cadena productiva del café orgánico

Indicadores

- Costo de producción
- Calidad del producto
- Rentabilidad
- Exportación

3.2.4. Diseño de la investigación.

En el presente trabajo se realizó con un diseño No Experimental debido a que se trata de una investigación sistemática que está orientado a la observación y descripción del comportamiento de los principales agentes que participan en la cadena productiva, en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa y dichas relaciones se observan tal y como se ha dado en su contexto natural.

3.2.5. Población y muestra.

3.2.5.1. Población

Está constituido por los productores del café orgánico de la provincia de La Convención, en la Región Cusco, en la zona de estudio existen 5526 productores de café orgánico, de los cuales el 20% de productores tiene más de 10has; es decir 1,105 productores.

3.2.5.2. Muestra

Para hallar el tamaño de la muestra utilizaremos la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{Z^2 * p(1-p)N}{E^2(N-1) + Z^2 p(1-p)}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra.

Z= Nivel de confianza (números determinados según la tabla de valores críticos de la distribución norma estándar) Z de 95% =Z de 0.4750=1,96

P= proporción de las unidades de análisis que tienen un mismo valor de la variable (probabilidad de éxito)=0.5

(1-p)=proporción de las unidades de análisis en las cuales la variable no se presenta (probabilidad de fracaso)=0.5

N= población total a tratar (tamaño de la población)

E= Error máximo permitido 5% =0,05

Tamaño de Muestra

Reemplazando el número de la población en la fórmula para determinar el tamaño de muestra se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5(1-0.5)1105}{(0.05)^2(1105-1) + (1.96)^2 0.5(1-0.5)}$$

n= 285 productores encuestados

3.2.6. Instrumentos de colecta de datos.

Los datos que se obtuvieron para el presente estudio fueron lo siguiente:

- Cuestionarios
- Registro de información
- Nota de entrada a almacén (NEA)
- Diario de campo
- Panel de expertos

De igual manera se realizó entrevistas a los gerentes de las cooperativas existentes en la zona de estudio, por otro lado se realizó diálogos con los comerciantes de café y técnicos que brindan asistencia técnica a los agricultores, ver anexos 4 y 5.

3.2.7. Procedimientos de análisis de datos.

El procedimiento de análisis de datos se basó principalmente en el análisis económico del negocio que es canalizado principalmente por la Central de Cooperativas Agrarias COCLA, por ser la organización que canaliza más del 80% de la producción de café orgánico de la zona.

3.2.8. Fuentes

3.2.8.1. Fuentes primarias

Son todas las entrevistas y encuestas realizadas a productores, comercializadores, industriales y consumidores del producto. Es la información recopilada mediante observación directa. Esta información se obtuvo mediante cuestionarios y entrevistas a productores y empresas exportadoras de café y expertos en el tema.

Así mismo se tuvo acceso a documentos de las organizaciones de productores de café, organigrama interno, número de socios, reportes de comercialización de las empresas procesadoras.

3.2.8.2. Fuentes secundarias

Para la realización del presente trabajo a fuentes secundarias e incluye: libros, revistas, documentos, periódicos, datos estadísticos, sitios de internet de MINAG, SENASA, PROMPERU, SUNAT, Junta Nacional del Café, Ministerio de Economía y Finanzas, Trade Map y otras instituciones especializadas involucradas con el cultivo y comercialización del café.

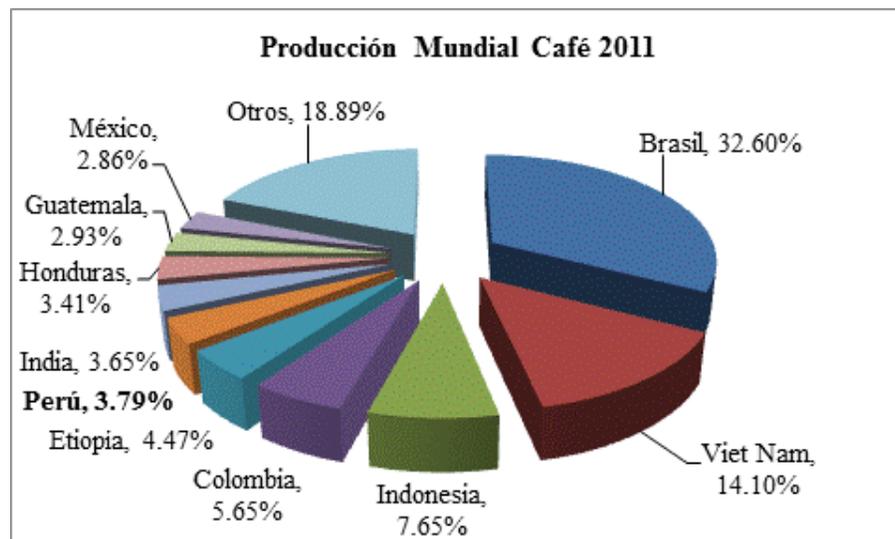
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. SITUACIÓN ACTUAL DEL CAFÉ

4.1.1. Producción mundial de café

De acuerdo a FAO (Figura N° 04) en el año 2011, en el mundo se ha producido 8,284,135 toneladas de café, de los cuales Brasil es el primer productor con 2'700,440 toneladas; representando el 32.60%, seguido de Vietnam, con 1'167,900 toneladas representando el 14.10%; en tercer y cuarto lugar se encuentran Indonesia y Colombia, con 634,00 y 468,120 toneladas representando el 7.65 y 5.65% respectivamente. El Perú se encuentra en el puesto número seis, con 313,647 toneladas con el 3.79%. Así mismo entre otros se encuentra una producción del 18.89% con producciones menores al 3%.

Figura N° 04: Producción Mundial de Café-2011

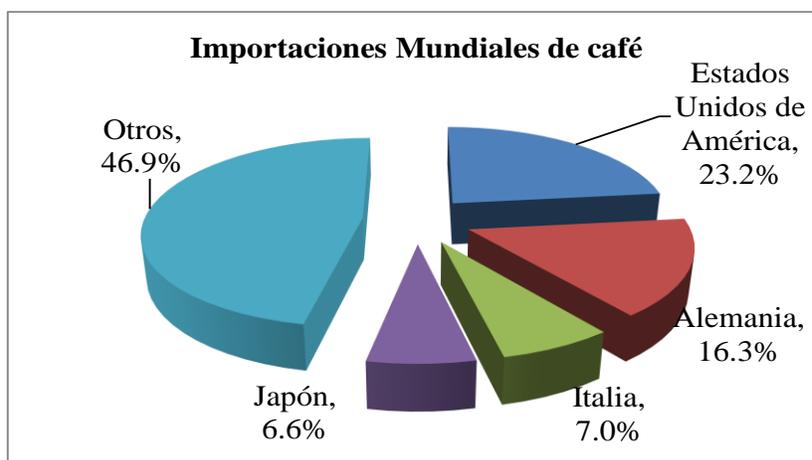


Fuente: Food and Agriculture Organization-FAO
Elaboración propia

4.1.2. Principales importaciones mundiales

De acuerdo a Trade Map⁴ se estima que en el año 2012, se ha importado en el mundo 6'519,994 toneladas por un valor de 23'854,849 miles de dólares USD, los principales importadores fueron Estados Unidos de Norteamérica con 1'274,355 toneladas, Alemania con 1'160,600 toneladas, Italia con 484,526 toneladas y Japón con 378.798 toneladas, donde las participaciones fueron 23.2; 16.3; 7 y 6.6% respectivamente (Figura N° 05); estos cuatro países juntos representan más de la mitad de las importaciones mundiales de café por tanto se hace necesario un breve, y preciso estudio de las importaciones en dichos mercados.

Figura N° 05: Importaciones mundiales de café 2012



Fuente: Trade Map (2013)
Elaboración propia

4.1.2.1. Importaciones de café en Estados Unidos de América

Estados Unidos ha sido desde hace muchos años el principal importador de café en el mundo, con altibajos en su demanda siempre ha podido mantener el puesto teniendo su cúspide en el año 1962 con 1471,163 toneladas para luego ir disminuyendo hasta 1981 con 960,000 toneladas aproximadamente, esta disminución en la demanda fue producto de la mayor competencia de otras bebidas y de la publicidad en contra del café, con el argumento de que

⁴ Trade Map.- Es una herramienta de análisis de mercados disponibles en internet, la cual cubre más del 95 % del comercio mundial de productos. provee información sobre indicadores de desempeño de las exportaciones nacionales, la demanda internacional, barreras tarifarias y no tarifarias. www.trademap.org

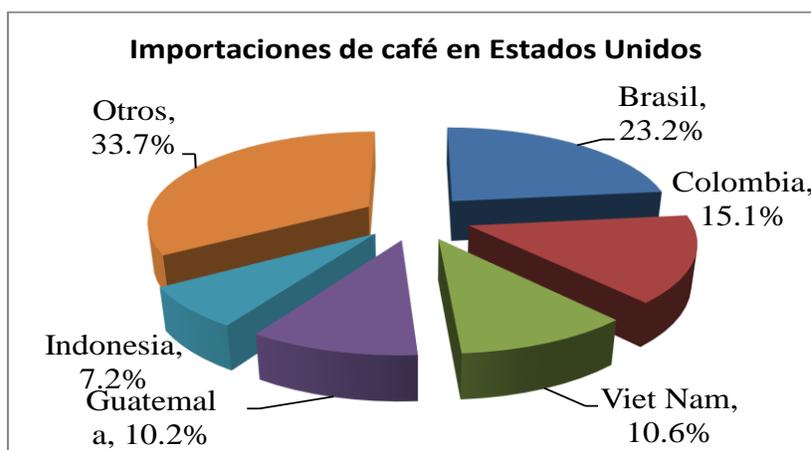
era dañino para la salud, posteriormente en los noventa y el nuevo milenio viene recuperándose a tasa lentas y sostenidas.

Estados Unidos Es el país mayor consumidor de café; no obstante su consumo per cápita es relativamente bajo 4.09 kilos/ persona/ año. Desde hace tres décadas este mercado ha experimentado un estancamiento en el consumo de café debido a la prevención médica contra la cafeína y a la mayor competencia de otras bebidas. Paralelo a esta tendencia se observa a partir de 1970 un importante crecimiento de la demanda por cafés especiales y gourmet. De manera que mientras la demanda por cafés convencionales se ha reducido la demanda por granos premium ha aumentado. (MINAG)

En la Figura N° 06 se observa en porcentaje que en el año 2012 importó 1'274,355 toneladas de café por un valor 5'531,666 miles de dólares USD, siendo los principales proveedores Brasil con 303,713 toneladas por un valor de 1'285,453 miles de dólares USD (23.2%), seguido por Colombia con 163,732 toneladas con un valor de 837,737 miles de dólares USD(15.1%), en tercer lugar se ubicó Vietnam con 245,025 toneladas con un valor de 587.875 miles de dólares USD (10.6%), y en cuarto lugar Guatemala con 104,335 toneladas con un valor de 565,817 miles de dólares USD (10.2%), luego está ubicado Indonesia con 76,049 toneladas por un valor de 398,032 miles de dólares USD (7.2%), el Perú se encuentra en el noveno lugar de importaciones a este país con tan solo 48,698 toneladas.

La importación en Estados Unidos de café Procedente de Perú solo representa el 4.2%.

Figura N° 06: Importaciones de café en Estados Unidos



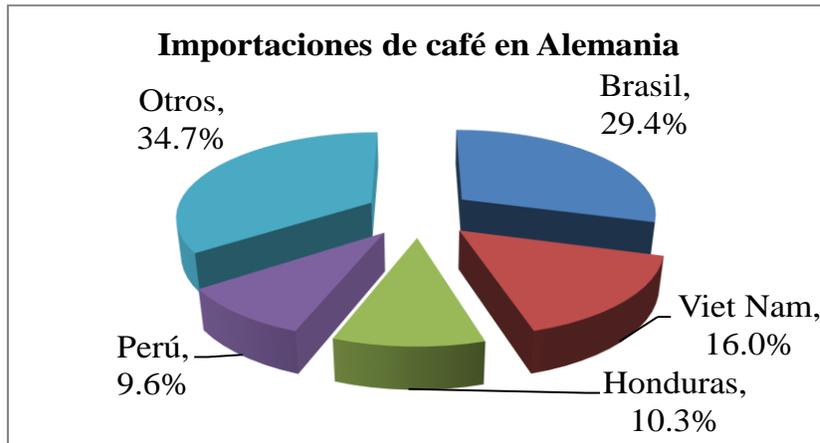
Fuente: Trade Map (2013)
Elaboración propia

4.1.2.2. Importaciones de café en Alemania

Actualmente Alemania es uno de los principales importadores mundiales de café, en el año 2012 importó 1'160,600 toneladas por un valor de 3'896,276 miles de dólares USD, así mismo es uno de los mayores consumidores e importando principalmente de Brasil, el año 2012 importó 295,564 toneladas por un valor de 1'144,734 miles de dólares USD, seguido por, Vietnam con 282,755 toneladas por un valor de 622,635 miles de dólares USD luego Honduras con 100,241 toneladas, por un valor de 401,212 miles de dólares USD, así mismo en cuarto lugar de las importaciones de este país se encuentra Perú con 99,257 toneladas por un valor de 373,262 miles de dólares USD, y otros países con 401,982 toneladas por un valor de 382,783 miles de dólares USD, esto se explica en la gran importancia que tienen sus puertos y ciudades, donde existen numerosos "traders" que redistribuyen café a toda Europa y otros países.

En la Figura N° 07 se observa los principales proveedores de este mercado siendo los siguientes: Brasil, Vietnam, Honduras y Perú representando el 29.4; 16; 10.3 y 9.6% respectivamente y otros con 34.7%, cabe indicar que Alemania ocupa el puesto 10 a nivel de exportadores en el mundo.

Figura N° 07: Importaciones de café en Alemania



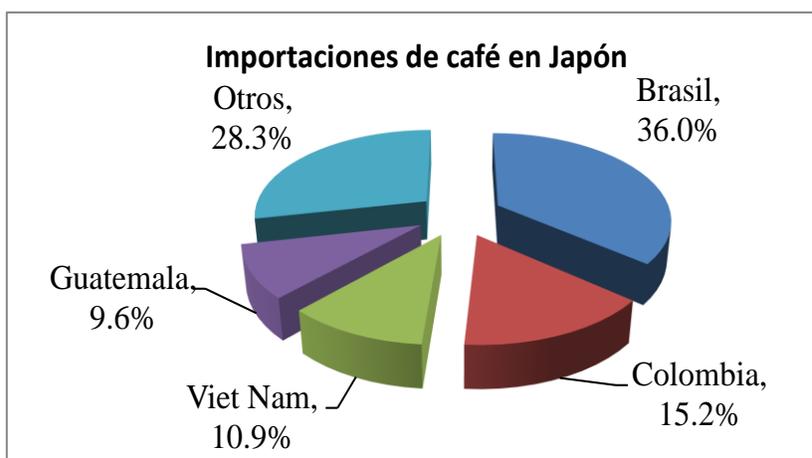
Fuente: Trade Map (2013)
Elaboración propia

4.1.2.3. Importaciones de café en Japón

Japón después del gran auge económico que tuvo desde la década de los ochenta pasó a ser uno de los principales importadores de café en el mundo, así en el año 2012 importó 378,798 toneladas por un valor de 1'584,724 miles de dólares USD siendo los principales proveedores Brasil con 121,384 toneladas por un valor de 570,357 miles de dólares USD (36%), seguido de Colombia con 45,045 toneladas por un valor de 240,526 miles de dólares USD (15.2%), teniendo como tercer proveedor a Vietnam con 75,725 toneladas por un valor de 172,502 miles de dólares USD (10.9%), seguido de Guatemala con 29,008 toneladas representando un valor de 151,613 miles de dólares USD (9.6%), y otros países con 107,636 toneladas en el que el Perú representa el 0.5% de las importaciones de Japón con este producto. Ver Figura N° 08.

En el mercado japonés el refinamiento y la calidad son muy importantes y se han introducido productos innovadores como café en lata, café helado y aromatizado.

Figura N° 08: Importaciones de café en Japón



Fuente: Trade Map (2013)
Elaboración propia

4.1.3. Precios del café a nivel de la bolsa de Nueva York

4.1.3.1. Precio de los últimos 2 años

Los precios del café en la bolsa de Nueva York (Figura N° 09) han presentado a lo largo de su historia una alta volatilidad, es decir en los últimos años éstas han tenido una inestabilidad de precios, tal es así que en el mes de octubre del año 2010, el precio fluctuaba sobre los 170 dólares USD, para enero del 2011, los precios bordeaban los 185 dólares USD, entre el mes de abril y julio del mismo año el precio del café alcanzó un pico por encima de 265 dólares USD, para luego ir descendiendo en enero del 2012 sobre los 240 dólares, en el mes de julio del mismo año el precio se reportaba sobre los 180 dólares y para diciembre el precio se reporta por debajo de los 160 dólares, y todo parece indicar que estos precios se mantendrán en este nivel.

Finalmente, durante el primer trimestre del 2011, el café ha llegado a cotizarse en la Bolsa de Nueva York a un precio de US \$ 305/qq, cifra récord no registrada desde el año 1997. Estos precios tienden a mantenerse a estos niveles, puesto que coinciden con un año de baja producción (efecto de alternancia), determinado principalmente por las consecuencias del cambio climático que se van agudizando cada vez más (exceso de lluvia o sequías). Dado que los expertos proyectan precios altos en los próximos cinco años, es oportunidad de que las instituciones públicas, privadas y organizaciones de productores se unan para generar

competitividad en la cadena de producción del café y que los productores generen rentabilidad en sus unidades productivas. (Central de Organizaciones Productoras de Café y Cacao del Perú – CAFÉ PERÚ, 2011)

Figura N° 09: Precio del café en los 2 últimos años



Fuente: Ino.com

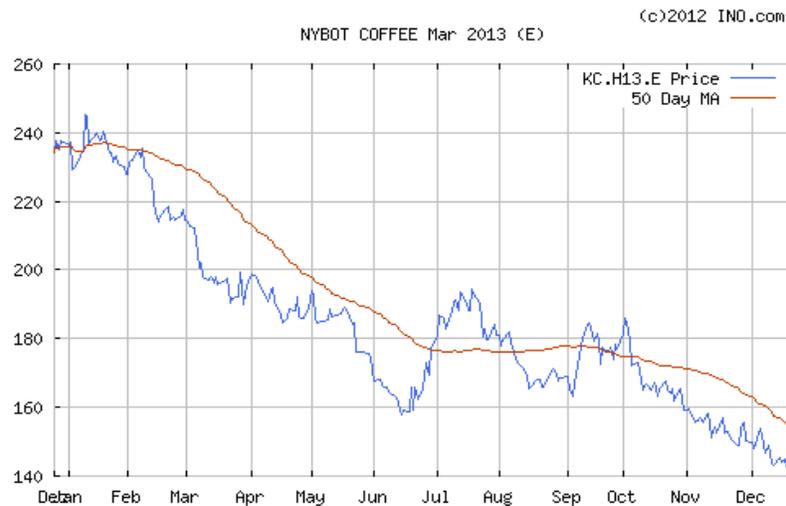
4.1.3.2. Precio del café año 2012

En la Figura N° 10 se puede apreciar que en el año 2012, el precio del café ha ido descendiendo desde los 240 dólares USD de principios de año (enero) hasta 147 dólares USD a finales de año y todo parece que este precio se mantendrá con una tendencia a la baja en el siguiente año (2013), es importante indicar que la alta volatilidad que se presenta con los precios del café afecta directamente la comercialización en las zonas de producción de café, generando incertidumbre tanto para los que comercializan como para los productores.

El nivel de los precios del café en el mercado también influyen en un mayor o menor consumo. El precio varía de acuerdo a la oferta y demanda del mercado.

Así tenemos que a pesar de que la producción de café en Brasil es elevada, este país lo comercializa a un menor precio porque no es de alta calidad; mientras que Colombia, con un alto grado de calidad de su café, puede permitirse comercializarlo a un mayor precio. (Central de Organizaciones Productoras de Café y Cacao del Perú – CAFÉ PERÚ, 2011)

Figura N° 10: Precio del café año 2012



Fuente: Ino.com

4.1.3.3. Precio del café en el año 2013

En la figura N° 11 se aprecia como el precio del café ha ido descendiendo en el primer semestre del año 2013, desde 162 dólares USD en enero del 2013 hasta 130 dólares USD en Julio del mismo año; estos precios han desalentado la cosecha del café en la zona de estudio, debido a que la el costo de mano de obra para la cosecha fluctúa alrededor de 35 nuevos soles muchos agricultores no han logrado cosechar toda la producción de su parcela y se estima que en el presente año (2013) la superficie cosechada será inferior al de otros años aunque la producción ha sido superior al año 2012.

Todo parece indicar que el precio del café permanecerá en el actual panorama, tal vez con algunos pequeños incrementos, ya que la producción de principales productores de café en el mundo como Brasil y Vietnam son elevadas.

Figura N° 11: Precio del café en el primer semestre del año 2013



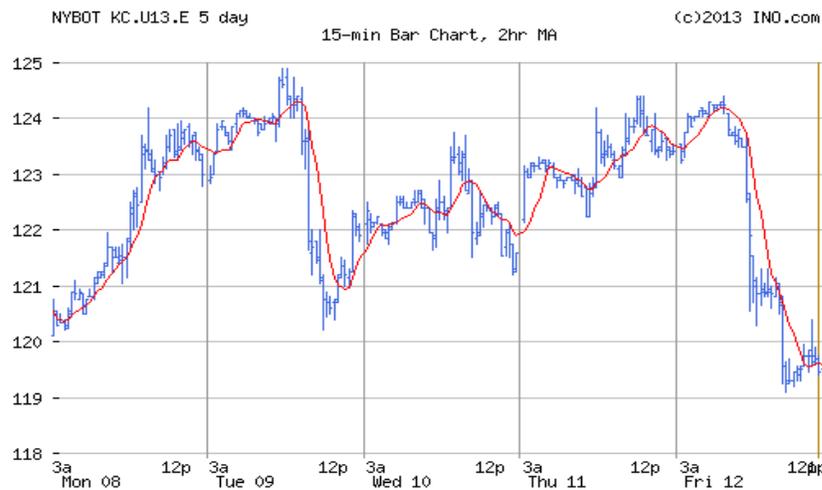
Fuente: Ino.com

4.1.3.4. Variación del precio del café por días

En la Figura N° 12 se puede observar como el precio del café tiene una alta volatilidad incluso en pocos días y en horas del día, por lo que para la comercialización del producto hay que tener muy en cuenta estos precios, ya que una mala información en precios puede desestabilizar en la comercialización del producto.

Así mismo en la figura se observa que en un solo día (08 de julio) el precio del café en la Bolsa de Nueva York se ha incrementado de 120 a más de 124 dólares USD, para luego al día siguiente (09 de julio) caer el precio nuevamente a 121 dólares USD, realizando el cálculo con el tipo de cambio (2.80) convertido en soles es equivalente alrededor de 12 nuevos soles por quintal de 46Kg, por lo que es importante tener información actualizada de estos precios.

Figura N° 12: Precio del café por días (08 al 12 de Julio 2013)



Fuente: Ino.com

4.1.3.5. Determinación de precios del café en la zona de estudio

El precio del café se determina por quintal de 46 Kg, para determinar el precio del café pergamino en la zona se toma en cuenta los siguientes aspectos:

- Precio del café en la bolsa de Nueva York
- Rendimiento físico del café en grano
- Tasa de cambio de la moneda nacional
- Costos de procesamiento y comercialización

4.1.4. El café en el Perú

4.1.4.1. Producción nacional

Según la Junta Nacional del Café, en el país se produce en 11 regiones, 68 provincias y 338 distritos. La producción nacional de café en los últimos años ha ido incrementándose, teniendo referencia principalmente a cinco departamentos y está liderado por la región Junín, seguido de Cajamarca, Cusco y Amazonas, de igual forma la tendencia en el rendimiento ha ido en aumento, registrándose un rendimiento nacional para el año 2011 en 903 kg/ha.

Asimismo en el Cuadro N° 01 se puede observar que en la región Cusco la superficie cosechada no tiene relación con la producción, como sí ocurre con el resto de regiones del

país, esto se puede deber a la escasa mano de obra que existe en la zona de estudio, cabe señalar que también esta región ha mantenido la superficie cosechada, mas no la producción y observándose que los rendimientos en los años mostrados son totalmente dispares.

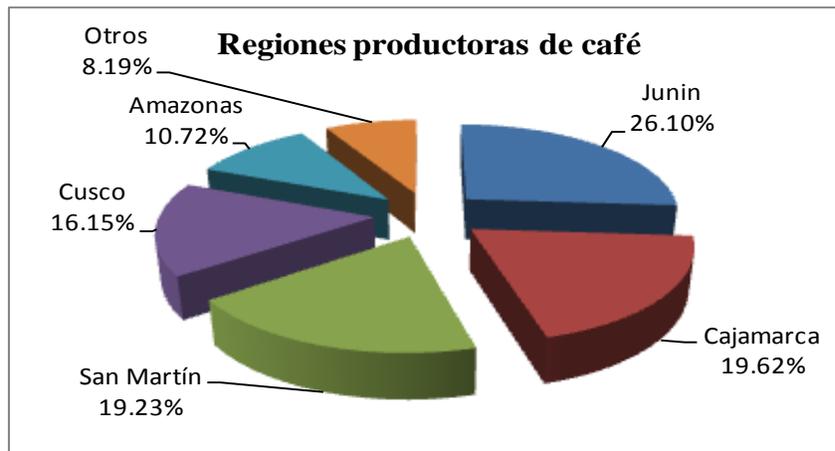
Cuadro N° 01: Indicadores de producción de café por regiones años 2008-2011

Departamento	2008			2009			2010			2011		
	Sup. Cos.	Prod. (t)	Rdto. (Kg./ha.)	Sup. Cos.	Prod. (t)	Rdto. (Kg./ha.)	Sup. Cos.	Prod. (t)	Rdto. (Kg./ha.)	Sup. Cos.	Prod. (t)	Rdto. (Kg./ha.)
Junín	86,457	82,053	949	87,677	60,792	693	89,203	67,790	760	92,504	86,519	935
Cajamarca	61,443	55,689	906	62,284	57,272	920	62,383	59,020	946	64,265	65,051	1,012
San Martín	47,838	44,473	930	51,823	48,644	939	56,162	52,915	942	67,191	63,757	949
Cusco	57,176	35,623	623	58,780	20,502	349	59,078	24,475	414	59,885	53,548	894
Amazonas	43,392	30,205	696	44,460	31,812	716	44,725	35,066	784	44,824	35,528	793
Resto del país	37,082	25,737	694	37,597	24,457	651	38,082	25,339	665	38,427	27,144	706
TOTAL	333,388	273,780	821	342,621	243,479	711	349,633	264,605	757	367,096	331,547	903

Fuente: Ministerio de Agricultura.

En el Cuadro N° 01 y en la Figura N° 13, se observa que en el año 2011 la producción nacional de café fue de 331,547 toneladas, concentrándose en los departamentos de Junín con 86,519 toneladas (26.10%), Cajamarca 65,051 toneladas (19.62%), San Martín 63,757 toneladas (19.23%), Cusco 53,548 toneladas (16.15%), Amazonas con 35,528 toneladas (10.72%) y el resto de departamentos con 27,144 toneladas (8.19%), cabe destacar que estas cinco regiones concentran el 91.81% de la producción nacional. La región con mayor superficie cosechada es Junín con 92,504 has, seguido de San Martín con 67,191 has; Cajamarca con 64,265 has y Cusco con 59,885 has. Cajamarca mantiene la mayor productividad con 1,012 kg/ha, seguido de Pasco con 1,010 Kg/ha, San Martín con 949kg/ha, Junín con 935kg/ha; y Cusco con 894 Kg/ha, los porcentajes de producción por regiones de café se puede observar en la Figura N°13.

Figura N° 13: Principales regiones productoras de café 2011

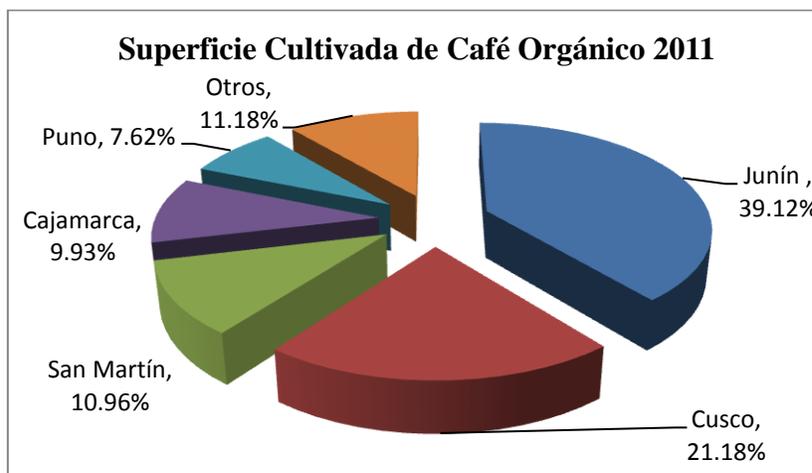


Fuente: Ministerio de agricultura MINAG
Elaboración Propia

a. Producción nacional de café orgánico en el Perú

En la figura N° 14 se observa, según información del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), la producción de café orgánico en el Perú, en el año 2011, tuvo una superficie de 96,089.57 has con 24,780 productores y 92 operadores y teniendo como principal productor a la región Junín con el 39.12%, seguido de la región Cusco, con 21.18%, en tercer lugar ocupa la región San Martín con el 10.96%; Cajamarca y Puno con el 9.93 y 7.62% respectivamente; cabe señalar que las regiones de Junín y Cusco producen más del 50% del café orgánico en el Perú.

Figura N° 14: Superficie cultivada de café orgánico por regiones



Fuente: Servicio Nacional de Sanidad agraria-SENASA
Elaboración propia

4.1.4.2. Consumo nacional

El panel de consumidores Maximixe da cuenta que en octubre del 2009, Nestlé participó con el 64,2% del mercado de café limeño (molido y soluble) con sus marcas Nescafé tradición y Nescafé Kirma que representa alrededor del 50% del mercado nacional, su marca de bebida Ecco tuvo una participación de 12,6%

Entre las marcas que se van abriendo paso en Lima metropolitana destaca Altomayo del grupo Perhusa con una participación del 8% del mercado gracias a técnicas de marketing innovadoras, basadas en la presentación de sus café como un producto ecológico, así mismo en el resto del país no se tiene la costumbre a consumir café debido a la creencia de que es dañino para la salud.

El 94 por ciento de la producción peruana de café se exporta, el consumo per cápita de este producto está aumentando, según la Junta Nacional del Café, en la actualidad en Lima se consume 1200kg de café por persona al año, existiendo más de 1500 cafeterías en la capital, a nivel nacional el consumo se estima en unos 700g/persona este consumo se considera todavía muy bajo comparado con países de Europa como Alemania con 6.50 Kg por persona o Italia con 5.82Kg.

4.1.4.3. Exportaciones de café de Perú al mundo

A partir del año 2001 el Perú figuró en el puesto quince dentro del ranking mundial de los principales países exportadores de café en grano verde y para el año 2006 escaló nueve posiciones colocándose en el sexto puesto. En el 2008 ocupó el quinto puesto y en la actualidad se encuentra en el cuarto lugar. Esta información demuestra que en los últimos diez años el Perú ha logrado escalar once posiciones en el ranking mundial, logrando ubicarse entre los primeros cinco países exportadores de café, destacando así la importancia que el café peruano ha ido adquiriendo a lo largo del tiempo (Morgan Chumbe, et al).

En el año 2011, el Perú exportó 293,638 toneladas de café al mundo, por un valor de 1'580,371 miles de dólares USD, ubicándose en el cuarto lugar de las exportaciones mundiales después de Brasil, Vietnam y Colombia con una participación del 6.1% de las exportaciones mundiales.

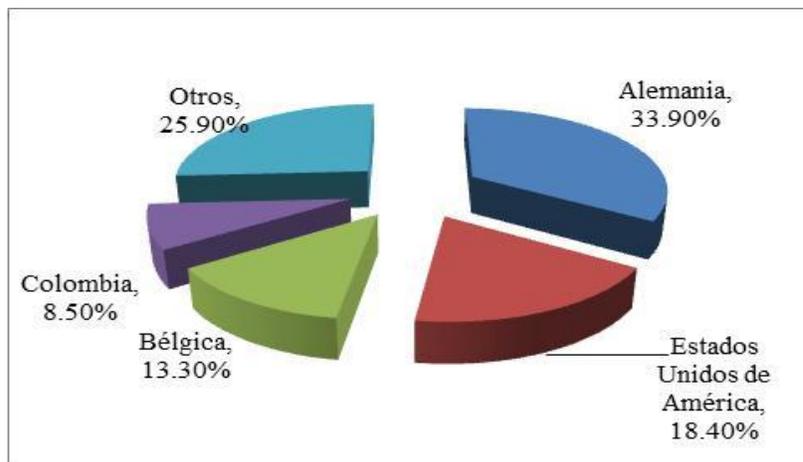
Los principales mercados exportados en el año 2011 fueron Alemania con 83,572 toneladas por un valor de 461,933 miles de dólares USD, representando el 29.2%, seguido por USA con 64,748 toneladas con un valor de 369,807 miles dólares de USD con un 23.4% y Bélgica con 48,311 toneladas por un valor de 271,691 miles de dólares USD, representando el 17.2% de las exportaciones de este producto, así mismo el cuarto país fue Colombia con 24 914 toneladas por un valor de 74,514 miles de dólares USD representando el 4.7% de las exportaciones.

En el año 2012 el Perú exportó 262,562 toneladas de café al mundo, por un valor de 1'580,371 1'008,459 miles de dólares USD descendiendo al sétimo lugar de las exportaciones mundiales después de Brasil, Vietnam y Colombia, Honduras, Indonesia y Etiopía con una participación del 4.3% de las exportaciones mundiales.

En la Figura N° 15 se detalla los principales países importadores: Alemania con 88,011 toneladas (33.90%) por un valor de 341,851 miles de dólares USD, Estados Unidos de América con 43,300 toneladas (18.40%) por un valor de 185,911 miles de dólares USD, en tercer lugar se ubicó Bélgica con 35,159 toneladas (13.90%) por un valor de 134,448; así mismo en cuarto lugar figura Colombia con 30,272 toneladas (8.50%) por un valor de 85,463

miles de dólares USD; estos cuatro países representaron el 74.1% de nuestras exportaciones en el año 2012.

Figura N° 15: Exportaciones de café de Perú



Fuente: Trade Map (2013)
Elaboración propia

Sus compradores son medianos y grandes tostadores, cada vez más interesados en nuestro producto, y se viene distinguiendo por la calidad de taza (aroma, cuerpo y sabor), similar y hasta mejor que la de los cafés centroamericanos. Los factores ambientales (microclimas y altitud de plantaciones) y un mejor manejo de pos cosecha han sido determinantes para lograr la confianza del mercado. (Junta nacional del Café)

En nuestro país operan 75 empresas exportadoras de café, de las cuales 28 componen a organizaciones de productores que ofertan cafés especiales. Hasta el momento 20 empresas concentran el 90% de las exportaciones, de las cuales las 10 primeras superan el 75% del valor exportado, mostrando una tendencia a la concentración en el negocio cafetero, en similitud al comercio mundial acaparado por 7 grandes empresas (Junta Nacional del Café, 2011).

Es importante que las organizaciones cafetaleras de nuestro país puedan prepararse convenientemente para la Feria Americana de Cafés Especiales (SCAA⁵) que se realizará en abril del 2014 en la cual el Perú ha sido designado como país anfitrión, siendo una

⁵ Specialty Coffee Association of América.-Feria de café más grande a nivel mundial se realiza en abril o mayo de cada año en Estados Unidos de Norteamérica

oportunidad para fortalecer el posicionamiento de nuestro país como productor de cafés orgánicos y especiales.

Por otro lado es importante mencionar que el gobierno emitió la resolución suprema que autoriza la cancelación de las cuotas que el Perú adeuda a La Organización Internacional del Café (OIC), esta organización agrupa a los principales países productores y mayores compradores de este grano, ya que ser parte integrante de este organismo nos permitirá acceder a programas para mejorar la productividad y competitividad del producto, cabe indicar que esta entidad cuenta con treinta y ocho países miembros exportadores, seis países miembros importadores manejando el 97% de la producción mundial y 85% del comercio internacional del café.

La misión del OIC es fortalecer el sector cafetero mundial y promover su expansión sostenible en un entorno basado en el mercado para el bien de todos los participantes en el sector cafetero,⁶ orientado en lo siguiente:

- Desarrollo y la búsqueda de financiación para proyectos que beneficien a la economía mundial del café.
- Promover la transparencia del mercado al ofrecer una amplia gama de estadísticas sobre el sector mundial del café.
- Desarrollar el consumo de café y de los mercados para el café a través de innovadoras actividades de desarrollo.
- Fomentar el desarrollo de estrategias para mejorar la capacidad de las comunidades locales y los agricultores de pequeña escala.
- La promoción de programas de formación e información para ayudar a la transferencia de la tecnología pertinente al café.

⁶ Organización Internacional de Café (http://www.ico.org/mission07_e.asp)

4.2. CARACTERÍSTICAS DE LA CADENA PRODUCTIVA DE CAFÉ ORGÁNICO EN LA PROVINCIA DE LA CONVENCION

4.2.1. Zona de estudio

La Provincia de La Convención se encuentra ubicada la región Cusco, en la parte Sur Oriental del territorio nacional, entre los paralelos 11° 15' 00'' y 13° 30' 00'' Latitud Sur y entre los Meridianos 72° y 74° Longitud Oeste, el área territorial comprende 10 distritos, que se encuentran ubicadas en las regiones naturales de Selva, Ceja de Selva y Sierra respectivamente caracterizándose por tener exuberante vegetación y fuertes pendientes.

En el aspecto económico se puede mencionar que la provincia de La Convención tiene mayor ingreso por recursos transferidos por el gobierno nacional hacia las municipalidades provincial y distritales, tal es así que en el año 2011, el monto autorizado por el Ministerio de Economía y Finanzas fue de 859'671,675.09 nuevos soles, en la que realizan diversos proyectos de infraestructura y proyectos productivos.

Alfredo Encinas. (2008). En la actualidad hay una apariencia aún mayor de riqueza debido al canon, que va directamente a las arcas municipales, especialmente en Echarati que genera un nivel importante en obras públicas. Todo esto es ciertamente beneficioso para la región, pero también es una apariencia, porque uno va a las instalaciones del Municipio de Echarati y parece que está en Lima, un edificio todo de cristal, unas piscinas que no las encuentras en otro lado en este país. Todo eso deslumbra y tapa un poco la realidad social que hay en la provincia de La Convención. Hay que matizar bastante a la hora de calificar esta región. No es fácil darse cuenta de la realidad de fondo. Entrevista realizada por Patricia Marín.

En lo que respecta al aspecto social cabe resaltar que en la provincia de La Convención, en los últimos años se han registrado la presencia, incursión y ataques terroristas en zonas colindantes (franjas territoriales) con el departamento de Ayacucho, que pertenecen al VRAEM (Valles de los Ríos Apurímac, Ene y Mantaro); y es de señalar que estas franjas territoriales pertenecen a los distritos de Quimbiri, Pichari, poblado de San Miguel distrito de Vilcabamba y el poblado de Kepashiato en el distrito de Echarati; que han sido afectados

por la acción de estos grupos terroristas, siendo de alguna manera un obstáculo para la estabilidad de la población rural en las zonas mencionadas.

4.2.1.1. Límites

La provincia de La Convención tiene los siguientes límites:

Por el norte : Departamentos de Junín y Ucayali

Por el Sur : Provincias Anta, Urubamba y Calca

Por el Este : Departamento de Madre de Dios

Por el Oeste : Departamento de Ayacucho

4.2.1.2. Población

La provincia de La Convención según el INEI cuenta con 166,833 habitantes de los cuales 88,181 son hombres, representando el 52.86% y 78,652 son mujeres correspondiendo al 47.14%, tal como se puede observar en el Cuadro N° 2.

Cuadro N° 02: Población de la provincia de La Convención según sexo.

Categorías	Casos	%
Hombre	88,181	52.86%
Mujer	78,652	47.14%
Total	166,833	100.00%

Fuente: Censos Nacionales 2007

De la población existente en la zona de estudio; 49,892 habitantes están en la categoría de urbano, representando el 29.91%; mientras que 116,941 habitantes viven en el área rural y representan el 70.09%, como se observa en el Cuadro N° 03.

Cuadro N° 03: Población de la provincia de La Convención según área de residencia

Categorías	Casos	%
Urbano	49,892	29.91%
Rural	116,941	70.09%
Total	166,833	100.00%

Fuente: Censos Nacionales 2007

4.2.1.3. Superficie

La Provincia de La Convención según los datos proyectados y reajustados del INEI (1996); registra una superficie total de 30,061.82 km², esta superficie corresponde a los 10 distritos de La Convención: Echarati Huayopata, Maranura, Ocobamba, Pichari, Quellouno, Quimbiri, Santa Ana, Santa Teresa y Vilcabamba.

4.2.1.4. Recurso suelo

De acuerdo a la clasificación de la capacidad de Uso Mayor de Tierras en la provincia, predominan las tierras de protección (X) las cuales registran el 78.42% de la superficie total, seguidos por las tierras con aptitud forestal que viene a ser el 12.24%, y las tierras que tienen aptitudes para el cultivo en limpio alcanzan el 5.00%. (ONERN, 1989)

4.2.1.5. Temperatura

La provincia de La Convención por su amplitud, presenta variedad climática en sus diferentes zonas. En base a la información de cuatro estaciones meteorológicas, a los factores terrestres y considerando que la provincia se encuentra en la zona tórrida de Capricornio, se concluye que el clima predominante es tropical lluvioso con invierno seco. El distrito de Santa Ana está caracterizado por un clima que alcanza una Temperatura Media Mensual de 23,6°C, siendo los meses más calurosos Abril, Julio y Octubre en los cuales la temperatura llega a 30,8°C.

La temperatura media anual varía de 29.4 a 20.8 °C, la humedad relativa es de 80% considerada como alta, la evapotranspiración es alta (4.7 mm/día).

La temperatura media para un período de 10 años de registro es de 19.2°C, en la Estación de Huyro, (Huayopata), en Quillabamba 23.3°C, en Cirialo (Echarati) 25.4°C y en la Estación de Quelcaybamba (Ocobamba) 24.6°C. Para el Medio y Bajo Urubamba se registra según el lugar, en la zona de Camisea una temperatura promedio anual de 22°C a 25°C, que determina un clima muy favorable para toda actividad agropecuaria tropical planificada, con una estación seca bien definida.

Corresponde a los meses de octubre, noviembre y diciembre las temperaturas más altas y a los meses de mayo, junio y julio las temperaturas más bajas.

4.2.1.6. Precipitación pluvial

Las precipitaciones promedios para los diez años de registros de las estaciones meteorológicas de la provincia de La Convención son: la estación de Huyro con 1654 mm, Quillabamba 989.5 mm, Cirialo 1266.3 mm y Ocobamba 1100 mm de precipitaciones.

Las mayores precipitaciones se presentan en las zonas de Huyro y Cirialo, y las menores precipitaciones según información existente, se presentan en Ocobamba y Quillabamba, para el Medio y Bajo Urubamba la precipitación según estimaciones de la ONERN es de 2,200 mm. En la desembocadura del Río Camisea aguas arriba se registra hasta 3,200 mm, como promedio anual.

Las más fuertes precipitaciones se registran en los meses de Enero, Febrero y Marzo, y en los meses que disminuye la precipitación son: Julio, Agosto y Setiembre; por otra parte la precipitación se incrementa con mayor fuerza de los pisos altitudinales menores de Selva y Ceja de Selva hacia los niveles mayores.

4.2.1.7. Ciudad de Quillabamba

La ciudad de Quillabamba es la capital de la provincia de La Convención, se encuentra al norte de la ciudad del Cusco, en una zona tropical de Ceja de Selva y sobre la margen izquierda del Río Vilcanota,

La zona es de clima cálido y lluvioso en los meses de diciembre a marzo con una temperatura promedio de 23.3°C; la humedad relativa de Quillabamba oscila entre 69 y 75%, con una altitud de 1047 metros sobre el nivel del mar y dista 221 Km del de la ciudad del Cusco, por la carretera Cusco-Ollantaytambo-Quillabamba, con un 90% de asfaltado.

La ciudad de Quillabamba es el centro comercial de operaciones donde se concentra toda la producción del café de la provincia de La Convención y se encuentran ubicadas todas las plantas de procesamiento del café, y luego de ahí ser transportado a la ciudad de Lima para su posterior exportación; Quillabamba se ha constituido en el principal centro comercial y de negocios en el departamento del Cusco, consolidándose por su vocación productiva, agrícola y agroindustrial de exportación.

4.2.2. Productores

El cultivo del café es la principal actividad agrícola en la provincia de La Convención con **25 mil productores** dedicados al cultivo en 56,291.9 hectáreas de cultivo, con 1 094,241 quintales producidos en el año 2011, de los cuales el 18.10% es café orgánico. La provincia de La Convención cuenta con más de 5,526 productores de café orgánico, una producción total de 192,077 qq exportados en el 2011, de los cuales COCLA exportó más del 80%.

El 90% de estos agricultores se clasifican como micro y pequeños productores, produciendo menos de 100 qq. Y el resto como medianos productores con producción que oscila entre 101 y 1000 quintales, no existiendo en la zona de estudio grandes productores de café como en otras áreas del país.

La central de cooperativas agrarias COCLA ingresa al programa de café orgánico en el año 1996, siendo pionera en esta actividad en la región Cusco; cuando se le da una fuerte prioridad a este nicho del mercado.

La conversión a un manejo de las parcelas libre de agroquímicos permitió elevar los niveles de producción por hectárea y mejorar la calidad del grano, además de generar más empleos y aprovechar ampliamente la mano de obra familiar; y finalmente ofertar un aromático libre de pesticidas y otros agroquímicos logrando incursionar en nuevos y provechosos mercados internacionales, contribuyendo a la preservación de suelo, agua y diversidad ecológica.

Los productores de café orgánico se encuentran organizados en: cooperativas, asociaciones y comités.

4.2.3. Cooperativas y empresas exportadoras de café

Se pueden clasificar en dos grupos:

En la zona de estudio existen dos cooperativas y cuatro empresas que se dedican a la exportación de café, de los cuales dos cooperativas y las primeras dos empresas exportan café orgánico:

- Central de Cooperativas Agrarias COCLA Ltda. N°281, con 4150 productores
- Cooperativa Agraria Cafetalera José Olaya, con 415 productores

- Cooperativa Agraria Cafetalera Valle de Incahuasi con 300 productores
- Bio Azul SAC, con 441 productores
- Agroindustrial y Comercial Arriola e Hijos S.A. (AICASA) con 130 productores
- HVC exportaciones SAC
- Romero Trading.
- Perales Huancaruna SA. (PERHUSA)

En el año 2012, COCLA exportó más del 80% del café orgánico en la provincia de La Convención, consolidándose como el primer exportador de café orgánico del Perú. En el presente trabajo nos abocaremos al estudio del caso de dicho sistema cooperativo.

La experiencia cooperativa en la provincia de La Convención es antigua refiriéndose a la primera cooperativa cafetalera fundada en el Perú (Cooperativa Maranura, 1,962) y por consiguiente también a una de las primeras experiencias de exportación de café orgánico en el Perú.

Siendo la primera zona en lo referente a la existencia de cooperativas cafetaleras del país, según la Junta Nacional del Café, de las 66 cooperativas cafetaleras existentes en el Perú, 25 se encuentran en la región Cusco (provincia de La Convención).

De las 25 cooperativas existentes en la zona de estudio, 22 cooperativas están asociadas a la Central de Cooperativas Agrarias COCLA con 4,150 productores orgánicos asociados.

La cooperativa José Olaya es otra cooperativa que se encuentra en la zona de estudio, cuenta con 415 productores orgánicos asociados, su zona de influencia es el distrito de Quellouno, y exporta directamente el café de sus socios.

La Cooperativa Agraria Cafetalera valle de Incahuasi cuenta con 300 productores orgánicos ubicándose en el valle del mismo nombre, que abarca los sectores de San Fernando, Apaylla y Amaybamba en el Distrito de Vilcabamba, cuya producción de café es transportado directamente a la ciudad de Lima para su procesamiento y posterior exportación. Cabe indicar que esta organización no tiene local en la ciudad de Quillabamba, así mismo no hay accesibilidad directa a la provincia, sino por Cusco-Abancay-Andahuaylas.

En el presente trabajo realizaremos el estudio de investigación del caso de la Central de Cooperativas Agrarias COCLA por ser la organización que comercializa más del 80% del café orgánico de la zona.

4.2.3.1. Central de Cooperativas Cafetaleras COCLA

La Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras COCLA Ltda. N° 281, es una empresa cooperativa de segundo grado que agrupa a otras cooperativas primarias, unificando sus esfuerzos y desarrollando un programa de comercialización para garantizar el acopio, almacenamiento, procesamiento, financiación y exportación del café. Promoviendo la educación cooperativa, con operaciones financieras para la comercialización del café de, y proporcionando asistencia técnica, capacitación y promoción del producto.

Agrupa actualmente a un total de 8000 productores (orgánicos y convencionales), organizados en 22 cooperativas primarias:

C.A.C Manco Inca

C.A.C Huadquiña Ltda. N° 109

C.A.C Huayopata Ltda. N° 110

C.A.C Túpac Amaru Ltda. N° 115

C.A.C Mateo Pumacahua Ltda. N° 185

C.A.C Santa Ana Ltda. N° 232

C.A.C Maranura Ltda. N° 129

C.A.C Alto Urubamba Ltda. N° 239

C.A.C Manco II Ltda. N° 11

C.A.C Chaupimayo "A" Ltda. N° 001-VII

C.A.C Tiobamba Ltda.

C.A.C Tirijuay Pavayoc Ltda.

C.A.C Chancamayo Ltda.

C.A.C José Carlos Mariátegui Ltda. N° 036-VII

C.A.C Aguilayoc Ltda. N° 84

C.A.C Jorge Chávez Ltda.

C.A.C Huayanay Ltda.

C.A.C Ccochapampa Ltda.

C.A.C Chaco Huayanay Ltda. N° 100

C.A.C San Fernando

C.A.C Paquivo Ltda.

C.A.C Macamango Ltda. N° 100

La Central de Cooperativas Agrarias COCLA Ltda. N° 281, en 1996 decidió incursionar en los programas orgánicos ingresando sus socios a la producción orgánica, convirtiendo los insumos agroquímicos por aquellos orgánicos cuya práctica biodinámica garantiza la sostenibilidad y la renovación de la base natural de la producción cafetalera.

El programa de asistencia de COCLA, está orientado a desarrollar una agricultura ecológica, contando a la fecha con el 50% de los socios involucrados en un programa de producción orgánica de café, debidamente certificados, en los últimos años el promedio se incrementó de 10qqs a 14qqs., debido a los programas de asistencia técnica implementados. El departamento técnico de COCLA brinda capacitación en lo que refiere a manejo del cultivo, beneficio y manejo de pos cosecha con la finalidad de lograr un producto de alta calidad, y garantizar la producción orgánica y sostenible, siendo los canalizadores de la certificación orgánica del café.

Así mismo se realizan cursos y seminarios de taller especializados para los directivos de las cooperativas socias, para los delegados de COCLA, extensionistas y personas involucradas en la producción de café.

Por otro lado cuenta con un área de género en el que se realizan talleres especializados para socias, esposas e hijas de socios donde se desarrollan temas de autoestima, mujer y género, empresas familiares, etc.

La estrategia de COCLA es impulsar la producción de café orgánico. Sin embargo, entre las cooperativas socias hay todavía un amplio sector de cafetaleros convencionales.

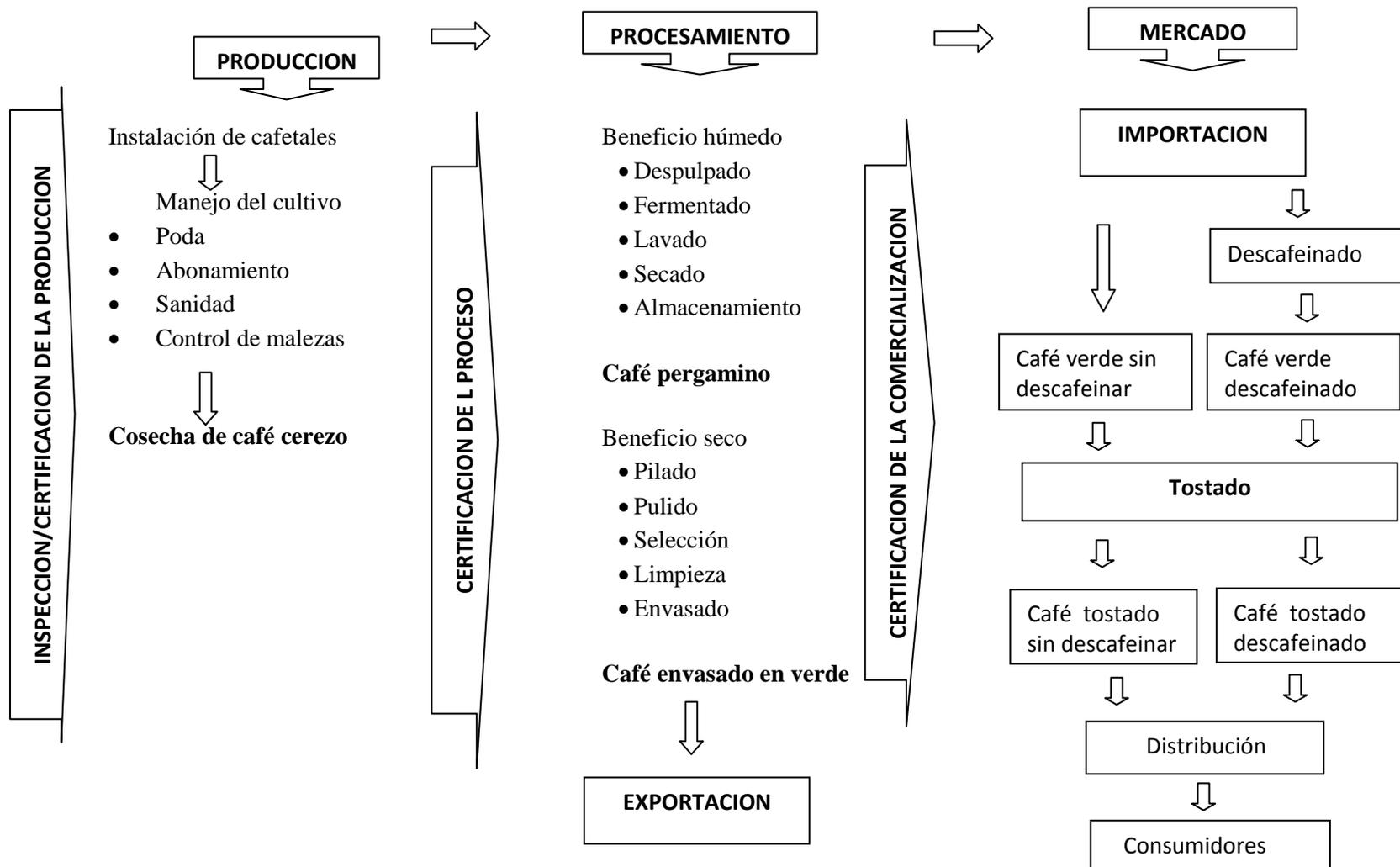
4.2.4. Cadena productiva del café orgánico

En la Figura N° 16 se puede apreciar la cadena productiva del café orgánico en forma íntegra desde la producción hasta el consumidor final.

4.2.4.1. Producción

Las labores de producción comprende las actividades agrícolas que se realizan en finca, éstas son las siguientes:

Figura N° 16: Cadena productiva del café orgánico



Fuente: Zapata Huamán SA. Análisis de la cadena de valor y competitividad de cafés especiales (2006)
 Elaboración propia

a. Instalación de cafetales

Para la instalación de cafetal primeramente se evalúa las condiciones de humedad, tipo de suelo, precipitación pluvial o disponibilidad de agua, luego se continúa con la elección de la variedad y la determinación de la variedad de siembra, densidad de siembra (capacidad de producción de la tierra cultivada, disposición del cultivo: en hileras sencillas o dobles a través de la pendiente, utilizando una distancia entre surcos, curvas de nivel entre otros)

Las prácticas adecuadas en la instalación del café orgánico son las siguientes:

- La construcción del germinador
- La construcción del almácigo
- Preparación del terreno, trazado ahoyado y siembra
- Instalación de sombra

b. Labores culturales (manejo del cultivo)

En esta etapa se consideran las siguientes actividades:

- Poda
- Abonamiento
- Sanidad del cultivo
- Control de malezas

c. Cosecha del café

Es la recolección de los granos maduros de café para luego ingresar a la etapa de pos cosecha.

4.2.4.2. Procesamiento

Para esta etapa se tiene el proceso de beneficio húmedo y proceso de beneficio seco.

a. Proceso de beneficio húmedo

Es un conjunto de operaciones que se realizan para transformar el café cerezo en pergamino, minimizando las incidencias frente al medio ambiente, conservando la calidad exigida por las normas de certificación, evitando pérdidas del producto minimizando el uso de agua y logrando el aprovechamiento de los subproductos.

Este proceso de beneficio comprende las siguientes actividades:

- Despulpado
- Fermentado
- Lavado
- Secado
- Almacenamiento

b. Proceso de beneficio seco

Esta etapa comprende las operaciones de retiro de la cutícula que cubre al café pergamino para luego transformarlo a café verde (oro) es decir, el café pergamino seco se transporta a la trilladora, donde se le extrae por medio de máquinas especializadas, la película o endocarpio que lo cubre. El término “verde” no se refiere al grado de madurez del producto, sino al hecho de no ser aún tostado, donde el grano adquiere su color café característico.

Este proceso comprende las siguientes actividades.

- Pilado
- Pulido
- Selección
- Limpieza
- Envasado

4.2.4.3. Comercialización

Comprende los procesos de exportación e importación de café oro recolección, beneficio y secado. En la zona de estudio este café verde se destina directamente a la exportación (la producción orientada al consumo interno, llega hasta la etapa final del proceso productivo de la cadena: tostado, molido y empacado).

El proceso de exportación se realiza como café verde, este café verde para su consumo toma dos caminos:

Primero.- el café directamente pasa al proceso que implica la torrefacción, molienda, evaporación y aglomeración, se producen extractos y cafés solubles, para su distribución del producto final como son concentrados y cafés instantáneos solubles, bien sea para el consumo directo, o para incorporarlo como esencia en otras bebidas, helados u otros productos alimenticios.

Segundo.- el café pasa por un proceso de descafeinado (extracción de la cafeína), tostado distribución para su consumo, este café también se utiliza como insumo en la industria, la cual es usada por empresas de refrescos y farmacéuticas, aunque en una proporción mucho menor que para su consumo directo, y sin recurrirse a la torrefacción.

4.2.5. Cadena de valor del café orgánico

Para analizar la actividad económica de las empresas productoras de café orgánico se tiene un panorama general de su procedimiento y estructura interna.

Utilizando el método de la cadena de valor de Michael Porter (Figura N° 17) se visualiza las actividades primarias y las actividades de soporte de la cadena de valor:

Figura N° 17: Cadena de valor del café orgánico



Fuente: Michael Porter, 1997. La cadena de valor.

Las actividades primarias están agrupadas en tres componentes

- Producción agraria
- Procesamiento
- Comercialización

Estas actividades primarias están vinculadas a las actividades de soporte, y están divididas en cuatro actividades:

- Adquisición
- Desarrollo tecnológico
- Administración de recursos humanos
- Infraestructura empresarial

4.2.5.1. Componente producción agraria

La producción agrícola incluye todos los factores y actividades relacionadas específicamente con la caficultora tales como:

- La instalación de cafetales
- El manejo de plantación
- La cosecha

- El beneficio húmedo

a. Instalación de cafetales

Comprende la selección de variedades, la instalación de almácigos (germinación), trasplante a vivero, los cuidados de la planta y finalmente trasplante del cafeto a áreas escogidas previo trazado de terreno, en pendientes bajo el método de curvas a nivel con la finalidad de conservar el suelo.

En la provincia de La Convención las principales variedades de café son la typica, catimor seguidas de caturra.

Se considera por lo general que el área cafetalera en esta zona está compuesta por cafetales de plantaciones antiguas que es superior a los veinte años.

b. Manejo de plantación

La zona en estudio se caracteriza por presentar parcelas con aplicación de mediana y baja tecnología usando la mayor parte el sistema tradicional.

Las principales labores de mantenimiento de las plantaciones de café orgánico comprenden prácticas de conservación de suelos, el manejo de sombra para el café el abonamiento, la poda la renovación, el control de plagas y enfermedades, así como los deshierbos y manejo de coberturas.

c. Cosecha

Cuando los frutos llegan a la madurez, (de 6 a 8 meses después de la floración) se realiza la cosecha del café. La recolección consiste en recoger manualmente sólo los granos maduros, esta actividad se realiza entre los meses de abril a agosto, dependiendo de la altitud en el que se encuentra, la cosecha se subdivide en tres fases rebusque (primeras cosechas), plena (cosecha punta) y raspa (cosechas finales) en el rebusque se colecta los primeros cerezos maduros y en la plena se recolecta la mayor cantidad de cerezos en una o dos pasadas, finalmente en la raspa se recolecta los últimos granos que queda en el cafeto, esta labor se realiza con la finalidad de controlar la incidencia de plagas (control de la broca).

En esta época de cosecha es donde se despliegan grandes recursos económicos para pagar los jornales del café (personal eventual contratado exclusivamente para las labores de cosecha) por otro lado los productores que no cuentan con suficiente recursos económicos cubren estos costos con mano de obra familiar pero también realizan el trabajo mancomunado ancestral llamado ayni.

d. Beneficio húmedo

La post cosecha conforme a los requerimientos para la comercialización, agrupa todos los tratamientos posteriores a la cosecha del producto: selección del cerezo, despulpado, fermentación, lavado, secado y almacenamiento del café pergamino seco.

Cabe mencionar que los productores realizan sus actividades de cosecha desde las primeras horas del día hasta entrada la tarde depositando el café cosechado en el pozo de cerezo y en sacos, para luego inmediatamente realizar la molienda, los granos cosechados se sumergen primero en agua para eliminar los más livianos y la basura, a continuación de las trampas pasan a la operación de despulpe estos accionan por efecto de compresión y desgarre, la compresión aplasta la cereza del café y el desgarre rompe la cáscara ayudando al mucílago a que las dos semillas envueltas en sus dos coberturas salgan fácilmente de la primera (cáscara o pulpa), el café algunas veces es clasificado en zarandas y la pulpa es transportada por medio del agua hacia los pozos de sedimentación depositando el grano en los pozos de fermentación.

La fermentación se realiza en el pozo de fermento es decir en forma natural, para que un café llegue al punto de fermento tiene que transcurrir de 12 a 24 horas, esto dependiendo de la altitud, una vez fermentado, estos pozos se llenan de agua y por medios hidrostáticos clasifican su café, los granos por su madurez caen al fondo y los granos verdes y secos o mal formados quedan suspendidos en la superficie del agua y son evacuados fuera de la planta.

El secado del café lo realizan en forma natural en patios de cemento y piedras, parihuelas de madera y arpilleras.

Durante la etapa del almacenamiento se ha podido verificar algunas deficiencias ya que la mayor parte de los productores no cumplen con las labores adecuadas, es decir no guardan el

café pergamino en sacos sobre parihuelas para protegerlos de la humedad del suelo y evitar así que absorban olores que distorsionan la calidad del producto.

La pulpa de café es utilizada para producir el compost y esto a su vez es regresado a la planta del cafeto, las aguas mieles son canalizados hacia las pozas de aguas mieles.

La agroindustria cafetalera peruana se caracteriza por poseer plantas de beneficio descentralizadas, es decir todo el proceso de pos cosecha (transformación del café en cerezo a pergamino) lo realiza cada productor en su parcela, este proceso hace que la homogeneidad en la calidad del café no sea la adecuada.

Las dificultades para lograr una calidad óptima se ha observado en la fermentación y en el secado del café sobre todo en los productores donde carecen de capacitación, inversión y tecnología en instalaciones propias del beneficio húmedo.

La falta de infraestructura de beneficio húmedo adecuado crea una dificultad en los meses de mayor concentración de la cosecha (mayo-junio) y superan con frecuencia los límites de la capacidad instalada (plantas de benéfico y patios de secado) imposibilitando el beneficio adecuado de la producción en la zona. En consecuencia la carencia de instalaciones propias afecta negativamente las labores de post cosecha que corren altos riegos de superar los límites de humedad requeridos en el secado (13%) y dañar la calidad del café pergamino.

Los caficultores de las partes altas (altitud mayor a 1500 msnm.) tienen la desventaja de no contar con un buen clima al momento de la cosecha (lluvioso y nublado) especialmente al inicio de la temporada cafetalera esto hace que los procesos de fermento y de secado se tornen críticos y cualquier falla en ello malogra la calidad del café obteniéndose un grano sobre fermentado y mohoso.

e. Transporte

Los agricultores entrevistados manifiestan transportar su producto desde sus unidades agropecuarias hasta los centros de acopio en vehículos particulares contratados y en muy pocos casos transportan en vehículos de la cooperativa.

f. Entrega a la cooperativa

El agricultor entrega su producto a la cooperativa para lo cual el café es analizado tanto en humedad y rendimiento en grano.

Todas las cooperativas estudiadas cuentan con un sistema de control de humedad del grano en la que se detalla las características del producto en un registro. Este registro incluye el peso, la humedad, y observaciones generales. Para medir la humedad se utiliza un medidor electrónico para lo cual se obtiene una muestra de 100 gramos de café verde (no pergamino) del lote a entregar.

El grano debe tener una humedad máxima de 13%, si la humedad es mayor el producto se envía a los secadores y se realiza el llenado del registro y la documentación respectiva, esta documentación debe ser guardado por el productor para las visitas de inspección (certificación orgánica).

Luego el café es llevado a la planta de procesamiento.

4.2.5.2. Componente procesamiento

Este aspecto describe el proceso de beneficio seco (transformación del café pergamino seco en verde) para lo cual primero se realiza el transporte del café pergamino desde los centros de acopio (cooperativas primarias) hasta la planta de beneficio seco para su procesamiento, así mismo en esta parte se describe los servicios de preparación para su comercialización.

a. Beneficio seco

En esta parte se describen los pasos del proceso de beneficio seco (pilado, trillado y envasado), en el que se obtiene dos tipos de café el exportable que tiene las cualidades de tamaño, color, densidad y calidad para su comercialización en el mercado internacional y el café de descarte que presenta granos defectuosos (manchados picados aplastados y granos pequeños).

Los granos ingresan a la planta con una humedad equivalente al 13%, cuando el café llega con una humedad mayor a 13%, éstos son secados de forma natural en la loza de secado, o

también se utiliza la máquina secadora que funciona con energía eléctrica, leña y/o cascarilla de café.

a.1. Recepción, pesaje y clasificación

En esta área el café se almacena por tipo y procedencia, en el que puede permanecer de 1 a 3 meses de acuerdo al pedido y contrato que realiza la empresa con el cliente.

a.2. Pre limpieza

El grano acopiado es llevado a la zaranda metálica donde el grano cae por gravedad y las impurezas (rafias, palos, pedazos de tela, plumas, etc.) quedan suspendidas, luego es canalizado a la despedradora para retirar las impurezas, piedras y otras materias extrañas.

a.3. Pilado

En esta etapa el café es desprendido de la cutícula que cubre el grano y se obtiene el café verde (café oro).

a.4. Control de calidad

Se toma una muestra (400 gramos) de todo el lote que se está procesando y luego se evalúa las características físicas: color, tamaño, humedad y granos defectuosos ya que estos granos defectuosos tienen influencia en la calidad de la taza.

El tostado se realiza para el control organoléptico, es decir determinar la existencia de sabores extraños así como para determinar las características de olor, acidez, aroma sabor y cuerpo de la bebida, este análisis sensorial es muy importante para conocer si la calidad corresponde a los requerimientos del cliente.

a.5. Selección

En esta etapa el café verde es clasificado, de acuerdo al tamaño y peso del grano, asimismo los granos que no fueron bien procesados y los que no presentan las características óptimas vuelven nuevamente al proceso de pilado conociéndose esta actividad como reproceso.

Después del pilado se pasan por las mesas gravimétricas, para separar los granos de menor peso, los granos defectuosos y que son los de menor calidad.

a.6. Escojo electrónico

Luego los granos son sometidos a un sistema de clasificación electrónica que consiste en separar los granos marrones o negros que son los que afectan la calidad en taza, este proceso se realiza a través de máquinas electrónicas que cuentan con un visor electrónico permitiendo seleccionar los granos por color.

a.7. Ensacado y pesado

Después de finalizar la selección de los granos de café, los últimos pasos del proceso son el envasado en sacos de yute y el pesado (de 69 kg.).

a.8. Marcado de sacos

Para realizar el marcado de los sacos se requiere la siguiente información:

Código del país y código del exportador (en el caso del Perú es 30)

La marca y serie que otorga la CCL⁷ o la Junta Nacional del Café de acuerdo al país de destino.

El número de lote y la certificación que corresponde

El logotipo de la certificación.

Si el cliente lo solicita lleva alguna otra marca o diseño especial.

Transporte

Una vez que el café está preparado (ensacado) y listo se transporta en tráileres hacia el puerto de embarque del Callao,

Preparación para el embarque

⁷ Cámara de Comercio de Lima

Una vez descargado el café en los almacenes de la cooperativa en Lima, se coordina con el agente de aduanas y con la naviera para retirar los contenedores y forrarlos (para el caso del café orgánico se requiere llevar doble forrado del contenedor)

b. Preparación para el embarque

Las actividades que se realiza para la preparación del embarque incluyen los siguientes pasos:

b.1. La inspección

Se realiza por parte de un inspector de la naviera esto con la finalidad de descartar el tráfico de mercadería ilícita, el agente de aduanas y un representante de la empresa una vez terminado realizan el cierre del contenedor, colocando el precinto de seguridad, para luego transportar los contenedores hasta el terminal de almacenamiento de la naviera para después ser embarcados.

b.2. La documentación

Se debe acreditar el producto, la cantidad y la calidad del producto a embarcar, siendo lo siguiente:

- La factura comercial
- Instrucciones para la elaboración del Bill of Landing (B/L) ⁸
- Cuadro PIT (Pedido de internamiento temporal)
- Certificado de la OIC⁹
- Certificado de origen SGP (si fuera necesario)
- Certificado fitosanitario
- Solicitud de certificado orgánico

4.2.5.3. Comercialización

La comercialización agrupa las actividades del mercadeo, venta y procedimiento de embarque. El área mercadeo incluye actividades de negociación de los compradores, venta del café y aquellas de investigación y desarrollo del mercado, mientras que el procedimiento de

⁸ B/L. Bill of Landing (Conocimiento de embarque)

⁹ OIC. Certificado de la Organización Internacional del café (formulario)

embarque incluye aquellas de distribución física de la mercadería de la planta procesadora al puerto del Callao y la presentación de documentos para la exportación.

El vínculo más importante entre la empresa y el comprador es la comunicación permanente, en lo que respecta a envíos, situación de la producción, variaciones climáticas, u otros aspectos relacionados a la exportación del producto, de tal manera que los compradores puedan planificar la logística de almacenamiento y mercadeo.

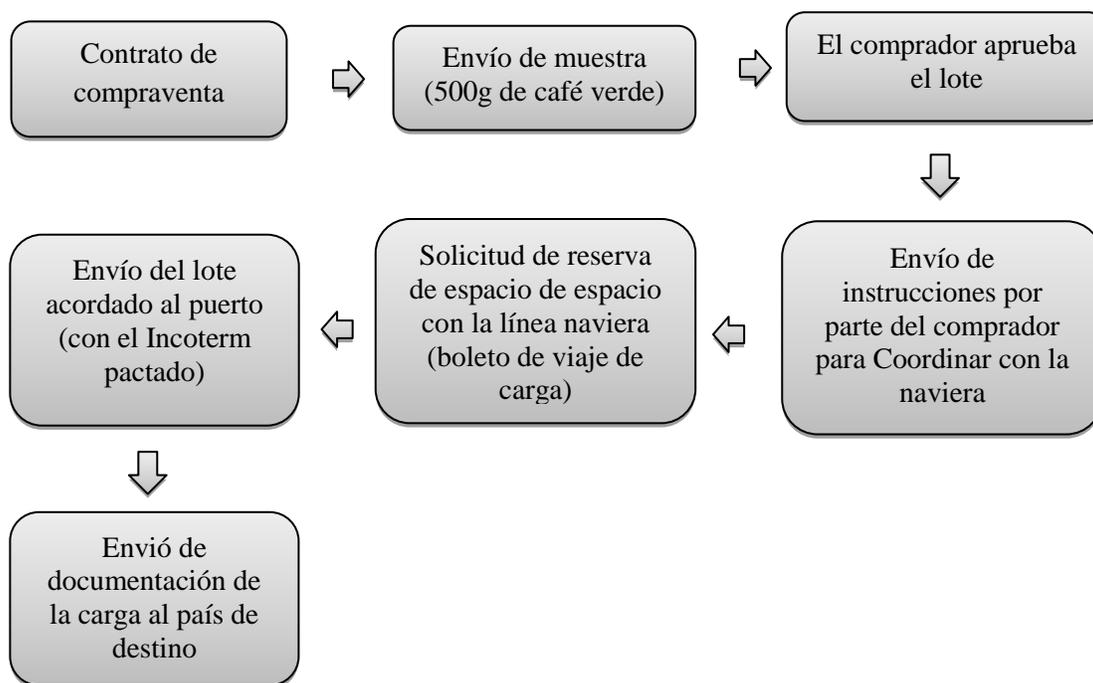
Los compradores también realizan visitas a las zonas de producción, de esta forma el cliente constata las labores efectuadas en la fase de producción del café, asimismo se supervisa la planta de procesamiento, pero por otro lado altos representantes de la empresa realizan visitas a los clientes para evaluar y llegar a acuerdos comerciales.

a. Proceso de exportación

En lo que concierne al proceso de exportación del café orgánico de la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras COCLA, es como sigue:

Inicialmente la organización realiza las conversaciones con el comprador en el cual se llega a un acuerdo de la cantidad, plazo de entrega y demás condiciones de venta del producto; para lo cual se formaliza a través de un contrato de compraventa, luego la organización, envía una muestra de 500 gramos de café verde al comprador, éste a su vez realiza el análisis de la muestra, aprueba la compra del lote, y envía las instrucciones para coordinar con la naviera que se encargará de transportar el lote, solicitando el espacio en la línea naviera (boleto de viaje de carga), el vendedor por su parte envía el lote al puerto con el incoterm pactado. Una vez enviado la carga se realiza el envío de la documentación correspondiente de la carga al país de destino, para luego solicitar el pago correspondiente en las condiciones pactadas en el contrato. (Ver Figura N° 18).

Figura N° 18: Proceso de exportación del café orgánico



Fuente: Elaborado en base a la entrevista realizada en COCLA

Dentro de las actividades de soporte tenemos lo siguiente:

4.2.5.4. Adquisición

a. Venta del café del productor

Los caficultores entregan su producto a la empresa de la siguiente manera:

Si el productor es asociado a la cooperativa¹⁰, ésta al momento del acopio, le proporciona un adelanto del 90% del valor del café, en función al precio de la bolsa de Nueva York (precio referido al café convencional), para después en los meses de Enero o Febrero del siguiente año se le reintegra el remanente de acuerdo a la venta realizada en el mercado internacional, este pago se le denomina liquidación; cabe mencionar que el monto de esta liquidación es aprobada en una asamblea general de socios.

¹⁰ Para el caso de la venta del café orgánico a las empresas comercializadoras del café el pago se efectúa al 100% (esto también en función al precio del café convencional) pero a esto se añade un plus por concepto de café orgánico que es alrededor de 8%, es decir el pago es realizado en su totalidad.

Luego este café ingresará a los almacenes de la central COCLA para su posterior procesamiento.

b. Ingreso de café a la planta de procesamiento

La Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras COCLA, centraliza, canaliza y procesa la producción de café de los agricultores-socios de sus veintidós cooperativas socias, sobre la base de contratos de precios fijados para cafés orgánicos y cafés en transición, esta organización de alcance nacional centraliza el apoyo en materia de asesoramiento técnico y financiamiento de programas de café orgánico, dicha organización de segundo nivel transfiere esos recursos a sus organizaciones proveedoras socias de alcance local (cooperativas socias) que están ubicadas en diferentes ámbitos de la provincia, de quienes compra y acopia café pergamino para luego seguir con el proceso de la cadena de valor (actividades de beneficio seco, procedimiento de embarque y mercadeo). La central de cooperativas concentra la producción de cafés sustentables de varias zonas y luego los acondiciona para su exportación colocando a los mercados internacionales.

c. Adquisición de activos

Sobre la adquisición de activos la empresa selecciona y clasifica a los proveedores, activos materiales e insumos de acuerdo a la calidad y precio, solicitando cotizaciones a los proveedores que desea adquirir.

De igual manera para la adquisición se preparan órdenes de compra las que son procesadas de acuerdo a las solicitudes de la planta.

Cabe señalar que la central COCLA debido a que es la primera empresa peruana de exportación de café orgánico, realiza anualmente la adquisición de guano de isla y roca fosfórica, para distribuir a las cooperativas socias y éstas a su vez a los productores orgánicos socios.

4.2.5.5. Desarrollo tecnológico

El conjunto de tecnología está vinculada a los conocimientos y procedimientos para mejorar el proceso en los campos de producción, planta, administración empresarial, en el campo se realiza a través de la capacitación y la tecnología se aplica en lo que respecta a sistemas de riego, preparación de almácigos, manejo de sombra con nuevas variedades, preparación de abonos orgánicos, en la planta se busca nuevas formas de proceso que permitan ahorrar tiempo y reducir costos, desarrollar sistemas de información para elevar la productividad eficiencia y eficacia. En la etapa de procesamiento se realiza con una tecnología media pero la selección por color se realiza con alta tecnología, contando con medidor electrónico de humedad, así mismo la mayor parte de las cooperativas socias cuentan con un medidor electrónico de humedad, este aparato es de suma importancia para controlar el grado de humedad del café.

4.2.5.6. Gestión de recursos humanos

En las empresas de procesamiento se ha podido verificar todas las actividades primarias que se ocupan de las actividades involucradas en capacitación, entrenamiento y el desarrollo y retribución de las personas dentro de la organización. La administración del recurso humano está dividida en contratación del personal, rotación y capacitación tanto de los productores como de los trabajadores de las empresas dedicadas a la exportación de café orgánico.

El capital social y las relaciones entre las cooperativas cafetaleras y sus socios es un activo intangible importante que ha posibilitado realizar algunos trabajos con beneficio para toda la zona, ante el limitado apoyo en inversiones por parte de las autoridades locales.

Financiamiento y créditos agropecuarios

Los servicios financieros adecuados son instrumento indispensable en la práctica cafetalera, en particular en el ámbito de la comercialización. Pero además pueden ser palanca de políticas de conversión y fomento dirigidas a la actividad primaria, y son invaluable cuando de promover la diversificación.

Ante la ausencia de la banca comercial, las cooperativas han buscado dotarse de instancia propias para poder acceder a servicios de manera adecuada a sus asociados. Las cooperativas

tienen convenios con cajas rurales, cajas municipales y cooperativas de ahorro y crédito para otorgar servicios crediticios a los productores, esto para costear los gastos de cosecha, el convenio con la caja rural y Agrobanco permite el acceso a crédito pagaderos hasta por un año, mientras las cajas municipales otorgan créditos a pagar mensualmente.

El 90% de las cooperativas socias de COCLA, así como la Cooperativa José Olaya tienen convenios con la Caja Rural Credinka, a través de las cuales les brindan créditos agropecuarios a los agricultores socios de estas organizaciones.

4.2.5.7. Infraestructura empresarial

La empresa busca mantener y ampliar las fuentes de ventaja competitiva. Los sistemas de planificación, finanzas y control de calidad tienen importancia decisiva para la capacidad estratégica de la organización en todas las actividades primarias, la infraestructura también consiste en las estructuras de la organización que sostienen sus culturas y la gestión de alianzas estratégicas

Para cumplir a tiempo con el pedido de los clientes en el exterior se requiere programar las principales actividades primarias con anticipación entre ellas las actividades de campo de la planta de beneficio seco y del embarque.

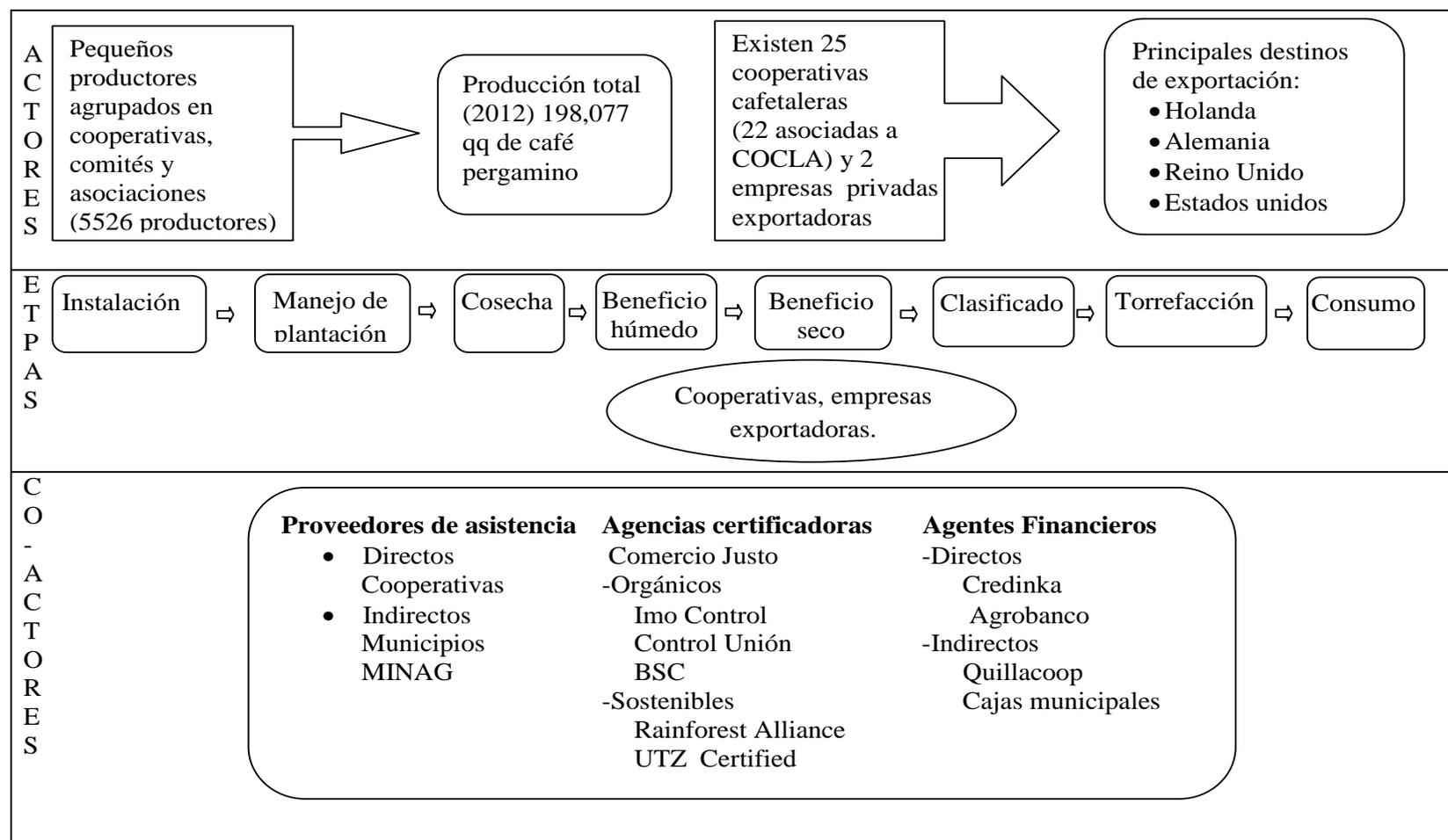
La programación de las labores de cultivo está en función al ciclo natural de las plantas y su ejecución está a cargo de las cooperativas, la programación del procesamiento está relacionada con la fecha de embarque y está bajo la conducción de la central COCLA.

Finalmente la programación de los embarques se planifica acorde con los contratos de compra venta convenidos con los importadores y tostadores y está en función a las instrucciones precisas sobre la fecha horario y nombre de la naviera con el país de destino.

4.2.6. Cadena de valor del café orgánico relacionado a los actores y co-actores

Para realizar una mayor comprensión de las relaciones de la cadena con los actores se puede ver en la Figura N° 19, cómo la cadena de valor del café orgánico está relacionada a sus actores y co-actores, por lo que en esta sección nos ocuparemos a detallar cada uno de estos eslabones de la cadena de valor.

Figura N° 19: Cadena de valor del café orgánico: actores y co-actores



Fuente: Claudia Muñoz. La cadena de valor del café (2011).
Elaboración Propia

4.2.6.1. Actores

a. Productores

En la zona de estudio los productores están agrupados en cooperativas, asociaciones y comités¹¹, la zona en estudio cuenta con 5,526 productores de café orgánico con una producción total en el año 2012 de 198,077 quintales (9,111.54 toneladas) de café orgánico.

b. Exportadores

La zona de estudio cuenta con 25 cooperativas de las cuales 22 cooperativas son socias de la Central de Cooperativas Agrarias COCLA y solo se dedican al acopio de café de sus asociados y exportan a través de ésta, así mismo existen y tres cooperativas que acopian y exportan directamente al exterior el café de sus productores socios.

En lo que respecta a empresas privadas exportadoras de café orgánico se encuentran la Empresa Bio Azul SAC y Agroindustrial y Comercial Arriola e Hijos (AICASA).

Los principales destinos de exportación en el año 2012 fueron los mercados de Holanda, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos.

4.2.6.2. Etapas

En esta área se encuentran todos los procesos desde el inicio de la producción orgánica del café hasta el consumo final y son los siguientes:

- Instalación de cafetales
- Manejo de plantación
- Cosecha
- Beneficio húmedo
- Beneficio seco

¹¹ En el caso de comités y asociaciones éstas pertenecen a las cooperativas y empresas exportadoras.

- Clasificado
- Torrefacción
- Consumo final

Cada uno de estos procesos se describen en la cadena productiva del café orgánico y cadena de valor de café orgánico (Metodología de Michael Porter).

4.2.6.3. Co-actores

a. Instituciones proveedoras de asistencia técnica

a.1. Directas

En esta parte están consideradas aquellas instituciones que tienen relación directa con el agricultor en el proceso de producción hasta la comercialización del producto y se encuentran las siguientes instituciones:

- Cooperativas
- Empresas exportadoras de café orgánico

a.2. Indirectas

Son aquellas instituciones que brindan asistencia técnica, que buscan aumentar la producción y productividad del café, entre ellos tenemos:

- Municipios distritales
- Ministerio de agricultura

b. Agencias certificadoras

b.1. Comercio Justo

El Comercio Justo¹² es una alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial

¹² Fairtrade Internacional (FLO)

voluntaria y justa entre productores y consumidores, en el que los productores forman parte de cooperativas u organizaciones voluntarias que funcionan democráticamente, y el precio que se paga a los productores permita condiciones de vida dignas promoviendo la igualdad entre hombres y mujeres, con rechazo a la explotación infantil. Es importante mencionar que el comprador abona un plus por comercio Justo 20 dólares por quintal (46 Kg).

b.2. Sostenibles

Estas agencias exigen la producción de café respetando el medio ambiente, es decir haciendo uso razonable de los insumos para la producción agrícola, pero esto también es aprovechado mientras la parcela está en proceso de conversión a orgánico, entre ellos tenemos:

- **Rainforest Alliance.**- Es una organización internacional que trabaja para conservar la biodiversidad y asegurar medios de vida sostenibles mediante la transformación de las prácticas de uso del suelo, prácticas empresariales y el comportamiento del consumidor.
- **UTZ Certified.**- Es un organismo de certificación de agricultura sostenible y mejores oportunidades para los agricultores, sus familias y el planeta. El programa UTZ Certified permite a los agricultores aprender nuevos métodos de cultivo, mejorar las condiciones de trabajo y las condiciones del medio ambiente.

b.3. Orgánicos

Para que un producto sea considerado como orgánico debe pasar por los procesos de conversión durante dos años y al tercer año será considerado como café orgánico siempre y cuando haya cumplido con las normas de producción orgánica, para lo cual la agencia certificadora debe realizar la auditoria de la parcela una vez al año. Entre las certificadoras de café orgánico que operan en la zona de estudio se ha podido identificar las siguientes:

- **Imo control.**-Es un organismo de control independiente y privado, que certifica mundialmente productos orgánicos, sostenibles y sociales, conforme a diversos estándares legales y normas privadas.

- **Control Unión.-** Es una organización con presencia global, dedicada a la logística, calidad, inspección y certificación orgánica.
- **BCS.-**Es un organismo de control independiente y privado, que certifica mundialmente productos orgánicos conforme a estándares de la Comunidad Europea, Estados Unidos y Japón. Además ofrece el servicio de Buenas Prácticas Agrícolas para frutas frescas, hortalizas, así como para flores y camarón.

De igual forma el comprador paga un plus por concepto de producto orgánico de 30 dólares por quintal (46 Kg).

c. Agentes financieros

c.1. Directos

Son aquellas instituciones que otorgan créditos al sector agropecuario para determinadas labores agrícolas a través de convenios con organizaciones de agricultores y sus periodos de pago pueden ser hasta de un año es decir una campaña agrícola, entre las que se encuentran las siguientes instituciones:

- Credinka
- Agrobanco

c.2. Indirectos

Estas instituciones otorgan créditos comerciales por lo que sus periodos de pago son mensuales, pero que en muchas ocasiones el agricultor recurre a estas instituciones crediticias, entre ellos tenemos:

- Quillacoop
- Cajas municipales

4.2.7. Análisis de la cantidad para exportación del café orgánico

Para poder exportar cafés orgánico los productores nacionales requieren por lo menos ofertar un mínimo de 375 quintales en café verde equivalente a un contenedor de 20 mil pies.

Las exportaciones de café verde se hacen mediante contenedores de 20 mil y 40 mil pies, para el primer caso se tiene una capacidad de 17.25 TM equivalente a 250 sacos de 69 kilogramos cada uno, que es igual a 375 quintales de exportación (café verde).

En el Perú la cantidad mínima exportable corresponde al volumen del contenedor con las características antes mencionadas para lo cual se requiere una producción de 500 qq de café pergamino, con rendimiento promedio en grano de 75% (relación café verde/ café pergamino) con una extensión de cultivo que puede variar entre 16.67 y 33.33 has. Dependiendo del rendimiento alcanzado en el campo (15 a 30 qq/ha) (Ver Cuadro N° 04).

Cuadro N° 04: Relación café verde con la extensión de terreno

Café verde (qq)	Rendimiento en grano (CV/CP)¹³	Café pergamino (qq)	Rendimiento (qq/ha)	Has
375	75%	500	15	33.33
375	75%	500	30	16.67

Fuente: Arispe Cardoso La competitividad del café orgánico peruano (2001)
Elaboración propia

Según la metodología de las estrategias competitivas que emplea Porter el liderazgo general en costo y la estrategia de diferenciación tienen influencia en el desarrollo de las actividades de la cadena de valor de la empresa y afecta el resultado de la misma.

Sobre la base del estudio de los casos se analizó el costo de mantenimiento de una hectárea de café, los costos totales (costo de producción y gastos de comercialización) los ingresos totales por hectárea el análisis del punto de equilibrio, la rentabilidad de las unidades agrícolas de las empresas productoras de café especiales, para esta parte se utilizó la información directamente proporcionada por las empresas cafetaleras anteriormente citadas.

Esta parte tiene como finalidad evaluar integralmente el negocio realizando un análisis cuantitativo de los costos ingresos y rentabilidad.

¹³ Relación Café Verde/Café Pergamino.

4.2.7.1. Costos de mantenimiento de una hectárea de café

El análisis del costo es fundamental ya que es ahí donde se puede conocer cuan rentable es esta actividad y se puede competir en el mercado de café de alta competencia, en esta parte se detallan los costos de mantenimiento de una hectárea de café orgánico según el tipo de tecnología esto se detallan en los Anexos 7 y 8.

Así se puede ver que cuando se emplea tecnología media en la producción orgánica del café, el costo de la mano de obra es de 58% del costo directo, y cuando se emplea la tecnología baja como es el caso de la mayoría de productores de la zona en estudio, el costo de la mano de obra es de 72%, considerando que el precio que se paga por jornal en la zona es 30 nuevos soles y en algunos casos se llega a pagar 35 nuevos soles.

La mayor parte de los productores en el ámbito de estudio orientados a los mercados de café orgánico actualmente no realizan todas las labores culturales que debieran, por efecto de los bajos precios que perciben por el café pergamino (precio chacra) que no permiten cubrir con los costos de producción para mantener cafetales en óptimas condiciones, así mismo la mano de obra no calificada que requieren los municipios distritales de la provincia de La Convención hace que los agricultores ingresen a trabajar a dichos municipios, descuidando la producción de sus cultivos.

Cabe indicar que se ha verificado que los agricultores en muchos casos no abonan sus cultivos de café y si realizan, utilizan abonos por debajo de los requerimientos nutricionales de la planta. Así mismo los caficultores abonan sus cultivos con la materia orgánica que recuperan del desecho de la pulpa de café pos cosecha.

De igual forma se ha observado que los agricultores han limitado las labores de poda, deshierbos, raspa y recalce que resulta ser parte esencial del control preventivo de plagas y enfermedades.

La falta de un buen mantenimiento de los cafetales se refleja en los bajos rendimientos del café pergamino por ha (14 qq/ha), y en la baja relación del café verde/café pergamino en el proceso de beneficio seco (74%), aunque la calidad del producto en los últimos años ha ido en aumento.

Para disminuir el costo de producción, los agricultores recurren a la mano de obra familiar y de esta forma pueden cubrir las actividades de mantenimiento del cultivo.

En lo que se refiere a los costos de certificación estas varían de acuerdo a la certificadora, estimándose un costo promedio de 1.00 dólar USD por quintal (46Kg.).

Cabe mencionar que los costos de transporte que se paga como promedio para el traslado del producto de la ciudad de Quillabamba a la ciudad de Lima es de 11.96 nuevos soles por quintal (0.26 nuevos soles /Kg), el transporte se realiza en camiones cubiertos con tolderas, lo recomendable sería el transporte en furgonetas.

4.2.8. Análisis FODA de la cadena productiva de café orgánico

Este análisis se ha elaborado para la cadena productiva de café orgánico en la provincia de la Convención.

4.2.8.1. Oportunidades

- Incremento de consumo de productos orgánicos.
- Tratados de libre comercio con países consumidores.
- Interés por el café peruano en mercados asiáticos.
- La época de cosecha del café orgánico en el Perú es distinta a los productores de México y América central.
- Existencia de nichos de mercado para exportar cafés orgánicos.
- Inversiones para promocionar el consumo nacional del café.
- Reconocimiento del café como un producto saludable.
- El café es el segundo producto más exportado en el mundo, después del petróleo (café convencional con mercado sólido).

4.2.8.2. Amenazas

- Incremento de la oferta de café de principales competidores como Brasil, Vietnam.
- Alta volatilidad de precios del café.
- Devaluación del dólar estadounidense.

- Incremento sostenido del costo de mano de obra para la cosecha.
- Mayor costo de abonos orgánicos.
- Incremento de plagas y enfermedades
- Algunos productos alterados son mostrados como orgánicos, cuando en realidad no lo son, perjudicando la imagen de los verdaderos productos ecológicos.

4.2.8.3. Matriz de evaluación de Factores Externos (EFE)

La Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva (Loayza Ojeda, et al 2006).

En el Cuadro N° 05, se presenta la matriz EFE de la cadena productiva del café orgánico de la provincia de La Convención que permite resumir y evaluar la información económica, social, ambiental, política, legal, y competitiva en la forma de oportunidades y amenazas que ofrece el entorno a la cadena productiva de la zona de estudio.

El valor ponderado más alto posible para la cadena es 4.0 y el más bajo posible es 1.0; el valor ponderado promedio es 2.5 un puntaje de valor ponderado de 4.0 indica que la cadena responde de manera sorprendente a las oportunidades y amenazas presentes en el sector, dicho de otra forma las estrategias de la cadena aprovechan en forma eficaz las oportunidades existentes y reducen al mínimo los efectos adversos potenciales de las amenazas externas, un puntaje de 1.0 significa que las estrategias de la cadena no aprovechan las oportunidades ni evitan las amenazas externas.

En la matriz EFE (Cuadro N°05) uno de los factores que más afectan la cadena productiva es la alta volatilidad de precios del café y el incremento sostenido del costo de mano de obra para la cosecha. El total ponderado de 2.675 indica que el sub sector se encuentra ligeramente por encima del promedio en su esfuerzo por seguir estrategias que capitalicen las oportunidades externas y eviten las amenazas. Pero es importante aclarar que se requieren aplicar las estrategias en forma urgente para poder mantener la producción sostenida de café ya que en los últimos años se ha reportado el abandono de las unidades agropecuarias por parte de los agricultores para cambiar a otras actividades económicas.

Cuadro N° 05: Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

Oportunidades	Peso	Clasificación	Ponderación
1 Incremento de consumo de productos orgánicos	0.125	3	0.38
2 Tratados de libre comercio con países consumidores.	0.100	3	0.30
3 Interés por el café peruano en mercados asiáticos	0.100	3	0.30
4 La época de cosecha del café orgánico en el Perú es distinta a los productores de México y América central.	0.075	2	0.15
5 Existencia de nichos de mercado para exportar cafés orgánicos.	0.075	3	0.23
6 Inversiones para promocionar el consumo nacional del café.	0.050	2	0.10
7 Reconocimiento del café como un producto saludable.	0.050	2	0.10
⁸ El café es el segundo producto más exportado en el mundo, después del petróleo (café convencional con mercado sólido).	0.025	2	0.05
	0.600		1.60
Amenazas			
1 Incremento de la oferta de café de principales competidores como Brasil, Vietnam.	0.100	3	0.30
2 Alta volatilidad de precios del café	0.075	2	0.15
3 Devaluación del dólar estadounidense	0.050	3	0.15
4 Incremento sostenido del costo de mano de obra para la cosecha.	0.050	2	0.10
5 Mayor costo de abonos orgánicos.	0.050	3	0.15
6 Incremento de plagas y enfermedades	0.050	3	0.15
7 Algunos productos alterados son mostrados como orgánicos, cuando en realidad no lo son, perjudicando la imagen de los verdaderos productos ecológicos.	0.025	3	0.08
	0.400		1.075
Total	1.000		2.675

Fuente: Fred R. David. Administración estratégica (2005)

Elaboración propia

4.2.8.4. Fortalezas

- Condiciones climáticas favorables y suelos apropiados.
- Conocimiento y experiencia en manejo orgánico del cultivo, con producción orgánica sostenible durante 16 años.
- Base organizada sólida de productores.
- Cuenta con una cartera de clientes para el café orgánico en el mundo.

- Es un producto que se cultiva sin el uso de pesticidas o fertilizantes, utilizando métodos naturales en el proceso de producción contribuyendo a la protección y conservación de la biodiversidad.

4.2.8.5. Debilidades

- Carencia de mano de obra.
- Acceso limitado a financiamiento.
- Bajos rendimientos por vejez de la planta.
- Baja capitalización de productores.
- Baja tecnificación y estandarización de agricultores en manejo de cultivos y labores culturales.
- Deficiente infraestructura de beneficio del productor.
- Tendencia al monocultivo y a la producción de pequeña escala.
- Falta de información comercial.
- Atomización de la tenencia de la tierra.
- Lejanía al puerto de embarque.

4.2.8.6. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

La matriz EFI es un instrumento para formular estrategias que resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. (Loayza Ojeda, et al 2006).

Sin importar cuantos factores estén incluidos en una matriz EFI, el puntaje del valor total varia de 1.0 a 4.0, siendo el promedio 2.5, los valores muy por debajo de 2.5 caracterizan a las organizaciones que son débiles internamente mientras que valores muy por encima de 2.5 indican una posición interna sólida.

Una vez identificadas las fortalezas y debilidades, se les asigna un peso entre 0.0 (no importante) a 1.0 (absolutamente importante) a cada uno de los factores. El peso adjudicado a un factor dado indica la importancia relativa del mismo para alcanzar el éxito de la empresa.

Después, se asigna una calificación entre 1 y 4 a cada uno de los factores a efecto de indicar si el factor representa una debilidad mayor (calificación = 1), una debilidad menor (calificación = 2), una fuerza menor (calificación=3) o una fuerza mayor (calificación = 4).

En el Cuadro N° 06, se presenta la matriz EFI donde se enumeran las fortalezas y oportunidades internas de la cadena productiva de la zona de estudio el puntaje de valor total obtenido de 2.665 indican que la cadena en sus fortalezas internas están por arriba del promedio.

Sin embargo el puntaje ponderado obtenido por las fortalezas con que cuenta la cadena productiva, refleja que éstas podrían ser utilizadas por los agentes de la cadena como un factor positivo para explotarlas como un factor diferencial, minimizando las debilidades con el apoyo decisivo del Estado.

Cuadro N° 06: Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

Fortalezas	Peso	Clasificación	Ponderación
1 Condiciones climáticas favorables y suelos apropiados	0.100	4	0.40
2 Conocimiento y experiencia en manejo orgánico del cultivo, con producción orgánica sostenible durante 16 años:	0.125	4	0.50
3 Base organizada sólida de productores.	0.100	3	0.30
4 Cuenta con una cartera de clientes para el café orgánico en el mundo.	0.100	4	0.40
5 Es un producto que se cultiva sin el uso de pesticidas o fertilizantes, utilizando métodos naturales en el proceso de producción contribuyendo a la protección y conservación de la biodiversidad.	0.075	3	0.23
	0.500		1.825
Debilidades			
1 Carencia de mano de obra	0.100	2	0.20
2 Acceso limitado a financiamiento	0.090	2	0.18
3 Bajos rendimientos por vejez de la planta.	0.100	2	0.20
4 Baja capitalización de productores	0.050	1	0.05
5 Baja tecnificación y estandarización de agricultores en manejo de cultivos y labores culturales.	0.040	2	0.08
6 Deficiente infraestructura de beneficio del productor.	0.050	1	0.05
7 Tendencia al monocultivo y a la producción de pequeña escala.	0.025	1	0.03
8 Falta de información comercial	0.025	1	0.025
9 Atomización de la tenencia de la tierra	0.010	2	0.020
10 Lejanía al puerto de embarque	0.010	1	0.01
	0.500		0.840
Total	1.000		2.665

Fuente: Fred R. David. Administración estratégica (2005)

Elaboración propia

4.2.8.7. Matriz Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas (FODA)

La matriz Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas (FODA) es un instrumento de ajuste importante que ayuda a desarrollar cuatro tipos de estrategias:

- Estrategias de fortalezas y oportunidades (FO).
- Estrategias de debilidades y oportunidades (DO).
- Estrategias de fortalezas y amenazas (FA).
- Estrategias de debilidades y amenazas (DA).

Cuadro N° 07: Matriz FODA cadena productiva-café orgánico-provincia La Convención

		Oportunidades	Amenazas
	1	Incremento de consumo de productos orgánicos	1 Incremento de la oferta de café de principales competidores
	2	Tratados de libre comercio con países consumidores.	2 Alta volatilidad de precios del café
	3	Interés por el café peruano en mercados asiáticos	3 Devaluación del dólar estadounidense
	4	La época de cosecha del café orgánico en el Perú es distinta	4 Incremento sostenido del costo de mano de obra para la cosecha.
	5	Existencia de nichos de mercado para exportar cafés orgánicos.	5 Mayor costo de abonos orgánicos.
	6	Inversiones para promocionar el consumo nacional del café.	6 Incremento de plagas y enfermedades
	7	Reconocimiento del café como un producto saludable.	7 Algunos productos alterados son mostrados como orgánicos, cuando en realidad no lo son, perjudicando la
	8	El café es el segundo producto más exportado en el mundo, después del petróleo (café convencional con	
		Estrategias FO	Estrategias FA
Fortalezas	1	Promocionar sobre las características de las buenas prácticas agrícolas de la producción de café orgánico (O1,O2,O6; F1,F5)	8 Crear planes de negocios con valor agregado al sector café en beneficio económico de los agricultores (A1,A2,A3,A4, F1,F3)
	2	Realizar la ejecución de proyectos de diversificación agrícola de productores organizados en cadena, con el apoyo de organismos de cooperación internacional (O3,O4,O5; F2,F3,F4)	9 Fortalecer los contactos comerciales para asegurar la oferta existente y su colocación oportuna en el mercado (A1,A; F2,F4,F5)
	3	Investir en infraestructura turística rural para conservar la biodiversidad del paisaje cafetalero (O6,O7,O8; F1,F3).	10 Participar en ferias, foros y eventos nacionales e internacionales para difundir los atributos y la calidad del café peruano (A4,A7; F1,F3)
	4	Promocionar el consumo de café Orgánico (O7,F5)	
	5		
		Estrategias DO	Estrategias DA
Debilidades	1	5 Identificar, formular e implementar programas de desarrollo rural en el ámbito de la provincia (O1,O2; D1,D3,D7,D9)	11 Diseñar y ejecutar campañas de publicidad para promover el consumo de café (A1,A2; D10)
	2	6 Realizar alianzas estratégicas en la cadena de valor del café bajo un esquema de responsabilidad social, para mejorar su competitividad (O1,O6; D3,D4,D8)	12 Formular programas para mejorar la calidad del café identificando las zonas cafetaleras que cuenten con las condiciones edafoclimáticas, agro ecológicas y de infraestructura para lograr la oferta exportable de cafés especiales (A1,A2,A4;A5; D1,D3,D7)
	3	7 Promover programas conjuntos de organización y capacitación a los agricultores para fortalecer la competitividad de la cadena productiva (O3,O5; D8,D3, D5)	13 Diseñar programas promocionales de la calidad del café peruano destacando las bondades del café en la salud humana (A1,A4,D4)
	4		14 Realizar convenios con países productores (Colombia, Brasil) para transferencia tecnológica (A5,A6; D3,D5,D6)
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	10		

Fuente: Fred R. David. Administración estratégica (2005)

Elaboración propia

En el cuadro N° 07 se observa la matriz FODA para la cadena productiva de café orgánico en la Provincia de La Convención en la que se elaboró tomando los factores internos y los factores externos de la matriz EFI y EFE respectivamente.

a. Las estrategias FO

Las estrategias FO usan las fuerzas internas de la cadena productiva del café para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas. La industria debe conseguir una posición adecuada para usar las fuerzas internas (fortalezas) y aprovechar las tendencias así como los hechos externos como la estabilidad del precio del café, la demanda creciente, etc. Las estrategias FO recomendadas para la cadena productiva del café en la zona de estudio son las siguientes:

- E1.- Promocionar sobre las características de las buenas prácticas agrícolas de la producción de café orgánico a nivel nacional (O1, O2, O6; F1, F5)
- E2.- Realizar la ejecución de proyectos de diversificación agrícola de productores organizados en cadena, con el apoyo de organismos de cooperación internacional (O3, O4, O5; F2, F3, F4).
- E3.- Invertir en infraestructura turística rural para conservar la biodiversidad del paisaje cafetalero (O6, O7, O8; F1, F3).
- E4.- Promocionar el consumo de café orgánico (O7; F5).

b. Las estrategias DO

Las estrategias DO pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas. En la actualidad existen muchas oportunidades para la cadena productiva de café orgánico pero también existen debilidades internas que impiden aprovechar en forma adecuada dichas oportunidades. Las estrategias DO planteadas son las siguientes:

- E5.- Identificar, formular e implementar programas de desarrollo rural en el ámbito de la provincia (O1, O2; D1, D3, D7, D9).

E6.- Realizar alianzas estratégicas en la cadena de valor del café bajo un esquema de responsabilidad social, para mejorar su competitividad (O1, O6; D3, D4, D8).

E7.- Promover programas conjuntos de organización y capacitación a los agricultores para fortalecer la competitividad de la cadena productiva (O3, O5; D8, D3, D5).

c. Las estrategias FA

Las estrategias FA aprovechan las fuerzas de la cadena productiva para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas, es decir son los caminos como la cadena pueda hacer frente a las amenazas utilizando las fortalezas de la cadena; las estrategias FA para la cadena productiva de la zona de estudio son las siguientes:

E8.- Crear planes de negocios con valor agregado al sector café orgánico en beneficio económico de los agricultores (A1, A2, A3, A4; F1, F3).

E9.- Fortalecer los contactos comerciales para asegurar la oferta existente y su colocación oportuna en el mercado (A1, A2; F1, F3).

E10.- Participar en ferias, foros y eventos nacionales e internacionales para difundir los atributos y la calidad del café peruano (A4, A7; F1, F3).

d. Las estrategias DA

Las estrategias DA son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno. La cadena productiva de café en la zona de estudio que enfrenta muchas amenazas y debilidades puede encontrarse en una situación crítica, de modo los actores de la cadena tienen que organizarse para enfrentar a las debilidades y evitar las amenazas. Las estrategias DA para la cadena productiva son las siguientes:

E11.- Diseñar y ejecutar campañas de publicidad para promover el consumo de café (A1, A2; D10).

E12.- Formular programas para mejorar la calidad del café identificando las zonas cafetaleras que cuenten con las condiciones edafoclimáticas, agro ecológicas y de

infraestructura para lograr la oferta exportable de cafés especiales (A1, A2, A4; A5; D1, D3, D7).

E13.- Diseñar programas promocionales de la calidad del café peruano destacando las bondades del café en la salud humana (A1, A4, D4).

E14.- Realizar convenios con países productores (Colombia, Brasil) para transferencia tecnológica (A5, A6; D3, D5, D6).

4.2.9. Análisis de competitividad de la cadena productiva del café orgánico

Para realizar este análisis se ha identificado los factores internos (positivos y negativos) de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de La Convención (Cuadro N° 08) habiéndose identificado los factores positivos de la competitividad (fortalezas) y factores negativos (debilidades) en cada una de las fases de la cadena, tomando las primeras posiciones los más importantes, y los de menor importancia ocupando las últimas posiciones. Para analizar la competitividad se ha elaborado un cuadro, adecuando a la metodología CADIAC calificando cada factor en cada uno de los eslabones de la cadena productiva del café orgánico.

Estos factores se han determinado con un proceso de calificación decimal de cero a diez para saber cuáles son las determinantes que hacen favorable el agronegocio, es decir cuáles son los factores que hacen rentable y por consiguiente coloca a los productores en una posición competitiva frente a sus potenciales competidores, a continuación de detalla cada uno de los factores positivos y negativos descritos en el Cuadro N° 08.

Cuadro N° 08: La competitividad del café orgánico: Fortalezas y debilidades

FASE	FACTORES POSITIVOS	CALIFICACION	FACTORES NEGATIVOS	CALIFICACION
PRODUCCION	• Zonas agroecológicas apropiadas	10	• Elevado costo de producción	10
	• Producto de buena calidad	10	• Condiciones meteorológicas desfavorables sobre todo para el secado natural.	10
	• Ejecución de proyectos productivos municipales (asistencia técnica y capacitación).	9	• Capital de trabajo, no cuentan con financiamiento para el proceso de producción del café	8
	• Alto grado de asociatividad.	8	• Infraestructura inapropiada	8
	• El nivel tecnológico utilizado permite optimizar la producción agroindustrial.	7	• Bajo nivel tecnológico del agricultor	8
	• Experiencia en la producción orgánica	7		4
	• Acceso al financiamiento para la cosecha del producto.	7		
ACOPIO Y PROCESAMIENTO	• Capacidad de planta adecuada para el procesamiento.	10	• Compradores intermediarios realizan mezclas que disminuyen la calidad del producto.	6
	• producto no perecible.	8		
	• Los exportadores tienen un buen sistema de información de precios internacionales.	6		
COMERCIALIZACION Y CONSUMO	• Denominación de origen	7	• Inestabilidad de los precios.	7
	• Las organizaciones involucradas al comercio del café orgánico tienen acceso a mercados internacionales y cuentan con un mercado externo en expansión.	6	• El consumo del café y productos orgánicos a nivel nacional es incipiente.	5
			• Bajo nivel de coordinación conjunta de instituciones estatales involucradas con el producto	5

Fuente: Metodología CADIAC

Elaboración propia

4.2.9.1. Factores positivos

a. Producción

a.1. Zona agroecológica

Calificación diez (10), el café necesita condiciones climáticas específicas para su crecimiento y aunque es un producto propio de la zona tropical, su cultivo exige condiciones especiales de suelo, temperatura, precipitación, humedad y altitud sobre el nivel del mar.

Las condiciones ideales para el cultivo se encuentran entre los 1.200 y 1.800 metros de altura sobre el nivel del mar. Las condiciones climáticas de la provincia de La Convención son muy apropiadas para la producción de café orgánico, los cultivos se encuentran sobre los 1200 msnm en la cual se cuenta con clima y condiciones atmosféricas óptimas para el crecimiento de los cafetales.

a.2. Producto de buena calidad

Calificación diez (10), la calidad del café se determina en los aspectos físicos y sensoriales, los aspectos físicos son el tamaño, color y uniformidad, los aspectos sensoriales son aroma, acidez, sabor, cuerpo; así mismo se busca que el café esté libre de la contaminación de micotoxinas; el producto en la zona en estudio cuenta con las características mencionadas debido a las condiciones agroecológica que posee y las prácticas adecuadas durante el beneficio del café.

a.3. Ejecución de proyectos municipales

Calificación nueve (9), en la provincia de la Convención se están desarrollando proyectos productivos que impulsan el desarrollo de actividades generadoras de rentabilidad económica para los productores, generando redes productivas para el desarrollo de la economía solidaria con carácter socialista, es decir la finalidad no es generar ganancias que enriquezcan a un individuo, sino garantizar la producción del café y beneficiar directamente a quienes lo producen.

En el ámbito de estudio los productores manifiestan que el 60% de asistencia técnica es proporcionado fundamentalmente por las municipalidades a través de sus proyectos

productivos, orientados al fortalecimiento de las capacidades del agricultor, donde las visitas de asistencia técnica son continuas durante la ejecución del proyecto, pero es importante aclarar que estos proyectos no están enmarcados en la producción orgánica, la oferta de asistencia técnica de las cooperativas agrarias cafetaleras es parcial y su intervención no es permanente, sólo en aspectos puntuales, de las labores agrícolas y monitoreo de programas de certificación orgánica con una frecuencia de 2 a 3 veces por año.

a.4. Alto grado de asociatividad

Calificación ocho (8), una de las mayores fortalezas de los productores es su vivencia comunitaria compartiendo recursos que engloba aspectos de la vida social como son las normas y confianza mutuas, las cuales son formas claras de alcanzar objetivos y metas comunes de los individuos que gozan de ese capital social.

El grado de asociatividad existente en la zona ha mejorado la productividad y competitividad del café lo que permite ampliar los mercados (nuevos mercados como es el caso de productos orgánicos), mejorando su capacidad de negociación y su calidad, accediendo a oportunidades de negocios en forma rápida.

Este grado asociativo ha permitido que los productores puedan sobrevivir a este mercado global (globalización) que cada día es más competitivo y competente. Ello a su vez genera una mentalidad más abierta, con mayor confianza y visión unificada a largo plazo, con mayor integración y dinamismo.

a.5. Nivel tecnológico

Calificación siete (7), Existe un mediano conocimiento sobre técnicas de distanciamiento de plantas, podas, manejo de sombra, asociación de cultivos, métodos de abonamiento, elaboración de abonos orgánicos, y plantas mejoradas en la economía campesina. Estos aspectos han mejorado la calidad del café en los últimos años y los niveles de rendimiento y producción han aumentado.

El nivel tecnológico es uno de los aspectos más importantes para la producción de café orgánico (conocimiento y experiencia adquirida) ya que si el agricultor tiene deficiencias

técnicas de manejo será necesario brindar la asistencia técnica como un factor complementario.

La agricultura en la zona en general se realiza en ladera debido a las condiciones geográficas con suelos superficiales y poca materia orgánica. Antes de la producción orgánica el trazado de surcos para el establecimiento de plantación (café, achiote, cultivos anuales) se realizaban con orientación a la máxima pendiente, constituyendo una de las principales causas del actual nivel de deterioro de los suelos (debido a que favorece las labores de deshierbo, que con cierta frecuencia realizan el movimiento de tierras de las partes altas hacia las zonas inferiores), en la actualidad el agricultor ha tomado conciencia, cambiando la orientación de los surcos en forma horizontal contra la pendiente para conservar los suelos.

Cabe indicar que anteriormente las plantaciones de café en la zona eran viejas, desordenadas, la mayoría con la variedad típica con pocos cafetos, altos y frondosos, reduciendo la producción en cantidad y calidad, dificultando la cosecha. En la actualidad, el caficultor orgánico ha mejorado la plantación, realizando viveros para producir los plántones y establecerlos en la parcela. Esto ha mejorado paulatinamente los cafetales y ha aumentado los rendimientos, además de cafetos se siembran otras plantas (maderables y otras especies útiles), para fortalecer la biodiversidad.

La conservación de suelos es una actividad que por lo general no practica el caficultor tradicional, en cambio el productor orgánico si realiza mediante la construcción de terrazas y el establecimiento de cercos vivos.

En el sistema orgánico el combate de las plagas no se realiza con el uso de agroquímicos sino mediante el Manejo Integrado de Plagas (MIP). El buen manejo de la parcela es ya una medida preventiva, pero cuando ingresa la plaga como es el caso de la broca (*Hypothenemus hampei*) en los ciclos recientes, el manejo se realiza mediante trampas y la aplicación de un hongo llamado Beauveria¹⁴ para disminuir la población de la plaga.

Así mismo el beneficio en la producción orgánica, el productor recoge la pulpa de café, que emplea en la composta, y deposita el agua del lavado en pequeñas pozas de absorción, con lo

¹⁴ *Beauveria bassiana* controlador biológico de la broca.

que se minimiza la contaminación. Adicionalmente se prohíbe el uso de leña y combustibles derivados del petróleo, para secar el café lavado.

Este manejo es ambientalmente virtuoso, en primer lugar por que minimiza los contaminantes: agroquímicos, subproductos del beneficiado, combustión de hidrocarburos, etc. Pero además tiene efectos positivos, tanto en términos de biodiversidad, como por la retención del suelo y conservación de su fertilidad, la absorción de agua y la captura de carbono.

Sin embargo uno de los beneficios de la conversión a la producción orgánica, radica en que hace económicamente viable la caficultura, contrarrestando lo tendencia a cambiar el uso del suelo. El cultivo tradicional desordenado puede desencadenar un verdadero desastre ecológico, pues al desmontar los cafetales para sembrar pastos o desarrollar cultivos anuales, se pierde rápidamente el suelo fértil y se provoca erosión, Adicionalmente, se pierde la diversidad biológica, y por si fuera poco, la práctica de roce-tumba y quema, y la quema de pastizales (para promover el rebrote), ocasiona daños al medio ambiente (como es el caso de los incendios forestales).

a.6. Experiencia en la producción orgánica

Calificación siete (7), en la provincia de La Convención La Central de Cooperativas Agrarias COCLA, ha exportado café orgánico desde el año 1996 de sus cooperativas socias, siendo certificadas inicialmente por las certificadoras OCIA, Imo Naturland y Rainforest, de modo que más del 70% de los productores socios tienen experiencia en la producción de café orgánico, de otro lado la Central COCLA cuenta con amplia experiencia en el procesamiento y comercialización de productos orgánicos como café y cacao.

Se cuenta con personal responsable de la maquinaria quien trabaja para la cooperativa por aproximadamente 10 años. Con la experiencia obtenida, se maneja la humedad de café pergamino y café oro (verde) a un 13% en el proceso de beneficio.

a.7. Acceso al financiamiento para la cosecha del producto.

Calificación siete (7), esta actividad tiene como base los convenios realizados de las diferentes cooperativas con algunas entidades para otorgar créditos a sus socios, entre las cuales están

Credinka y Agrobanco, instituciones que brindan créditos con periodo de pago único de hasta por un año, luego se encuentran las Cajas Municipales y Quillacoop, que otorgan créditos agropecuarios, con periodos de pago mensual, estas entidades están centralizados en la ciudad de Quillabamba con sucursales en la localidad de Kiteni (distrito de Echarati), el apoyo crediticio tiene una tasa de interés que varían entre 2.5 a 3% mensual.

Las principales instituciones financieras en la provincia son la Caja Rural Credinka y Agrobanco; cuya función es brindar apoyo financiero al Sector Agrario y otros.

b. Acopio y procesamiento

b.1. Capacidad de planta

Calificación diez (10), la Central de Cooperativas COCLA, como las demás empresas exportadoras cuentan con planta de procesamiento adecuadas de café y se abastecen durante la época de cosecha punta, (mayo-junio) trabajando las 24 horas del día en tres horarios de 8 horas por día, y está en función del pedido o acuerdo establecido en el contrato para exportación, cabe señalar que las empresas procesadoras cuentan con infraestructura apropiada para almacenar el producto.

b.2. Producto no perecible

Calificación ocho (8), otra de las ventajas en la comercialización del café es la no perecibilidad del producto, de manera que no existe la premura en el procesamiento, esto se programa de acuerdo al pedido y con la anticipación debida para ser embarcado al mercado de destino.

b.3. Sistema de información de precios

Calificación seis (6), las empresas exportadoras cuentan con sistemas de información de precios de la bolsa de Nueva York y también de los respectivos clientes a quienes venderán el producto.

c. Comercialización y consumo

c.1. Denominación de origen

Calificación siete (7), los factores geográficos en los que se cultiva, así como las técnicas de siembra y cosecha que utilizan sus productores, han hecho que el Café Machu Picchu Huadquiña reciba el certificado de denominación de origen de parte de INDECOPI, esto permite que este tipo de café sea identificado y solicitado tanto en nuestro país como en el extranjero, no se trata simplemente de que el producto sea oriundo de determinado lugar del país, debe ser producido en la misma altitud, clima y terreno, y con técnicas determinadas.

Este tipo de reconocimiento es poco frecuente porque el procedimiento que se debe seguir para conseguirlo es bastante minucioso, este calificativo permite al café convenciano ser reconocido en los mercados nacionales e internacionales.

Esto le permite competir en los mercados internacionales, teniendo el cliente la oportunidad de obtener un producto de calidad.

c.2. Acceso a mercados internacionales

Calificación seis (6), la fase de comercialización tiene un buen grado de competitividad ya que sus miembros están organizados y tienen ventajas extras (como por ejemplo, el poder de negociación de los precios, manejar el mercado del café de acuerdo a su calidad).

En cuanto al mercado externo, el producto orgánico tiene competitividad ya que los volúmenes ofertados son medianos y atractivos en el resto del mundo.

4.2.9.2. Factores negativos

Los factores negativos que debilitan la competitividad del café orgánico en cada eslabón de la cadena productiva identificado en el cuadro 5 se detallan a continuación:

a. Producción

a.1. Elevado costo de producción

Calificación diez (10), este factor es considerado principalmente debido a la escasez de mano de obra no calificada que requieren los municipios para obras en ejecución, originando que el costo de producción de los diferentes productos agrícolas se incrementen sustancialmente, tal es así que el costo promedio de la mano de obra agrícola en la zona se cotiza actualmente de de 30 a 35 nuevos soles.

La demanda de mano de obra que requieren los municipios es uno de los principales factores que trae consecuencias negativas para la producción agrícola en la zona ya que muchos agricultores (algunos casos marido y mujer) abandonan sus unidades agropecuarias para ingresar a trabajar en las obras antes mencionadas, notándose la escasez de mano de obra en las diferentes labores agrícolas, sobre todo en la cosecha de café, así como en la producción de otros cultivos.

a.2. Condiciones meteorológicas desfavorables

Calificación diez (10), está relacionado con los factores climáticos de las zonas de mayor altitud debido a que en la época de cosecha, estas zonas son lluviosas y por consiguiente es uno de los factores críticos para el secado del producto, es decir si se tiene el producto en proceso de beneficio húmedo (café húmedo) y un mal temporal (lluviosos o nublado) que permanece por varios días, disminuirá la calidad del grano, adquiriendo olores fermentados (debido a que se encuentra en estado húmedo) y es una de las razones principales para que el productor almacene su café con humedad sobre los 20%, cuando la humedad del café debe ser de 13%. Estas condiciones hacen que la taza sea floja, no dulce y con características organolépticas sin consistencia.

a.3. Carencia de capital de trabajo

Calificación ocho (8), la carencia de capital de trabajo así como los bajos rendimientos de los cultivos, ha desmotivado a los agricultores para continuar trabajando la chacra como actividad principal. La mayoría de las unidades agropecuarias, pequeñas y medianas, no efectúan

inversiones de importancia, (sin capitalización del predio como construcciones rurales, equipos y rehabilitación o conservación de los suelos), ni de mejoras tecnológicas a los cultivos. Los pocos gastos que efectúan son en el pago a los peones para las labores de siembra, deshierbo y cosecha, siempre y cuando las necesidades rebasen las posibilidades de la mano de obra familiar.

a.4. Infraestructura inapropiada

Calificación ocho (8), se ha podido determinar que los caficultores no cuentan con la infraestructura apropiada para las labores de beneficio del café, como patios de secado, planta de beneficio, almacenes. Así mismo cuando las condiciones climáticas para el secado son adversas no se cuenta con un lugar para almacenar el grano en condiciones apropiadas.

a.5. Tecnología aplicada

Calificación ocho (8), La tecnología aplicada en el cultivo del café en la provincia de La Convención, es tradicional, con poco nivel de fertilización, plantaciones envejecidas de poco vigor productivo, sin control adecuado de plagas y enfermedades, baja densidad de los cultivos, manejo del cultivo deficiente (podas, riego), uso de variedades de bajo rendimiento, falta de capacitación en cosecha y pos cosecha, dando como resultado un bajo rendimiento y finalmente los bajos ingresos económicos, originan la migración de la población joven.

Los pequeños productores utilizan pequeñas cantidades de abono orgánico, ya que el manejo orgánico demanda la aplicación de abonos naturales. Para esto primero se prepara la composta, en la que se emplean subproductos que no contaminan el medio ambiente, como la pulpa del café, así como excremento de animales domésticos y desperdicios caseros. En algunos casos se está están haciendo lombricompostas¹⁵.

¹⁵ Producto de la digestión natural de las lombrices en pozos compostadores

b. Acopio y procesamiento

b.1. Mezcla del producto

Calificación seis (6), existe muchas veces mezcla del producto con café convencional disminuyendo en muchos casos la calidad del café.

c. Comercialización y consumo

c.1. Inestabilidad de precios

Calificación siete (7), este factor toma bastante importancia cuando el precio del café cae bruscamente en la bolsa de Nueva York, creando incertidumbre entre productores y comercializadores del producto.

c.2. Consumo nacional

Calificación cinco (5), El consumo interno del producto se ve afectado directamente por la poca costumbre de beber café en el país con un consumo per cápita muy bajo (0.5Kg/persona) por la creencia de que es dañino para la salud, mientras que en países vecinos como Colombia el consumo es 2.7Kg/persona, Brasil representa alrededor de 5 Kg/persona, o países como Alemania y Francia, el consumo per cápita es de 6.50 Kg/persona y 5.82Kg/persona respectivamente, (Países Escandinavos: 10 –12 kilos per-cápita/año; países Bajos. Austria: 8 a 10 kilos per-cápita/año) así mismo el problema radica en que el estado no tiene presencia sobre el consumo de estos productos para promocionar e incentivar su consumo, a pesar de que nuestro producto es uno de los mejores cafés del mundo, cabe señalar que últimamente se viene acrecentando el consumo gracias al incentivo y promoción de la empresa privada.

En cuanto a los productos procesados, la comercialización en café tostado todavía tiene una incipiente participación en los mercados externos incursionando en el mercado mundial con alguna dificultad ya que la mayor parte se exporta en café verde.

4.2.10. Análisis de puntos críticos de la cadena

4.2.10.1. Producción de café

Dado que el Ministerio de Agricultura todavía no ha promulgado la ley de la semilla certificada del café, los productores para obtener semilla y realizar las plantaciones nuevas solo recurren a instituciones y productores que cuentan con plantas madre con características de rendimiento, tolerancia a plagas y resistencia a enfermedades, pero que dicha semilla no es garantizada por un organismo estatal como es el Ministerio de Agricultura, este aspecto es importante ya que la calidad y características de la semilla se demostrará cuando la planta ingrese recién a la etapa de producción, es decir a los tres años.

El productor de café orgánico, es supervisado cotidianamente y realiza todas las labores que fija la normatividad de la certificadora, como Buenas Prácticas Agrícolas entre otras: deshierbo, podas y regulación de sombra, construcción de terrazas y/o barreras vivas de acuerdo a las recomendaciones del técnico, preparación y aplicación de compost, abono orgánico, control biológico de plagas.

En lo que corresponde al costo de mantenimiento de una hectárea de café orgánico, en la zona se aplican dos tipos de tecnologías:

a. Mantenimiento con tecnología media

En este tipo de tecnología se utiliza 139 jornales (Anexo 6), obteniendo un rendimiento promedio de 30 qq/ha, se logra una venta total de 9,900 nuevos soles a un precio de 7.17 nuevos soles el Kilogramo (330 nuevos soles el quintal de 46 kg). Con un costo de producción de 7,873.95 nuevos soles se obtiene un ingreso neto de 2,026.05 nuevos soles por hectárea/año, es decir un relación beneficio costo de 1.26.

b. Mantenimiento con tecnología baja

Para este caso (Anexo 7) se requieren 94 jornales (labores agrícolas y beneficio) estimándose el rendimiento en un promedio de 14 qq/ha; lo que arroja una venta total del producto de 4,620 nuevos soles a un precio en chacra de 7.17 nuevos soles (330 nuevos soles el quintal de 46

kg)¹⁶ y un costo de producción de 4,108.86 nuevos soles nos da un ingreso neto de 511.14 nuevos soles por hectárea/año con una relación beneficio costo de 1.12. Esto significa que si se pagaran con dinero los jornales, el productor de café orgánico, recibiría una rentabilidad de 36.51 nuevos soles por quintal de café, y aún cuando tiene mayores rendimientos y un sobreprecio por el grano entregado a la organización, esto no compensa en lo inmediato el trabajo invertido; en lo que corresponde a la producción de café convencional, el cafetalero que no está en el programa de producción orgánica recibirá solamente el precio de aproximadamente 250 nuevos soles por quintal.

Es importante mencionar que aplicando la tecnología media, el costo de mano de obra representa el 58% del total de costos directos, mientras en la utilización de tecnología baja, el costo de mano de obra representa el 72% de los costos directos, este análisis refleja que, en términos estrictamente empresariales, aún cuando el productor orgánico tiene ciertas ventajas frente a los otros cafetaleros, la actividad en general no es rentable. Sin embargo, la racionalidad que opera entre los pequeños caficultores es diferente, pues son ellos mismos junto con su familia quienes realizan la mayor parte de labores agrícolas, de tal manera que las jornadas invertidas en la producción, no representan un desembolso monetario. Además que para la mayoría de los agricultores, la caficultura es la única actividad comercial posible.

En lo que respecta al proceso de beneficio, muchos productores tienen prácticas de beneficio inadecuadas (sobre todo si las condiciones climáticas en la etapa del secado es adverso) esto sumado a la infraestructura incompleta se traduce en mala calidad del café en taza.

La escasa mano de obra en la cosecha del café origina que el productor no logre cosechar toda la producción ocasionando pérdidas económicas.

Las fluctuaciones en el precio del producto (basado de acuerdo a la bolsa de Nueva York) generan incertidumbre en cuanto a la rentabilidad del producto, ya que si el precio tiende a bajar-como ocurre en el presente año-los productores no cosechan la totalidad del café debido al alto costo de mano de obra.

¹⁶ Este costo ha sido estimado con los precios actuales (mayo 2013) incluyendo el plus por concepto de café orgánico.

Así mismo existe dificultad para el transporte del producto hacia los mercados (ciudad de Quillabamba).

Falta de innovación y creatividad para el desarrollo de nuevos productos y mejores prácticas de producción.

Los productores de café, manejan el cultivo con limitaciones de insumos orgánicos para la producción, en la práctica este manejo guarda similitud con el sistema de producción tradicional sin tecnología (sin uso de agroquímicos).

Los puntos críticos en la producción del café en la provincia de La Convención se resumen en lo siguiente:

- La falta de renovación de cafetales antiguos (aquellos con más de 20 años.)
- Las deficiencias en los sistemas de producción.
- La carencia de mano de obra para la cosecha.
- infraestructura inadecuada para el beneficio húmedo.

4.2.10.2. Acopio

En zonas lluviosas es difícil el acceso a los ramales carreteros para el acopio del producto

Otro aspecto también crítico en esta parte es que el agricultor tiene información de la estructura del precio del café orgánico, es decir no se conoce cuanto será el reintegro por concepto de liquidación, lo que genera descontento y desconfianza entre los productores.

La mayor parte de las cooperativas cafetaleras no cuentan con un laboratorio en taza de café, y no disponen de personal capacitado en esta área, estableciendo la calidad solo en base a las características físicas del grano, de modo que no se cuenta con un sistema riguroso de clasificación de los granos de café de alta calidad y teniendo las dificultades de realizar sus operaciones con mayor transparencia, mayor reconocimiento por sus calidad y mejores beneficios.

Las empresas privadas de la zona, en cambio cuentan con un laboratorio de control de calidad lo cual les permite realizar un buen seguimiento de su café por cada lote de

producción, comercializado, el control de calidad se conforma por una primera evaluación física del café verde y una segunda evaluación del café tostado aplicándose el método de análisis sensorial, solo con el control cuantitativo de los rendimientos y defectos en muestras extraídas de cada lote y el análisis cualitativo del café en taza (organoléptica) se puede garantizar al comprador que el café pergamino procedente de la finca partió en buenas condiciones

Los puntos críticos registrados en el acopio que realizan las empresas cafetaleras de la provincia de La Convención son:

- Algunas cooperativas carecen de equipos de laboratorio para control de calidad.
- La mayor parte de las cooperativas tiene acceso limitado a fuentes de financiamiento.
- Las empresas cafetaleras tienen restricciones en la compra de insumos para la producción y limitaciones de recursos para invertir en instalaciones de beneficio húmedo.

4.2.11. Mecanismos de diálogo y concertación para mejorar la competitividad del sector

Uno de los principales elementos para impulsar la competitividad del sector es el establecimiento de mecanismos de diálogo y concertación entre actores.

Actualmente los municipios distritales están ejecutando proyectos productivos de café, la DRAC-La Convención (Dirección Regional Agraria Cusco), del Ministerio de Agricultura, (Agroideas) y proyectos del Ministerio de Economía y Finanzas como Procompite, vienen desarrollando proyectos relacionados al café, pero estas instituciones gubernamentales no cuentan con estrategias coordinadas y conjuntas para desarrollar los proyectos en forma sincronizada y de esta forma lograr la competitividad en los diferentes eslabones de la cadena productiva.

Es necesario que se empiece a organizar sesiones dirigidas planteando desarrollar la competitividad en conjunto, de manera tal que se puedan lograr consensos entre las partes y propuestas de acciones a las que se pueda realizar un seguimiento que garantice el cumplimiento de las mismas.

CONCLUSIONES

En la zona de estudio existen intermediarios y diversos co-actores, entre los que se encuentran certificadoras, entidades gubernamentales y agentes financieros.

1. La competitividad del sector depende de todos los componentes de la cadena productiva. Esta integralidad está basada en el enfoque de sistemas de producción y ha permitido visualizar los elementos positivos y negativos que intervienen en la producción y comercialización del café orgánico. Además, antes que los productores sean buenos comercializadores, tienen que ser primero buenos productores.
2. Según el Ministerio de Agricultura en el año 2011, la producción total de café en la región Cusco fue de 53,548 toneladas de las cuales el 94% proviene de la provincia de La Convención. En la zona de estudio, existen 5,526 productores orgánicos con 198,077 quintales, rendimiento en grano de 74%, y rendimiento de producción de 14 qq/ha, con cinco organizaciones dedicadas a la exportación de café orgánico, de las cuales COCLA exporta más del 80% con 4150 productores certificados.
3. La capacidad productiva de café orgánico se puede elevar a 328,272 quintales es decir al 30% por ciento de la producción de la provincia de la Convención debido a que la zona tiene excelentes condiciones agroecológicas para la producción de este cultivo, sin embargo el elevado costo de producción y la escasez de mano obra, así como la carencia de infraestructura adecuada son los principales dificultades.
4. Los costos de producción en la zona de estudio son competitivamente débiles, es decir son elevados debido a la escasez de mano de obra, originado por la demanda de mano de obra no calificada que requieren los municipios distritales, pagándose el jornal de 30 a 35 nuevos soles, en lo que se refiere a costos de certificación se cotiza en 2.00 USD por quintal (46 kg) y el costo de transporte de la ciudad de Quillabamba-Cusco-Lima es de 11.96 nuevos soles por quinal (0.26 nuevos soles/kg.)

5. Los factores competitivos que se ha identificado en la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención son en su mayoría en la fase de producción agraria como son la zona agroecológica apropiada produciendo café orgánico de calidad, el alto grado de asociatividad que existe en la zona, y la calidad de café ha ido mejorando, habiéndose logrado la denominación de origen como Café Machupicchu-Huadquiña, esto sumado a la adecuada infraestructura de procesamiento que, le permite competir en mercados internacionales.
6. Los procesos críticos que se han identificado en la cadena productiva de café orgánico de la provincia de la Convención está referido al proceso de beneficio, los productores de café tienen prácticas de beneficio inadecuadas (sobre todo si las condiciones climáticas en la etapa del secado es adverso) esto sumado a la infraestructura incompleta se traduce en mala calidad del café en taza. Así mismo al escaso y elevado costo de mano de obra que existe en la época de cosecha del café, trae como consecuencia que en algunos casos no llegan a cosechar toda la producción ocasionando pérdidas económicas.
7. La certificación orgánica y el sello son otorgados por instituciones imparciales y técnicamente solventes, siendo una garantía para todos: desde el productor primario hasta el consumidor. Los segmentos de mercado creados y regulados por certificaciones y sellos, no sólo pagan precios mayores que el estándar, también son más estables y previsibles. Así, otorgan certidumbre a todos los participantes, pues en algunos casos definen precios reguladores y en otros operan mediante acuerdos y contratos.

RECOMENDACIONES

1. Dado que el mal manejo post cosecha y la falta de infraestructura de los productores, son los principales factores que afectan la calidad del producto en taza, y con esto el precio y la competitividad, se hace imprescindible crear alianzas estratégicas entre los productores y exportadores para lograr más beneficios, tanto en materia de capacitación y apoyos crediticios.
2. Es necesario que los organismos competentes como el Ministerio de Agricultura, los municipios, las cooperativas y el sector privado, realicen coordinaciones para enfocar de manera organizada el proceso productivo del café y promover programas conjuntos de organización y capacitación a los agricultores para fortalecer la competitividad de la cadena.
3. Se debe promover iniciativas de diversificación de mercados desde la esfera gubernamental, incentivando al sector privado a ser parte activa del proceso de ampliación de nichos de mercados mediante la difusión de sus ventajas, contando con instancias que garanticen el desarrollo de la producción y sobre todo la comercialización, además de lograr la obtención de apoyos alternativos ecológicos y sociales.
4. La producción de café en la provincia de La Convención presenta muchas ventajas competitivas, compitiendo a nivel nacional e internacional; sin embargo, es necesario que los productores se inclinen a ingresar a mercados de café especiales los cuales permiten al productor recuperar la inversión y obtener mayores márgenes de ganancia, estos cafés son comercializados en segmentos de mercado más rentables y competitivos.
5. Es importante que las organizaciones cafetaleras de la provincia de la Convención se preparen convenientemente para la Feria Americana de Cafés Especiales (SCAA) que se realizará en abril del 2014 donde el Perú ha sido designado como país anfitrión, perfilándose como una oportunidad para fortalecer el posicionamiento de la zona y de nuestro país como productor de cafés orgánicos y especiales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ameghino Bautista, J.G. 2008. Competitividad de la Cadena de Valor del Mango (*Mangifera indica L.*) en la Región de Lambayeque. Tesis Mg. Sc. Agronegocios. Lima-Perú. UNALM. 173 p.

Arispe Cardozo, S. 2001. La Competitividad del Café Orgánico Peruano en el Mercado Internacional. Tesis Economista. Lima-Perú. UNALM. 104 p.

Cámara Peruana del Café y Cacao (CPC). Variedades (en línea) consultado el 16 de julio del 2012. Disponible en:

<http://camcafeperu.com.pe/index.php?option=com_content&task=view&id=17&Itemid=34>

Camilo, M.V. 2004. Diagnóstico del Eslabón Producción de la Cadena de Ají Paprika de Barranca. Tesis para optar título de Ingeniero Agrónomo. Lima Perú. UNALM 254 p.

Castañeda, P.E. 2000. El ABC del Café Cultivando con calidad. Convenio ADEX-USAID-DA. Lima Per176p.

Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras COCLA. (en línea) consultado el 21 de julio del 2012. Disponible en: <http://www.coclaperu.com/es/organizacion_cooperativas.html>

Cillioniz, F. Riva, J. Guzmán A. 2003. Desarrollo Empresarial y Cadenas Productivas-Consejo Nacional de Competitividad. Lima-Perú.

Ciriaco Reyes, N. 2009. Competitividad de la Cadena de Valor del Sauco (*Sambucus peruviana HBK*) para la Exportación a Estados Unidos 2008-2009. Tesis Mg. Sc. Agronegocios Lima-Perú. UNALM 155 p.

Cisneros Román, M. 2009. Análisis de Competitividad de las Principales Exportaciones Agropecuarias del Perú 2001-2007. Tesis Mg. Sc. Agronegocios Lima-Perú. UNALM 123 p.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe.-CEPAL. (2001) Panorama de la Agricultura de América Latina y el Caribe. 1990-2000. CEPAL/ECLAC.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. CEPAL. 2003. La competitividad Agroalimentaria de los Países de América Central y el Caribe en una Perspectiva de Liberalización Comercial. Edit. Copyright. Naciones Unidas. Santiago de Chile. CEPAL/ECLAC.17p.

Crosby Palacios Susan Gracen. 2005. Análisis de Competitividad de la Cadena Productiva del Mango Peruano 1990-2004. Trabajo monográfico para optar el Título de Economista. Lima Perú. UNALM. 49 p.

Díaz Cubas . 2006. Identificación y Análisis de los Factores Estratégicos para la Constitución de la Cadena Productiva de Lúcumá. Tesis Mg. Sc. Agronegocios Lima-Perú. UNALM 200 p.

Encinas, A. (2008). La Convención: una provincia con aparente riqueza. Entrevista realizada por Patricia Marín. (en línea). Consultado el 10 de setiembre del 2012. Disponible en: <http://www.valicha.com/index.php?option=com_content&view=article&id=70:la-convencion-una-provincia>

Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica –IFOAM. Los Principios de la Agricultura Orgánica. (en línea) consultado el 19 de agosto del 2012. Disponible en: <http://www.ifoam.org/about_ifoam/pdfs/POA_folder_spanish.pdf>

Fuertes Arroyo, M. 2003. Eficiencia económica de la producción de café en la provincia de Leoncio Prado. Tesis Mg. Sc. Economía Agrícola. Lima- Perú UNALM. 94 p.

Hernández Calderón, José. 2002. Agroexportación - Estrategias para Lograr Competitividad. Lima Perú. 221p.

IICA. Metodología: Cadenas y Dialogo para la Acción (CADIAC). (en línea). Consultado en Junio-agosto 2012. Disponible en: <http://www.iica.int/Esp/Programas/agronegocios/Documents/Fichas/202_Metodologia_CAD_IAC.pdf>

Junta Nacional del Café. (en línea) consultado el 15 de julio del 2012. Disponible en: <<http://www.juntadelcafe.org.pe/>>

Junta Nacional del Café. 2012. El Cafetalero. Revista informativa N° 40-41

Junta Nacional del Café. 2011. Rehabilitación de Cafetales. Bases para la transición hacia una caficultura empresarial y sostenible. 102p.

Llaque, M.L. 2005. Dinamismo y Competitividad de las Exportaciones Agropecuarias en el Perú. 1993-2002. Tesis Mg. Sc. Agronegocios. Lima-Perú. UNALM 98 p.

Loayza M, Ortiz M, Olivo L, Chang C. 2006. Planeamiento Estratégico para el Sub Sector Cafetalero del Perú: Periodo 2006 Al 2011. Tesis Mg. Sc. Administración Estratégica de Negocios. PUCP. 279p.

Ministerio de Agricultura. Dirección General de Información Agraria. 2011. Estadística Agraria 2011 Lima. Perú

Ministerio de Agricultura. Agricultura peruana Una oportunidad global (en línea) consultado el 18 de mayo del 2012. Disponible en:
<<http://www.minag.gob.pe/download/pdf/especiales/apec/2008/brochure.pdf?191108>>.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. PROMPERU 2012 (en línea). Consultado el 20 de mayo del 2012. Disponible en: <<http://www.promperu.gob.pe>>.

Ministerio de Economía y Finanzas. Consulta de transferencias a los gobiernos nacional, locales y regional (en línea). Consultado el 19 de agosto del 2012. Disponible en: <<http://ofi.mef.gob.pe/transferencias/gl/default.aspx>>.

Ministerio de la Producción. Guía práctica para el desarrollo de las cadenas productivas (en línea) consultado el 20 de agosto del 2012. Disponible en <<http://cadenasproductivas.gob.pe>>

Ministerio de la Producción. PRODUCE. 2008. Cadenas productivas: Una metodología hacia la competitividad. Versión 1.8 Lima Perú.

Molina Carrera, DJ. 2003. Análisis de la Competitividad de la Cadena Agroalimentaria de Mora en el Ecuador. (en línea) Consultado el 10 de mayo del 2012. Disponible en:

<http://www.puce.edu.ec/economia/docs/disertaciones/2003/2003_molina_carrera_diana_julietta.pdf>

Morgan A.G, Gálvez S.G, Valencia S.M, Prieto P.R. 2011 Comercialización de Café Orgánico Awajún de las Provincias de Moyobamba y Rioja. Tesis Licenciado en Gestión Empresarial. PUCP. 91p.

Muñoz, C. 2010. Aproximación a la Cadena de Valor del Café de Guatemala: Informe Final. 128p (en línea) consultado el 23 de mayo del 2012. Disponible en:
<http://web.catie.ac.cr/cafnet/otros_doc/CLAUDIA_MUNOZ_APROXIMA.pdf>

Organización Internacional del Café. ICO. (en línea) consultado el 15 de febrero del 2012. Disponible en: <<http://www.ico.org/>>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. OCDE. (en línea) consultado el 11 de marzo del 2012. Disponible en:
<http://www.oecd.org/pages/0,3417,es_36288966_36287974_1_1_1_1_1,00.html>

Porter Michel E. 1990. “¿Dónde radica la ventaja competitiva de las naciones?” Harvard Business Review.

Porter Michael. 1997. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Editorial Vergara. Argentina.

Reinert E.S. El Concepto “Competitividad» y sus Predecesores. (en línea) consultado el 11 de marzo del 2012. Disponible en:
http://www.othercanon.org/uploads/native/ERIK_S_REINERT_El_Concepto_complete.pdf

Santander Ruiz, W. E. 2003. Ventajas competitivas en Cafés Especiales (variedad typica) Para el Mercado de Exportación: Caso de la Región San Martín. Tesis Mg. Sc. Agronegocios Lima-Perú. UNALM 98 p.

Trade Map 2012. Estadísticas de Comercio entre el Perú y el mundo. (en línea) consultado en agosto-setiembre del 2012. Disponible en: <<http://www.trademap.org/Bilateral.aspx>>

USDA. Departamento de Agricultura de Estados Unidos.(en línea). Consultado el 18 de mayo del 2012 disponible en: <<http://www.usdaperu.org.pe/>>

Zapata Huamán, 2006. Análisis de la cadena de valor y competitividad de cafés especiales en el Perú. El caso de los productores de Villa Rica. Tesis Ing. Empresarial. Lima- Perú UNALM. 203p

Zea, DG. 2006. Impacto Económico de la Cadena Productiva de Fibra de Alpaca en la Asociación Alto Tamaruma de Lampa. Tesis Mg. Sc. Economía Agrícola. Lima- Perú UNALM. 94 p.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA-COMPETITIVIDAD DE LA CADENA PRODUCTIVA DE CAFÉ ORGÁNICO

1	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
GENERAL	¿La cadena productiva de café orgánico manejada actualmente permite al productor y exportador ser competitivos en la provincia de La Convención, Región Cusco?	Analizar la competitividad en la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención en la Región Cusco, para lograr mayor rentabilidad del producto.	El análisis de competitividad de la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención, influirá positivamente en el aumento de la rentabilidad del producto	La competitividad depende de todos los componentes de la cadena productiva. Esta integralidad está basada en el enfoque de sistemas de producción y ha permitido visualizar los elementos positivos y negativos que intervienen en la producción y comercialización del café orgánico. Además, antes que los productores sean buenos comercializadores, tienen que ser primero buenos productores.	Dado que el mal manejo post cosecha y la falta de infraestructura de los productores, son los principales factores que afectan la calidad del producto en taza, y con esto el precio y la competitividad, se hace imprescindible crear alianzas estratégicas entre los productores y exportadores para lograr más beneficios, tanto en materia de capacitación y apoyos crediticios.
ESPECÍFICOS	¿Cuál es la situación actual de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de la Convención?.	Describir la situación actual de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de La Convención.	Describiendo la situación actual de la cadena productiva, se puede analizar mejor el proceso productivo del café orgánico.	Según el Ministerio de Agricultura en el año 2011, la producción total de café en la región Cusco fue de 53,548 toneladas de los cuales el 94% proviene de la provincia de La Convención. En la zona de estudio, existen 5,526 productores orgánicos con 198,077 quintales, rendimiento en grano de 74%, y rendimiento de producción de 14 qq/ha, con cinco organizaciones dedicadas a la exportación de café orgánico, de las cuales COCLA exporta más del 80% con 4150 productores certificados	Es necesario que los organismos competentes como el Ministerio de Agricultura, los municipios, las cooperativas y el sector privado, realicen coordinaciones para enfocar de manera organizada el proceso productivo del café y promover programas conjuntos de organización y capacitación a los agricultores para fortalecer la competitividad de la cadena.
ESPECÍFICOS	¿Cuál es la capacidad productiva de café orgánico de la provincia de La Convención para exportación?	Evaluar la capacidad productiva de café orgánico de la provincia de La Convención para incrementar su exportación.	La capacidad productiva del café orgánico en la provincia de la Convención se puede elevar aplicando capacitación a productores e innovación tecnológica.	La capacidad productiva de café orgánico se puede elevar a 328,272 quintales es decir al 30% por ciento de la producción de la provincia de la Convención debido a que la zona tiene excelentes condiciones agroecológicas para la producción de este cultivo, sin embargo el elevado costo de producción y la escasez de mano obra, así como la carencia de infraestructura adecuada son los principales dificultades.	Se debe promover iniciativas de diversificación de mercados desde la esfera gubernamental, incentivando al sector privado a ser parte activa del proceso de ampliación de nichos de mercados mediante la difusión de sus ventajas, contando con instancias que garanticen el desarrollo de la producción y sobre todo la comercialización, además de lograr la obtención de apoyos alternativos ecológicos y sociales.

<p>¿Los costos de producción, procesamiento, transporte y comercialización del café orgánico de la provincia de La Convención son competitivos?</p>	<p>Cuantificar los costos de producción, procesamiento, transporte y comercialización del café orgánico de la provincia de La Convención.</p>	<p>Los costos de producción, procesamiento, transporte y comercialización de café orgánico, en la zona de estudio no son competitivos.</p>	<p>Los costos de producción en la zona de estudio son competitivamente débiles, es decir son elevados debido a la escasez de mano de obra, originado por la demanda de mano de obra no calificada que requieren los municipios distritales, pagándose el jornal de 30 a 35 nuevos soles, en lo que se refiere a costos de certificación se cotiza en 2.00 USD por quintal (46 kg) y el costo de transporte de la ciudad de Quillabamba-Cusco-Lima es de 11.96 nuevos soles por quintal (0.26 nuevos soles/kg.)</p>	
<p>¿Cuáles son los factores competitivos de la cadena productiva del café orgánico de la provincia de La Convención, Región Cusco?</p>	<p>Identificar y analizar los factores competitivos en cada eslabón de la cadena productiva del café orgánico para mejorar la rentabilidad del producto.</p>	<p>Los factores competitivos en cada eslabón de la cadena productiva del café orgánico, logrará mayor rentabilidad en la cadena productiva.</p>	<p>Los factores competitivos que se ha identificado en la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención son en su mayoría en la fase de producción agraria como son la zona agroecológica apropiada produciendo café orgánico de calidad, el alto grado de asociatividad que existe en la zona, y la calidad de café ha ido mejorando, habiéndose logrado la denominación de origen como Café Machupicchu-Huadquiña, esto sumado a la adecuada infraestructura de procesamiento que, le permite competir en mercados internacionales.</p>	<p>La producción de café en la provincia de La Convención presenta muchas ventajas competitivas, compitiendo a nivel nacional e internacional; sin embargo, es necesario que los productores se inclinen a ingresar a mercados de café especiales los cuales permiten al productor recuperar la inversión y obtener mayores márgenes de ganancia, estos cafés son comercializados en segmentos de mercado más rentables y competitivos.</p>
<p>¿Existen procesos críticos en la cadena productiva de café orgánico?</p>	<p>Identificar los procesos críticos en la cadena productiva de café orgánico de la provincia de La Convención.</p>	<p>Los procesos críticos en la cadena productiva, del café orgánico son en el eslabón producción deteriorando la calidad del producto.</p>	<p>Los procesos críticos que se han identificado en la cadena productiva de café orgánico de la provincia de la Convención está referido al proceso de beneficio, los productores de café tienen prácticas de beneficio inadecuadas (sobre todo si las condiciones climáticas en la etapa del secado es adverso) esto sumado a la infraestructura incompleta se traduce en mala calidad del café en taza. Así mismo al escaso y elevado costo de mano de obra que existe en la época de cosecha del café, trae como consecuencia que en algunos casos no llegan a cosechar toda la producción ocasionando pérdidas económicas.</p>	<p>Es importante que las organizaciones cafetaleras de la provincia de la Convención se preparen convenientemente para la Feria Americana de Cafés Especiales (SCAA) que se realizará en abril del 2014 donde el Perú ha sido designado como país anfitrión, perfilándose como una oportunidad para fortalecer el posicionamiento de la zona y de nuestro país como productor de cafés orgánicos y especiales.</p>

ANEXO 2: MATRIZ DE CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

1	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MUESTRA	DISEÑO
GENERAL	¿La cadena productiva de café orgánico manejada actualmente permite al productor y exportador ser competitivos en la provincia de La Convención, Región Cusco?	Analizar la competitividad en la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención en la Región Cusco, para lograr mayor rentabilidad del producto.	El análisis de competitividad de la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención, influirá positivamente en el aumento de la rentabilidad del producto	Var. Independiente :Competitividad X ₁ : Productividad, X ₂ : Innovación tecnológica, X ₃ : Infraestructura agrícola, X ₄ : Actividades productivas Var. Dependiente: Cadena productiva Y ₁ :Costo de producción, Y ₂ : Calidad del producto, Y ₃ : Rentabilidad, Y ₄ :Exportación Y=f(X)	Población: Productores de café orgánico de la provincia de La Convención	Diseño no experimental Descriptivo exploratorio
	¿Cuál es la situación actual de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de la Convención?.	Describir la situación actual de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de La Convención.	Describiendo la situación actual de la cadena productiva, se puede analizar mejor el proceso productivo del café orgánico.	Cadena productiva	Muestra: 285 productores	
ESPECÍFICOS	¿Cuál es la capacidad productiva de café orgánico de la provincia de La Convención para exportación?	Evaluar la capacidad productiva de café orgánico de la provincia de La Convención para incrementar su exportación.	La capacidad productiva del café orgánico en la provincia de la Convención se puede elevar aplicando capacitación a productores e innovación tecnológica.	X ₁ :Productividad del café orgánico X ₂ :Innovación tecnológica Y ₄ : Exportación del café orgánico Y ₄ =f(X ₁ ,X ₂)	INSTRUMENTO -Encuestas a productores de café orgánico. -Entrevista a comercializadores y expertos en producción orgánica de café. -Fichas de observación	ESTADÍSTICA $n = \frac{Z^2 * p(1-p)N}{E^2(N-1) + Z^2 p(1-p)}$
	¿Los costos de producción, procesamiento, transporte y comercialización del café orgánico de la provincia de La Convención son competitivos?	Cuantificar los costos de producción, procesamiento, transporte y comercialización del café orgánico de la provincia de La Convención.	Los costos de producción procesamiento, transporte y comercialización de café orgánico, en la zona de estudio no son competitivos.	X ₂ :Innovación tecnológica X ₃ : Infraestructura agrícola Y ₁ : Costo de producción Y ₁ =f(X ₂ , X ₃)		
	¿Cuáles son los factores competitivos de la cadena productiva del café orgánico de la provincia de La Convención, Región Cusco?	Identificar y analizar los factores competitivos en cada eslabón de la cadena productiva del café orgánico para mejorar la rentabilidad del producto.	Los factores competitivos en cada eslabón de la cadena productiva del café orgánico, logrará mayor rentabilidad en la cadena productiva.	Y ₅ : Rentabilidad X ₅ :Factores positivos X ₆ : Factores negativos Y ₅ =f(X ₅ , X ₆)		
	¿Existen procesos críticos en la cadena productiva de café orgánico?	Identificar los procesos críticos en la cadena productiva de café orgánico de la provincia de La Convención.	Los procesos críticos en la cadena productiva, del café orgánico son en el eslabón producción deteriorando la calidad del producto.	Y ₂ :Calidad del producto X ₄ : Actividades productivas Y ₂ = f(X ₄)		

ANEXO 3: DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL

Variable		Indicador	Definición Conceptual	Definición Operacional
po	Nombre			
Independiente	Competitividad	Productividad	la productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios (Martínez De Ita)	Medición de la unidades de producción por unidad de área (TM/Ha o qq/Ha)
		Innovación tecnológica	La innovación consiste en producir, asimilar y explotar con éxito la novedad en los ámbitos económico y social (COM, 2003).	Tecnología aplicada en la producción y procesamiento del café
		Infraestructura agrícola	Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para el funcionamiento de una organización para el desarrollo de un actividad	Instalaciones, construcciones agrícolas y agroindustriales
		Actividades productivas	Es el proceso a través del cual la actividad del hombre transforma los insumos tales como materias primas, Recursos Naturales y otros in sumos, con el objeto de producir Bienes y servicios que se requieren para satisfacer las necesidades.	Cada una de las etapas de la producción y procesamiento de café orgánico
Dependiente	Cadena productiva	Costo de producción	Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un producto. Incluye el costo de los materiales, insumos, mano de obra y los gastos indirectos de producción cargados a los trabajos en su proceso	Metodología para cálculo de costos y rentabilidad para análisis de riesgo y comparación de tecnologías agrícolas (Cama, 1984)
		Calidad del producto	La calidad se sustenta exclusivamente en los aspectos técnicos y asume que todas sus características pueden ser medidas; se basa, principalmente, en que los productos son de calidad porque tienen “más de algo” (un elemento o atributo extra).	Indicadores de percepción del producto
		Rentabilidad	La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; un negocio es rentable cuando	Metodología para cálculo de costos y rentabilidad para

Fuente: Girón Panduro. Plan de Marketing para la exportación de aguaje y derivados (2011)
Elaboración propia

ANEXO 4: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable		Indicadores	Sub-indicadores	Nivel de medición	Técnicas	Instrumentos	Dimensión
Tipo	Nombre						
Independiente	Competitividad	Productividad	Rendimiento	Ordinal	Encuestas	Cuestionario	Incremento de la producción por unidad de área
		Innovación tecnológica	Inversión en tecnología	Ordinal	Observación	Escala de estimación	Aprovechamiento del conocimiento tecnológico
			Aplicación de tecnología	Ordinal	Encuesta y observación	Cuestionario Diario de campo	
		Infraestructura agrícola y agroindustrial	Infraestructura de beneficio húmedo	Ordinal	Encuesta	Cuestionario	Aprovechamiento del recurso físico
			Infraestructura de beneficio seco	Ordinal	Encuesta y entrevista	Cuestionario Registro de información	
		Actividades productivas	Producción primaria	Ordinal	Encuestas	Cuestionario	Aprovechamiento del recurso físico
			Transformación agroindustrial	Ordinal	Encuesta y entrevista	Cuestionario Registro de información	
		Dependiente	Cadena productiva	Costos de producción	Instalación de cafetales	Ordinal	Encuesta y observación
Manejo de plantación	Ordinal						
Cosecha	Ordinal						
Beneficio húmedo	Ordinal						
Costos de procesamiento y transporte	Beneficio seco			Ordinal	Encuesta y entrevista	Cuestionario Registro de información	Aprovechamiento del recurso financiero
	Procesamiento			Ordinal			
Gastos de comercialización	Comercialización			Ordinal	Vivenciales	Panel de expertos	
Calidad del producto				Ordinal			
Rentabilidad	Costo Total			Ordinal	Razón	Relación beneficio/costo	Aprovechamiento del recurso financiero
	Utilidad neta			Ordinal			
Exportación	Cantidad exportada			Ordinal	Encuesta y entrevista	Cuestionario Registro de información	Ingreso de divisas al país

Fuente: Girón Panduro. Plan de Marketing para la exportación de aguaje y derivados (2011)
Elaboración propia

ANEXO 5: CUESTIONARIO A PRODUCTORES

DEPARTAMENTO DEL CUSCO - PROVINCIA DE LA CONVENCION

N° de Encuesta

DISTRITO: CENTRO POBLADO

I. DATOS DEL AGRICULTOR/A

1. Nombre(s).....
2. Sexo: Hombre _____ Mujer _____
- 4.- Grado de Instrucción (*) _____
5. Carga Familiar (número de dependientes) -----

(*) Sin estudios= **a**; Primaria Incompleta= **b**; Primaria completa= **c**; Secundaria incompleta= **d**; Secundaria completa =**e**; Superior = **f**

II. PRODUCCIÓN ORGÁNICA

- 6.- ¿Desde cuándo es productor orgánico? 1996-2000 ____ 2001-2005 ____ 2006-2012
- 7.- ¿A cuánto vendió el quintal de café en la última campaña? ____
- 8.- ¿Está de acuerdo con los precios del café orgánico? Sí ____ No ____

III. CARACTERÍSTICAS DE LA EXPLOTACIÓN AGROPECUARIA

- 9.- Superficie de la Explotacion Agropecuaria ____hás.
- 10.- ¿Tiene titulo de propiedad? Si ____ No ____
- 11.- Forma de Conduccion (**) _____
- 12.- ¿Cuántas has de café? _____
- 13.- ¿Actualmente cuanto paga el jornal? S/.
- 14.- ¿En la actualidad cual es la procedencia de la mano de obra?
 - a. Familiar _____
 - b. Contratada local _____
 - c. Contratada foránea _____
 - Otro _____

(**) Trabaja directamente = **a**; Trabaja a medias = **b**; Trabaja en ayni = **c**; Contrata mano de obra =**d**; Otro = **e**

IV. LIMITACIONES Y DIFICULTADES PARA LA PRODUCCIÓN

15.- ¿Qué dificultades tiene para la producción de café?

- Bajo precio del producto
- Falta de financiamiento
- Carencia de mano de obra
- Falta de Agua
- Exceso de plagas
- Transporte

V. PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO

16.- Producción de los últimos cinco años

PERIODO	2008	2009	2010	2011	2012
CAFÉ (Qq)					

VI. ACCESO A FINANCIAMIENTO

- 17.- ¿Obtuvo crédito en los últimos 3 años? Sí _____ No _____
- 18.- ¿Cuenta con financiamiento para la producción de café? Sí _____ No _____
- 19.- ¿Qué instituciones le brindan financiamiento?
- Agrobanco
 - Caja rural
 - Cajas municipales
 - Cooperativa de ahorro y crédito
 - Bancos comerciales
 - Banco comunales
 - Otros

VII. INFRAESTRUCTURA PARA LA COSECHA Y PRODUCCIÓN

- 20.- ¿Cuenta con infraestructura agrícola adecuada?
- Planta de beneficio
 - Secadero
 - Almacén
 - Habitación para empleados
 - Maquinaria agrícola
- 21.- ¿Cuenta con sistema de riego? Sí _____ No _____
- 22.- ¿Con qué sistema de riego? Goteo _____ Aspersión _____ Gravedad _____ Otro _____

VIII. INSUMOS

- 23.- ¿Dónde adquiere los insumos?
- | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------|------------|
| <input type="checkbox"/> Abonos: | Cooperativa _____ | Comerciante _____ | MINAG _____ | Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Herramientas: | Cooperativa _____ | Comerciante _____ | MINAG _____ | Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Semillas | Cooperativa _____ | Comerciante _____ | MINAG _____ | Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Plantones | Cooperativa _____ | Comerciante _____ | MINAG _____ | Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Pesticidas | Cooperativa _____ | Comerciante _____ | MINAG _____ | Otro _____ |

IX. TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN

- 24.- ¿Qué nivel de tecnología emplea para la producción? Baja _____ Media _____ Alta _____
- 25.- ¿Está incrementando con plantaciones nuevas? Sí _____ No _____

X. TRANSPORTE

- 26.- ¿Existe acceso carretero hasta su finca? Sí _____ No _____
- 27.- ¿De no existir acceso, cuánto tiempo demora hasta llegar a la carretera?
- De 10 a 20 minutos _____ De 20 a 30 minutos _____ De 30 minutos a 1 hora _____ Más de 1 hora _____
- 28.- ¿Cuenta con unidad para transportar café (vehículo)? Sí _____ No _____

IX. COMERCIALIZACIÓN

- 29.- ¿A quién vende su café orgánico?
- A cooperativas _____ A empresas cafeteras _____ A comerciantes _____ Otros _____
- 30.- ¿Cómo comercializa el café? En cerezo _____ En pergamino _____ Otro _____

X. ASISTENCIA TÉCNICA

- 31.- ¿Recibe asistencia técnica para la producción de café orgánico? Sí _____ No _____
- 32.- ¿De qué instituciones recibe asistencia técnica?
- Cooperativas _____ Municipio _____ Ministerio de Agricultura _____ Otros _____

OBSERVACIONES:.....

.....

.....

Firma del productor

Fecha _____/_____/_____

ANEXO 6: CUESTIONARIO A EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ ORGÁNICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA

FICHA DE ENCUESTA PARA EMPRESAS ACOPIADORAS Y EXPORTADORAS

DEPARTAMENTO DEL CUSCO - PROVINCIA DE LA CONVENCION

DATOS DE LA EMPRESA

1. Empresa /organizacion.....
2. Tipo: Privada_____ Cooperativa_____ Otro_____
3. Número de asociados_____

XI. PROCESAMIENTO Y CERTIFICACIÓN ORGÁNICA

4. ¿Desde qué año comercializa café orgánico?
5. ¿Qué cantidad de café orgánico acopió en los últimos años?
2007 ___ 2008___ 2009___ 2010 ___ 2011
6. ¿Cuál es el costo de certificación orgánica promedio? _____

XII. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE SU ORGANIZACIÓN

7. Fortalezas

8. Debilidades

XIII. RENDIMIENTO Y CALIDAD

9. ¿Cuáles son las normas técnicas de calidad empleada?_____
10. Comercializacion de café organico en los ultimos 5 años

PERIODO	2008	2009	2010	2011	2012
CAFÉ (Qq)					

XIV. ACCESO A FINANCIAMIENTO

11. Cuenta con financiamiento para el acopio y comercialización de café orgánico?
Sí _____ No _____

12. ¿Qué instituciones le brindan financiamiento?

- ONG
- Bancos nacionales
- Bancos internacionales
- Otros

XV. INFRAESTRUCTURA DE PROCESAMIENTO

13. ¿Cuenta con infraestructura de procesamiento adecuado?

14. ¿Cuál es el tiempo de almacenamiento de café en la empresa acopiadora?
_____ días

XVI. TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN

15. ¿Cuál es el nivel de tecnología empleado para el procesamiento de café?

Baja _____ Media _____ Alta _____

XVII. TRANSPORTE

16. ¿Cuáles son las dificultades en el transporte?

17. ¿Cuál es el costo promedio de transporte terrestre?

_____ nuevos soles

18. Condiciones de almacenamiento y transporte del café en su comercialización

IX.- COMERCIALIZACIÓN

19. ¿Cuáles son los destinos de venta del café orgánico?

20. ¿Cuáles son los riesgos de comercialización de café orgánico?

21. ¿Cómo establece su organización, los precios del café orgánico?

OBSERVACIONES:.....
.....
.....

ANEXO 7: COSTOS DE MANTENIMIENTO DE UNA HECTÁREA DE CAFÉ EN LA PROVINCIA DE LA CONVENCION

Con Tecnología Media

Actividad	Unidad	Cantidad	Costo unitario (s/.)	Total	Porcentaje
I. Costos Directos					
1.1. Mano de Obra	145 jornales				58%
1.1.1. Labores Agrícolas				1410.00	19%
Deshierbos	Jornal	30	30	900.00	
Fertilización	Jornal	8	30	240.00	
Podas	Jornal	4	30	120.00	
Control de Sombras	Jornal	2	30	60.00	
Control Fitosanitario	Jornal	3	30	90.00	
1.1.2. Cosecha				2940.00	39%
Cosecha de cerezas	Jornal	90	30	2700.00	
Despulpado y lavado	Jornal	3	30	90.00	
Secado	Jornal	3	30	90.00	
Selección y ensacado	Jornal	2	30	60.00	
1.2. Insumos				2550.00	34%
Fertilizantes					
Guano de Isla	Kg	1000	1.1	1100.00	
Roca Fosfórica	Kg	500	1.2	600.00	
Sulfato de Potasio	Kg	500	1.3	650.00	
Control fitosanitario orgánico	Kg	50	4	200.00	
1.3. Herramientas				560.00	7%
Molino	Unidades	1	300	300.00	
Machetes	Unidades	3	10	30.00	
kituchis	Unidades	3	10	30.00	
Sacos	Unidades	20	5	100.00	
Atadoras	Unidades	20	5	100.00	
1.4. Costos de certificación				78.00 *	
Total Costos Directos				7499.00	100%
II. Costos Indirectos					
Asistencia técnica	2%			149.98	
Gastos administrativos	3%			224.97	
Costo Total				7873.95	
ANÁLISIS ECONÓMICO					
Rendimiento	Kg/ha	1380.00 (30qq/ha)			
Precio chacra	S/.	7.17			
Ventas anuales	S/.	9900.00			

* El costo de certificación es 1.00 dólar por qq. (46 Kg.)

VALOR BRUTO DE LA PRODUCCION	9,900.00
COSTO DE PRODUCCION	7,873.95
INGRESO NETO	2,026.05
RELACION B/C	1.26

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 8: COSTOS DE MANTENIMIENTO DE UNA HECTÁREA DE CAFÉ EN LA PROVINCIA DE LA CONVENCION

Con Tecnología Baja

Actividad	Unidad	Cantidad	Costo unitario(S/.)	Total	Porcentaje
I. Costos Directos					
1.1. Mano de Obra		94 jornales			72%
1.1.1. Labores Agrícolas				960	25%
Deshierbos	Jornal	20	30	600	
Fertilización	Jornal	3	30	90	
Podas	Jornal	4	30	120	
Control de Sombras	Jornal	2	30	60	
Control Fitosanitario	Jornal	3	30	90	
1.1.2. Cosecha				1860	48%
Cosecha de cerezas	Jornal	56	30	1680	
Despulpado y lavado	Jornal	2	30	60	
Secado	Jornal	2	30	60	
Selección y ensacado	Jornal	2	30	60	
1.2. Insumos				615	16%
Fertilizantes					
Guano de Isla	Kg	150	1.1	165	
Roca Fosfórica	Kg	100	1.2	120	
Sulfato de Potasio	Kg	100	1.3	130	
Control fitosanitario orgánico	Kg	50	4	200	
1.3. Herramientas				460	12%
Molino	Unidades	1	300	300	
machetes	Unidades	3	10	30	
kituchis	Unidades	3	10	30	
Sacos	Unidades	10	5	50	
Atadoras	Unidades	10	5	50	
1.4. Costos de certificación				36.4	
Total Costos Directos				3913.2	100%
II. Costos Indirectos					
Asistencia técnica	2%			78.264	
Gastos administrativos	3%			117.4	
Costo Total				4108.86	
ANÁLISIS ECONÓMICO					
Rendimiento	Kg/ha	644.00 (14 qq/ha)			
Precio chacra /kg.	S/.	7.17			
Ventas anuales	S/.	4620.00			

* El costo de certificación es 1.00 dólar por qq (46Kg.)

VALOR BRUTO DE LA PRODUCCION	4,620.00
COSTO DE PRODUCCION	4,108.86
INGRESO NETO	511.14
RELACION B/C	1.12

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 9: ANÁLISIS DE RENDIMIENTO DE CAFÉ PERGAMINO

I. DATOS GENERALES

DIA	MES	AÑO

NOMBRE: _____

CANTIDAD: _____ SACOS; TIPO _____ GRADO: _____
 CERT.: _____ CAMPAÑA _____ G/REMISION _____

II. ANALISIS DEL CAFÉ PERGAMINO BASE 400 GRAMOS

1. COLOR: Homogénea _____ Disparejo _____ Manchado _____ Otro _____
 2. OLOR: Fresco _____ Fermentado _____ Terroso _____ Humo _____ Mohoso _____ Otro _____

III. DEFECTOS EN PERGAMINO

-IMPUREZAS _____ gr. _____ %
 -HUMEDAD: _____ gr. Merma _____ gr. _____ %

RENDIMIENTO EN CAFÉ VERDE

PILADOT/C: _____ gr. CASCARA _____ gr.

- CAFÉ EXPORTACIÓN (MALLA +16): _____ gr. _____ %
- CAFÉ EXPORTACIÓN (MALLA # 15): _____ gr. _____ %
- CAFÉ SEGUNDA _____ gr. _____ %
- CAFÉ DESCARTE _____ gr. _____ %
- CAFÉ BOLA PILADO (COCO) _____ gr. _____ %
- MERMA POR HUMEDAD _____ gr. _____ %
- IMPUREZAS _____ gr. _____ %
- CÁSCARA _____ gr. _____ %
- TOTAL _____ gr. 100 %**

V. RENDIMIENTOS

CAFÉ EXPORTACIÓN _____ % CAFÉ
 DESCARTE/SEGUNDA _____ %

VI. EVALUACION DE DEFECTOS

DEFECTOS: PRIMARIOS _____ SECUNDARIOS _____ TOTAL _____

VII. APROBACION

CON DERECHO SIN DERECHO NEA N°
 PRECIO UNITARIO Qq NETO

VIII. OBSERVACIONES _____

.....
 V° B° Ger. Adm. Finanzas

.....
 Control de calidad

.....
 Firma del representante

Nombre _____

Proveedor

Fuente: Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras COCLA

**ANEXO 10: SUPERFICIE CULTIVADA DE CAFÉ ORGÁNICO POR REGIONES
2009-2011**

Superficie cultivada de café orgánico 2009

Región	N° de Operadores	N° de Productores	Superficie Orgánica (ha)	Porcentaje
Amazonas	5	458	1,172.35	1%
Apurímac	1	273	456.50	1%
Ayacucho	3	271	592.70	1%
Cajamarca	19	7,300	13,742.65	18%
Cusco	6	4,084	20,251.35	26%
Huánuco	2	372	1,849.75	2%
Junín	16	2,554	23,109.84	29%
Lambayeque	7	1,210	2,536.25	3%
Pasco	1	82	471.80	1%
Piura	1	1,380	2,414.88	3%
Puno	2	2,152	5,427.60	7%
San Martín	15	1,240	6,415.04	8%
Total	78	21,376	78,440.71	100%

Fuente: Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA)

Superficie cultivada de café orgánico 2010

Región	N° de Operadores	N° de Productores	Superficie Orgánica (ha)	Porcentaje
Amazonas	11	1,751	4,967.93	5%
Apurímac	1	279	498.75	1%
Ayacucho	2	992	2,380.05	2%
Cajamarca	22	6,281	19,793.23	20%
Cusco	5	4,102	18,975.81	19%
Huánuco	1	249	949.60	1%
Junín	29	3,485	24,828.87	26%
Lambayeque	8	3,548	9,840.12	10%
Pasco	5	62	702.65	1%
Piura	1	1,372	3,044.80	3%
Puno	2	2,034	5,066.18	5%
San Martín	12	2,092	6,290.05	6%
Total	99	26,247	97,338.04	100%

Fuente: Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA)

Superficie cultivada de café orgánico 2011

Región	N° de Operadores	N° de Productores	Superficie Orgánica (ha)	Porcentaje
Amazonas	8	1,412	3,750.31	4%
Apurímac	1	285	593.24	1%
Ayacucho	2	756	1,807.88	2%
Cajamarca	19	4,013	9,545.59	10%
Cusco	8	4,864	20,354.09	21%
Junín	36	7,969	37,593.79	39%
Lambayeque	1	137	477.63	0%
Pasco	4	152	1,114.40	1%
Piura	1	1,407	2,996.72	3%
Puno	2	2,046	7,321.87	8%
San Martín	10	1,739	10,534.05	11%
Total	92	24,780	96,089.57	100%

Fuente: Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA)

ANEXO 11: EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ DEL PERÚ AL MUNDO 2011

EMPRESAS	FOB	PESO TOTAL	ESO QQ/46 K	PRECIO PROMEDIO
PERALES HUANCARUNA SAC	404,495,847	73,423,182	1,596,156	253.42
COMERCIO & CIA S.A	181,286,623	32,647,020	709,718	255.43
CIA.INTERNACIONAL DEL CAFE S.A.C.	137,664,703	25,798,803	560,844	245.46
OUTSPAN PERU S.A.C.	105,738,315	20,152,950	438,108	241.35
PROCESADORA DEL SUR SA	93,822,089	17,459,205	379,548	247.19
EXPORTADORA ROMEX	69,740,170	12,401,412	269,596	258.68
LOUIS DREYFUS COMMODITIES PERU SRL	65,486,366	12,365,322	268,811	243.61
COCLA	60,240,796	9,688,190	210,613	286.03
CAFETALERA AMAZONICA S.A.C.	55,770,262	10,496,600	228,187	244.41
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	44,826,670	8,806,749	191,451	234.14
H.V.C. EXPORTACIONES S.A.C.	42,587,853	7,902,176	171,786	247.91
PRONATUR EIRL	24,174,311	3,967,615	86,253	280.27
CENFROCAFE	20,880,226	3,260,937	70,890	294.54
CAC LA FLORIDA	20,184,944	3,630,565	78,925	255.75
CAFÉ PERU S.A.C.	18,792,802	3,155,425	68,596	273.96
EMPRESA DE EXPORTACIONES & IMPORTACIONES JRJ EIRL	16,069,145	6,156,644	133,840	120.06
AGROINDUSTRIAL Y COMERCIAL ARRIOLA E HIJ	12,901,695	2,351,008	51,109	252.44
CECOVASA	12,369,231	2,028,284	44,093	280.53
EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C.	11,632,307	3,674,744	79,886	145.61
AROHMAR'S INTERNATIONAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	10,329,845	3,402,248	73,962	139.66
CAC PANGO	8,597,065	1,412,765	30,712	279.92
RAINFOREST TRADING S.A.C.	7,134,329	1,292,936	28,107	253.82
EXPOIMP BEVIPERU EIRL	7,099,978	2,411,816	52,431	135.42
CEPICAFAE	6,195,001	1,000,017	21,740	284.97
NEGRISA SAC	5,479,734	1,143,725	24,864	220.39
PERUVIAN COFFEE S.A.C.	5,267,057	1,138,065	24,741	212.89
ACPC PICHANAKI	5,148,729	831,450	18,075	284.85
MOUNTAIN COFFEE	5,084,930	777,568	16,904	300.82
APROCASSI	5,078,639	746,235	16,223	313.06
ASOCIACION DE PRODUCTOS AGROECOLOGICOS BIOCAFE PICHANAKI	4,849,680	761,485	16,554	292.96
CAI NARANJILLO	4,841,620	746,025	16,218	298.53
COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES SOL&C	4,794,652	789,525	17,164	279.35
CACS VALLE UBIRIKI	4,733,181	745,655	16,210	291.99
CAC Y DE SERVICIOS ORO VERDE	4,165,257	650,325	14,138	294.62
CAC "LA PROSPERIDAD" DE CHIRINOS	4,081,145	590,184	12,830	318.09
CAC BAGUA GRANDE	4,035,856	618,075	13,436	300.37
CAC LA DIVISORA	3,581,308	552,207	12,005	298.33
CENTRAL DE PRODUCTORES AGROECOLOGICOS DE PICHANAKI	3,577,046	535,509	11,642	307.27
UNICAFAE	3,342,198	496,996	10,804	309.34
VILLA RICA HIGHLAND S.A.	3,325,493	643,425	13,988	237.75
CAC FRONTERA SAN IGNASIO	3,312,277	484,725	10,538	314.33
CAC RODRIGUEZ DE MENDOZA	3,281,888	490,875	10,671	307.55
COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES DE PR	3,240,472	478,823	10,409	311.31
CAC SAN JUAN DEL ORO	3,165,070	472,650	10,275	308.04
CAC SATIPO	3,152,877	534,740	11,625	271.22
CAC PERENE	3,150,554	507,401	11,030	285.62
CAC SANGARENI	3,145,209	531,300	11,550	272.31
CAFE INCA DEL PERU S.A.C	2,616,557	594,775	12,930	202.36

Continúa.../

N.B. TEALDO & CO. S.A.	2,510,292	429,485	9,337	268.86
CAC - CASIL	2,466,784	347,070	7,545	326.94
CAEC PICHANAKI	2,436,947	414,335	9,007	270.55
CAC TAHUANTINSUYO	2,355,869	418,140	9,090	259.17
CECANOR	2,235,769	303,600	6,600	338.75
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CAFETALEROS	2,202,054	320,850	6,975	315.71
APROECO	2,154,169	310,045	6,740	319.60
PROAS S.A	2,100,544	301,875	6,563	320.08
CAC LOS CHANKAS SELVA CENTRAL	1,983,857	336,095	7,306	271.52
CAC VALLE DEL	1,784,988	269,080	5,850	305.15
NOR CAFE SAC	1,671,969	342,150	7,438	224.79
NARVAEZ PERDOMO JAVIER	1,661,896	610,466	13,271	125.23
ASOCIACION CENTRAL CAFETALERA AGROPECUAR	1,609,030	255,300	5,550	289.92
PERUNOR EXPORT SAC	1,524,416	244,950	5,325	286.28
CAFE SANCHIRIO PALOMAR	1,456,821	224,307	4,876	298.76
ASOC. DE PROD. AGRO.DEL VALLE ALTO MAYO	1,318,201	239,568	5,208	253.11
CAFÉ MOTEVERDE EIRL	1,307,511	213,900	4,650	281.19
VALDIVIA CANAL HUGO	1,236,306	271,855	5,910	209.19
AOSCIACION DISTRITAL AGROPECUARIA	1,205,649	170,480	3,706	325.32
CENTRAL DE UNITARIA DE ASOC AGRARIAS DE VILLA RICA	1,123,105	189,745	4,125	272.28
EMPRESA EXPORT & IMPORT MAREROSE E.I.R.L.	1,121,567	451,105	9,807	114.37
COFFEE GRAIN TRADERS MF E.I.R.L.	999,788	372,000	8,087	123.63
EXPORTACION E IMPORTACIONES AGRITUM	974,743	358,075	7,784	125.22
CAC EL QUINACHO	973,607	170,775	3,713	262.25
HERMANOS MARIN LUDEÑA	924,774	143,175	3,113	297.12
ASOC PROVINCIAL DE PRODUCT ECOLOG DE SAN IGNACIO APESI	916,045	135,240	2,940	311.58
"CENTRAL COICAFE"	907,874	148,605	3,231	281.03
CAC VRA	896,499	144,010	3,131	286.36
CACE VALLE SANTA CRUZ Y RIO TAMBO	884,866	132,825	2,888	306.45
CAC - CEBICAFEN	863,443	132,825	2,888	299.03
CAC SONOMORO	838,858	153,525	3,338	251.34
CACE ALTO PALOMAR	786,950	108,675	2,363	333.10
ASOC DE PRODUCT CAFETALEROS FRUTO DE SELVA HASOJEMO	784,896	117,576	2,556	307.08
"COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES CAPEMA"	707,054	114,885	2,498	283.10
ASOCIACION DE PRODUCTORES ORGANICOS DEL	655,240	96,600	2,100	312.02
AICASA EXPORT S.A.	560,739	112,720	2,450	228.83
CAC JOSE OLAYA	515,146	100,676	2,189	235.38
COMERCIAL LINARO EIRL	462,660	188,300	4,093	113.02
ECOLOGIC ORIGIN'S CHANCHAMAYO S.A.C.	400,421	56,920	1,237	323.60
ASOC DE PRODUCTORES CAFETAL DEL NOR ORIENTE SAN IGNACIO	376,286	56,925	1,238	304.07
CAC EL MILAGRO	342,514	56,925	1,238	276.78
AOSIACION DE PRODUCTOR DE CAFE SELVA SORITOR	323,054	53,268	1,158	278.98
CAC DE COMERCIALIZACION Y SERVICIOS DE LA SELVA CENTRAL	291,218	57,615	1,253	232.51
AGROINDUSTRIA SCHULER E.I.R.L.	245,933	37,950	825	298.10
PERUNOR SAC	222,101	35,535	773	287.51
ASOC DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS	221,329	34,500	750	295.11
E.S.S.C.P.E. S.A.C	190,950	27,154	590	323.48
COOPERATIVA AGRARIA DE CAFES ESPECIALES	178,065	28,497	620	287.43
CAC CAFÉ Y CACAO RIO NEGRO	158,964	37,950	825	192.68
NOCHE MICK INGOBERT	156,915	48,990	1,065	147.34
EXPO CAFE S.A.	156,750	37,950	825	190.00
ASOC DE PRODUCT DE CAFES ESPECIALES UNION PROGRESO	125,269	18,975	413	303.68
BOLLIGER SPONHOLZ EDWARD WALTER	123,750	18,975	413	300.00
AMAZONAS TRADING PERU S.A.C.	107,105	19,023	414	259.00
CORPORACION P & M PERU S.A.C.	98,691	18,975	413	239.25
SUSTAINABLE HARVEST AT ORIGIN LATIN AMERICA	96,633	18,975	413	234.26
NEGOCIOS INTERNACIONALES ECUAPECO SAC	96,600	34,570	752	128.54
MILBOR METAL S.A.C.	84,160	18,613	405	207.99
E & A INVERSIONES S.R.L.	82,795	17,526	381	217.31
EMPRESA DE PRODUCTOS AGRICOLAS INTERNACIONALES	76,066	31,694	689	110.40
OPERADORES COMERCIALES Y LOGISTICOS LIMA	70,172	35,086	763	92.00
ROCIO Y PASCAL DEILLON EIRL	20,257	2,070	45	450.16
AROMA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILI	13,875	2,405	52	265.34
PIZARRO RIVERA JUANA LUISA	3,122	358	8	401.12
ASOC.DE PROD.AGRARIOS AGRO CAFE	1,725	250	5	317.40
RAINFOREST HERBAL PRODUCTS SA	1,519	200	4	349.37
PERU BEAN SAC	1,182	379	8	143.30
JAPCHA ROJAS JOSEFINA	283	41	1	317.40
CAS VALLE DEL CUNAS LTDA	138	20	0	316.25
TOTAL	1,589,860,768	294,951,556	6,411,990	247.95

Fuente: Junta Nacional del Café (2012)

ANEXO 12: PAÍSES EXPORTADORES DE CAFÉ-2012

Orden	Exportadores	Indicadores comerciales								Número de empresas exportadoras disponibles en Trade Map
		Valor exportada en 2012 (miles de USD)	Saldo comercial 2012 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2012 TM	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2008-2012 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2008-2012 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2011-2012 (%)	Participación en las exportaciones mundiales (%)	
1	Mundo	23,433,150	-450,870	6,705,205	3,495	15	3	-11	100	'1806
2	Brasil	5,721,722	5,721,722	1,503,707	3,805	15	0	-28	24,4	
3	Viet Nam	3,379,551	3,361,394	1,476,902	2,288	15	10	20	14,4	
4	Colombia	1,909,680	1,737,943	395,459	4,829	6	-8	-27	8,1	
5	Honduras	1,405,750	1,405,675	317,581	4,426	31	12	11	6	
6	Indonesia	1,243,826	1,130,853	447,011	2,783	7	-5	20	5,3	
7	Etiopía	1,187,434	1,187,391	273,600	4,340	26	11	40	5,1	
8	Perú	1,008,459	1,006,314	262,562	3,841	21	7	-36	4,3	
9	Guatemala	958,107	958,033	226,704	4,226	15	1	-10	4,1	
10	Bélgica	745,395	-388,886	190,717	3,908	4	-8	-21	3,2	'29
11	Alemania	739,975	-3,156,301	209,488	3,532	20	9	-10	3,2	'52
12	México	661,086	645,487	142,492	4,639	25	6	16	2,8	'26
13	India	610,280	486,195	216,696	2,816	20	13	-10	2,6	'152
14	Nicaragua	509,398	506,674	116,428	4,375	21	6	19	2,2	
15	Costa Rica	412,607	405,391	86,014	4,797	10	-4	10	1,8	
16	Uganda	370,686	370,580	169,037	2,193	6	0	-19	1,6	
17	El Salvador	299,786	299,779	64,724	4,632	11	-4	-35	1,3	
18	Kenya	285,096	272,057	48,277	5,905	13	-3	-2	1,2	
19	Papua Nueva Guinea	279,832	279,729	64,162	4,361	15	0	-22	1,2	
20	China	214,091	86,339	59,069	3,624	39	24	27	0,9	'141
21	Côte d'Ivoire (Costa de Marfil)	194,961	194,893	79,674	2,447	3	0	27	0,8	
22	Estados Unidos de América	171,603	-5,360,063	47,179	3,637	24	20	-14	0,7	'19
23	República Unida de Tanzania	171,461	142,176	41,719	4,110	12	0	-19	0,7	
24	Camerún	95,273	95,272	39,143	2,434	10	6	-10	0,4	
25	Ecuador	74,475	67,505	27,968	2,663	39	27	-35	0,3	
26	República Democrática Popular Lao	73,289	73,289	21,630	3,388	28	11	-13	0,3	
27	Ruanda	70,449	69,996	18,907	3,726	7	-2	-7	0,3	
28	Burundi	67,486	67,485	21,982	3,070	19	8	-14	0,3	
29	Países Bajos (Holanda)	39,904	-294,302	10,168	3,924	68	53	9	0,2	'38
30	Italia	39,895	-1,626,943	11,648	3,425	14	15	12	0,2	'61
31	Reino Unido	31,707	-504,258	5,712	5,551	8	17	-5	0,1	'36
32	Guinea	26,858	26,854	11,645	2,306	12	6	-29	0,1	
33	España	26,745	-765,032	6,855	3,902	13	3	11	0,1	'57
34	Eur. Otros Nep	24,715	24,692	1,396	17,704	31	-12	5	0,1	
35	Eslovaquia	22,843	-16,287	907	25,185	32	-5	10	0,1	'11
36	Francia	20,549	-867,323	5,251	3,913	44	36	-21	0,1	'65
37	Panamá	19,110	18,750	2,941	6,498	0	-15	7	0,1	
38	Jamaica	19,101	16,957	968	19,732	-15	-14	-9	0,1	
39	Canadá	18,912	-653,648	3,566	5,303	29	2	-22	0,1	'4
40	Bolivia	18,583	18,582	3,889	4,778	12	-1	-29	0,1	
41	Bulgaria	16,672	-59,250	3,281	5,081	194	237	436	0,1	'9
42	Singapur	16,668	-35,004	3,551	4,694	3	-2	-48	0,1	'40
	Otros	229,130		64,595						

Fuente: Trade Map

ANEXO 13: PAÍSES PRODUCTORES DE CAFÉ-2011

Orden	País	Producción TM	Porcentaje	Datos
1	Brasil	2,700,440	32.60%	
2	Viet Nam	1,167,900	14.10%	F
3	Indonesia	634,000	7.65%	
4	Colombia	468,120	5.65%	
5	Etiopía	370,569	4.47%	
6	Perú	313,647	3.79%	
7	India	302,000	3.65%	
8	Honduras	282,361	3.41%	
9	Guatemala	242,839	2.93%	
10	México	237,056	2.86%	
11	Uganda	191,371	2.31%	Im
12	Nicaragua	103,664	1.25%	Im
13	Côte d'Ivoire	102,523	1.24%	
14	Costa Rica	99,909	1.21%	
15	Filipinas	88,526	1.07%	
16	El Salvador	82,095	0.99%	
17	Camerún	70,000	0.84%	
18	Venezuela (República Bolivariana de)	69,138	0.83%	
19	República Unida de Tanzania	60,575	0.73%	M
20	Madagascar	52,813	0.64%	Im
21	Angola	48,533	0.59%	F
22	República Democrática Popular Lao	46,954	0.57%	
23	Tailandia	42,394	0.51%	
24	Papua Nueva Guinea	39,957	0.48%	Im
25	Kenya	36,260	0.44%	
26	Bolivia (Estado Plurinacional de)	33,555	0.41%	
27	Sierra Leona	33,478	0.40%	Im
28	República Democrática del Congo	33,371	0.40%	Im
29	China	32,460	0.39%	
30	Guinea	29,000	0.35%	
31	República Dominicana	27,296	0.33%	Im
32	Haití	24,922	0.30%	
33	Burundi	23,856	0.29%	
34	Ecuador	23,829	0.29%	Im
35	Rwanda	21,820	0.26%	
36	Yemen	20,000	0.24%	
37	Malasia	16,478	0.20%	

Continúa.../

38	Togo	12,500	0.15%	
39	Panamá	12,011	0.14%	
40	Jamaica	11,381	0.14%	
41	Cuba	8,688	0.10%	M
42	Zambia	8,659	0.10%	
43	Timor-Leste	8,320	0.10%	
44	Myanmar	7,400	0.09%	
45	República Centroafricana	6,000	0.07%	
46	Sri Lanka	5,320	0.06%	
47	Puerto Rico	4,486	0.05%	F
48	Guinea Ecuatorial	4,400	0.05%	
49	Malawi	4,015	0.05%	
50	Estados Unidos de América	3,760	0.05%	
51	Zimbabwe	2,797	0.03%	
52	Congo	2,725	0.03%	
53	Nigeria	2,450	0.03%	F
54	Ghana	1,300	0.02%	
55	Mozambique	1,275	0.02%	
56	Liberia	652	0.01%	
57	Nepal	402	0.00%	
58	Paraguay	370	0.00%	Im
59	Camboya	357	0.00%	
60	Dominica	225	0.00%	
61	San Vicente y las Granadinas	168	0.00%	
62	Guyana	168	0.00%	F
63	Gabón	167	0.00%	F
64	Comoras	129	0.00%	
65	Trinidad y Tabago	75	0.00%	Im
66	Belice	45	0.00%	
67	Santo Tomé y Príncipe	36	0.00%	
68	Martinica	22	0.00%	
69	Nueva Caledonia	21	0.00%	
70	Polinesia Francesa	20	0.00%	
71	Fiji	18	0.00%	
72	Guadalupe	17	0.00%	
73	Tonga	15	0.00%	
74	Samoa	12	0.00%	
75	Vanuatu	11	0.00%	
76	Suriname	9	0.00%	
	Total	8,284,135	100.00%	

[] = Datos oficiales | A = Agregado, puede incluir datos oficiales, semi-oficiales o estimados | F = Estimación FAO | Im = Datos de FAO basados en una metodología de imputación | M = Datos no disponibles

Fuente: FAOSTAT
Elaboración propia