

Caracterización del circuito producción-consumo del café en la parroquia Guayzimi, cantón Nangaritza, provincia de Zamora Chinchipe

Characterization of the production-consumption circuit of coffee in the Guayzimi parish, Nangaritza canton, province of Zamora Chinchipe

Marlon Duvois Chamba-Morales^{a,*}, Jhuliana Katherine Belduma-Jaramillo^a, Edison Ramiro Vásquez^a

^a*Carrera de Ingeniería Agrícola. Universidad Nacional de Loja, Ciudadela Guillermo Falconi. Loja, Ecuador.*

Resumen

Con el objetivo de caracterizar el circuito de producción – consumo del café en la parroquia Guayzimi, cantón Nangaritza, provincia de Zamora Chinchipe, se recopiló información primaria a través de encuestas a productores, comerciantes y consumidores; información secundaria en bibliotecas, instituciones públicas y privadas. La oferta se obtuvo mediante sondeo a 83 caficultores distribuidos en 14 barrios. Para la demanda se identificó estratos de consumidor final (90), bodegas (13) y tiendas (11). Existen 121 familias productoras con 79,1 ha cultivadas y oferta productiva de 21,7 t/año, de las cuales 12,2 t son comercializadas; la oferta potencial de Guayzimi comercializada al 2021 será de 18,3 t/año. La demanda anual para el canton Nangaritza registra 11,4 t y la potencial provincial al 2021 de 31,1 t, el costo de producción tradicional es de 2.157,50 USD/ha y semitecnificado de 1.241,60 USD/ha. El precio promedio en los sectores demandantes de café en bola seca es de 83 USD/qq. En la comercialización intermedia el 55 % de mayoristas y 17 % de minoristas, responsables del incremento de las actividades en el proceso y adicionan costos a las operaciones logísticas de distribución; el 28 % de la producción se consume en finca. Las pérdidas poscosecha a nivel productor es 15 % y para el comerciante minorista y mayorista 6 %. El margen de utilidad neta para el café en oro registra el 9 % para los mayoristas locales y el 45 % los mayoristas exportadores.

Palabras claves: Café; Producción; Consumo; Precio; Márgenes; Comercialización.

Abstract

In order to characterize the production-consumption circuit of coffee in the Guayzimi parish, Nangaritza canton, province of Zamora Chinchipe, primary information was collected through surveys of producers, merchants and consumers; secondary information in libraries, public and private institutions. The offer was obtained through a survey of 83 coffee growers distributed in 14 neighborhoods. For the demand, strata of final consumer (90), warehouses (13) and stores (11) were identified. There are 121 producing families with 79.1 ha cultivated and productive supply of 21.7 t/year, of which 12.2 t are commercialized; the potential supply of Guayzimi marketed by 2021 will be 18.3 t/year. The annual demand for the Nangaritza canton registers 11.4 t and the provincial potential to 2021 of 31.1 t, the traditional production cost is of USD 2,157.50 ha and the technical limit of 1,241.60 USD/ha. The average price in the sectors that demand dry-bean coffee is 83 USD/qq. In intermediate marketing, 55 % of wholesalers and 17 % of minorities, responsible for increasing the activities in the process and adding costs to the distribution logistics operations; 28 % of the production is consumed on the farm. The post-harvest losses at the producer level is 15 % and for the retail and wholesale traders 6 %. The net profit margin for coffee in gold registered 9 % for local wholesalers and 45 % for exporting wholesalers.

Keywords: Coffee; Production; Consumption; Price; Margins; Marketing.

*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: marlon.chamba@unl.edu.ec (Marlon Duvois Chamba-Morales)

Recibido el 02 de octubre de 2018

Aceptado el 20 de diciembre de 2018

1. Introducción

El café, después del petróleo, es el producto comercial natural que mueven las mayores cifras en el mercado mundial, llegando a generar ingresos anuales superiores a los 15 mil millones de dólares para los países exportadores y genera ocupación directa e indirecta a poco más de 20 millones de personas (Pérez Temis et al., 2011).

Ecuador, debido a su ubicación geográfica, dispone de suelos apropiados para el cultivo de café; esto lo convierte en uno de los pocos países en el mundo que exporta en mayor cantidad las variedades arábigo y robusta, lo que lo ubica como uno de los mejores productores en América del Sur, con gran aceptación en el mercado europeo, al igual que el cacao. Existen 305.000 ha de tierras dedicadas al cultivo del café, con casi 200.000 ecuatorianos involucrados con el sector cafetalero que aporta cerca del 3% al Producto Interno Bruto (PRO-ECUADOR, 2015).

Según Espinoza (2014), en la Provincia de Zamora Chinchipe la producción, transformación y comercialización de café especial se ha convertido en el centro de su economía; los productores de forma asociativa manejan esta actividad. Los cantones de Palanda y Zumba, pertenecientes a esta provincia, son dos de los mejores territorios que producen café especial en el país. Según la COFENAC (2000), la región Amazónica aportaba en el año 2000 con el 27,37% de la producción, que corresponde a 74.590 ha, de las cuales la provincia de Zamora Chinchipe tiene una participación del 1,39% a nivel nacional, es decir, cuenta con 3.800 ha de café cultivadas con rendimientos promedios de 10 qq/ha, similares a la región Costa con un promedio de 12 qq/ha.

Sin embargo, a pesar de su importancia, la producción de café en la parroquia Guayzimi tiene limitaciones devenidas de un franco deterioro de los recursos naturales, producto de la presencia de enfermedades como la roya (*Hemileia vastatrix*) que exige cada vez más el uso de agroquímicos para su control, con el paulatino incremento de los costos y que no se recupera en el proceso de comercialización desventajosa y monopolizada por intermediarios organizados. A ello se suma un mercado desnivel tecnológico y organizativo, sobre todo en el proceso productivo e industrial, limitando en gran parte las relaciones socio-organizativas, técnicas y económicas entre los actores, que se traduce en un bajo poder de negociación y consecuentemente en un permanente deterioro de sus ingresos y de su calidad de vida (Armijos, 2010).

Bajo estas consideraciones, se planteó el objetivo de caracterizar el circuito de producción–consumo del café en la parroquia Guayzimi, cantón Nangaritza, provincia de Zamora Chinchipe, cuyos resultados económicos, técnicos y sociorganizativos en términos de oferta productiva, demanda, producción comercializada, canales de comercialización, precios y márgenes de comercialización, posibilitarán mejorar el poder de negociación, el conocimiento de mecanismos de formación de precios de mercado y las técnicas de comercialización.

2. Material y Métodos

La investigación se realizó de enero a diciembre de 2017 en la parroquia Guayzimi del cantón Nangaritza, ubicado al sur oriente de la provincia de Zamora Chinchipe, a una altitud de 2.000 m.s.n.m, en las coordenadas geográficas 4°02'54"S y 78°40'56"O, con una temperatura de 15 a 35°C. Su cabecera cantonal Guayzimi posee una superficie de 2.096 km² con una población de 5.196 habitantes. Limita al Norte con los cantones Paquisha y Centinela del Cóndor, al Sur con el cantón Palanda, al Este con el departamento de Amazonas, Perú, en la Cordillera del Cóndor, y al Oeste con el cantón Zamora en la cordillera de Tunantza. Está dividido política y administrativamente en tres parroquias, una urbana y dos rurales: Guayzimi, Zurmi y Nuevo Paraíso (GAD-Guayzimi, 2014).

Para el análisis de los costos de producción, costos y márgenes de comercialización y el Gran índice estacional de precios (GIE) se recurrió a información secundaria: documentos científico-técnicos especializados que comprenden reportes técnicos y económicos, tesis de grado, reportes de investigación del MAG, INEC, INIAP, Universidad Nacional y Universidad Técnica Particular de Loja. La información primaria se obtuvo de la investigación de campo a nivel de productores, centros de acopio, comerciantes y consumidores. Como técnica de investigación se utilizó el sondeo a productores, comerciantes y transportistas, para lo cual se diseñó un cuestionario en función de las variables relacionadas como la oferta, demanda, precios y poscosecha y se aplicó a cada individuo de la muestra en agosto y septiembre de 2017. El cálculo del tamaño de la muestra se sustentó en la fórmula de Scheaffer et al. (2006), que arrojó 83 para productores y 90 para consumidores; se aplicó la encuesta a todas las tiendas.

Para conocer la oferta y la demanda potencial se analizó información de la provincia de Zamora Chinchipe publicada por el SINAGAP (2017), relacionada con la producción de café en oro, series históricas (2014-2017) y consumo aparente calculado con base en la producción interna, consumo en finca, pérdidas y salidas del producto a otras localidades, datos proyectados al 2021 considerando la tasa de crecimiento poblacional y a su vez se correlacionaron con el segmento que será cubierto por el área de estudio.

Para el análisis de la comercialización, se identificaron las funciones físicas y de intercambio. Las primeras con indicadores de almacenamiento, clasificación, empaque, transporte y canales de distribución; y la segunda, con parámetros referidos a los sistemas de compra-venta, determinación de precios y tipos de mercado.

Para determinar la formación y comportamiento del precio de café se utilizó información del SINAGAP (2017) de la serie histórica de precios a nivel de mayorista y consumidor de café de Zamora Chinchipe con el cual se calculó el Gran índice estacional a través de los promedios móviles centrados (Scott et al., 1991). Los datos obtenidos de las encuestas se complementaron con conversatorios y entrevistas; posteriormente se registró en una base de datos y se elaboraron matrices para el análisis, interpretación y discusión.

3. Resultados

3.1. Aspectos sociorganizativos, económicos y productivos

3.1.1. Población productora

En la Tabla 1 se observan los 14 barrios de la parroquia Guayzimi, en los que se asientan 121 familias dedicadas a la actividad productiva cafetalera con una población de 537 personas, de las cuales el 51 % son hombres.

3.1.2. Nivel educativo y organizativo

El nivel educativo de los productores se manifiesta en el 49 % de educación básica, 30 % a la formación secundaria, 11 % no tienen ninguna formación académica y 5 % al nivel técnico y superior. El 9 % de los productores pertenecen a la Asociación de Pequeños Exportadores Agropecuarios Orgánicos “Valle de Nangaritz”, mientras que el 91 % restante no pertenecen a ninguna organización productiva.

En lo que se refiere al sexo, la mayor prevalencia la presentaron los machos con un 100 % y las hembras tuvieron una prevalencia de 98 % (figura 1).

3.1.3. Variedades de semilla

La siembra del café se realiza en cualquier mes del año, la producción empieza a los 18 meses y su desarrollo total a los 24 meses. Las variedades predominantes (Figura 1) son caturra (50 %) y criollo (39 %), y en menor porcentaje las variedades catuai (6 %), brasileño (4 %) y bracamozo (1 %).

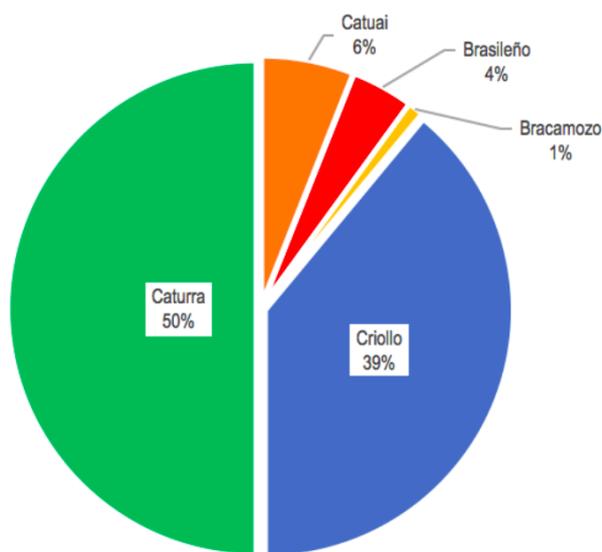


Figura 1: Variedades de café cultivadas en la parroquia Guayzimi, cantón Nangaritz noviembre 2016.

3.1.4. Cosecha, rendimiento y costos de producción

La cosecha de café se realiza con la técnica del “pipeteo”, en los periodos de marzo-julio (47 %), abril-agosto (31 %) y mayo-agosto (22 %), con un promedio de 10 qq/ha. Los costos de producción de café con enfoque tradicional ascienden a 2.157,50 USD/ha, mientras que para el semitecnificado el costo de producción asciende a 1.241,60 USD/ha (Tabla 2).

3.1.5. Oferta actual y producción comercializada de la parroquia Guayzimi

En la Tabla 3, para cada barrio de la parroquia Guayzimi se presenta la superficie cultivada, producción, pérdidas, consumo familiar y producción comercializada de café oro. La oferta actual es de 21,7 t/año en café oro, de la cual se comercializa 12,2 t (57 %).

3.1.6. Oferta del café en la provincia de Zamora Chinchipe

Los rendimientos de producción de café en el período 2011 a 2016 ha tenido un comportamiento variable de 0,2 a 0,3 t/ha a excepción del rendimiento de 0,7 t/ha en el 2015 (Figura 2).

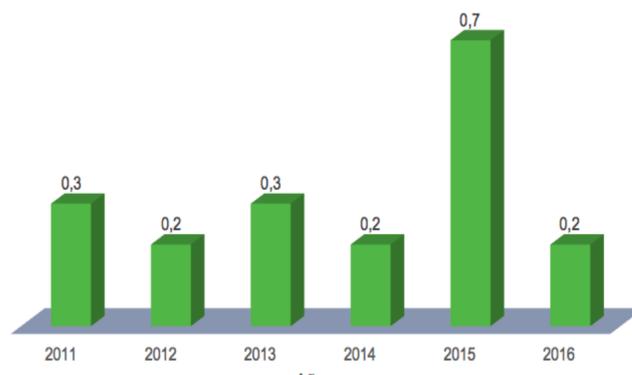


Figura 2: Rendimiento en t/ha de café oro en la provincia de Zamora Chinchipe.

3.1.7. Demanda actual de café en el cantón Nangaritz

En la Tabla 4 se observa el promedio anual demandado (11,4 t/año) equivalente al 50 % de la producción total del cantón, siendo las bodegas y el consumidor final, los de mayor consumo interno.

Los criterios de consumo para los estratos en estudio expresan hacerlo por costumbre (68 %), valor nutritivo (6 %) y un sector importante aduce no consumirlo (26 %). El precio promedio es de 83 USD/qq, la calidad del producto mayoritariamente lo consideran muy buena (58 %) y buena (21 %) los consumidores finales, y buena (18 %) las tiendas y bodegas.

3.1.8. Demanda de café en la provincia de Zamora Chinchipe

En el periodo analizado (Figura 3), se observa que el mayor consumo de café en la provincia de Zamora Chinchipe fue de 414,4 t en el 2011, posteriormente disminuye el consumo hasta 21,3 t en el 2016.

3.1.9. Demanda potencial de café en Zamora Chinchipe y el aporte de Guayzimi

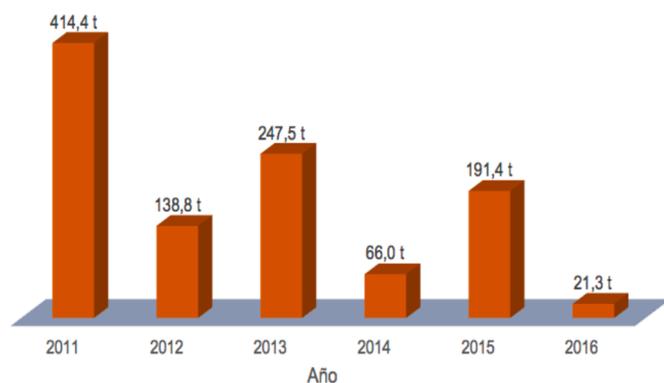
Los datos proyectados para el año 2021 dan cuenta que Guayzimi tributa con 18,3 t, (57 %) de la demanda potencial provincial, que registra 31,1 t (Figura 4).

Tabla 1: Número de familias productoras de café de la parroquia Guayzimi, cantón Nangaritza, noviembre 2016.

Barrios	Nº Familias	Nº Hombres	Nº Mujeres	Total
Reina del Cisne	15	31	24	55
Central	12	34	32	66
La floresta	13	28	23	51
Nuevos	12	22	27	48
26 de Noviembre	13	29	24	54
Pantaña	3	9	5	14
San José	19	26	32	57
Los Cedros	1	3	1	4
Las Brisas	15	40	30	70
San Francisco	4	15	19	34
Pachkius	3	11	8	19
San Ramón	7	17	24	41
San Rosa	3	6	10	17
Santa Rosa	1	3	5	8
Total	121	273	264	537
%	100	51	49	100

Tabla 2: Costos de producción y beneficios en fincas con manejo tradicional y semitecnificado en USD/ha de café de la parroquia Guayzimi, del catón Nangaritza, noviembre 2016.

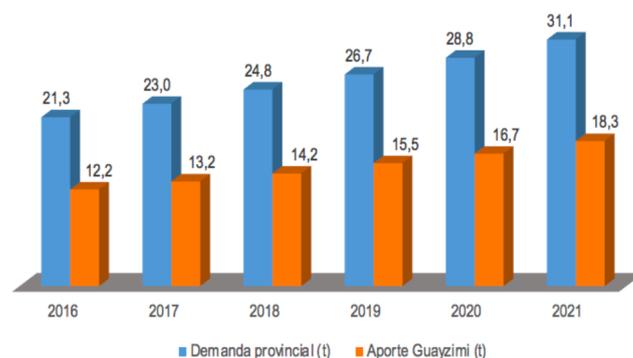
Costos y beneficios	Costo total (USD)	
	Tradicional	Semitecnificado
Costos de producción	2.265,38	1.303,68
Ingreso bruto	1.600,00	4.200,00
Ingreso neto	- 665,38	2.896,32
Relación beneficio/costo	0,71	3,22
Nivel de eficiencia	-0,29	2,22

**Figura 3:** Consumo de café oro en la provincia de Zamora Chinchipe.

3.2. Enfoque funcional de la comercialización

3.2.1. Beneficio del café

La comercialización del café se inicia con el acondicionamiento del grano a través de la eliminación de la corteza y secado del fruto, proceso conocido como beneficio del café; se observó dos técnicas, el beneficio por la vía húmeda (eliminación de la pulpa, lavado y secado del café pergamino) y el beneficio

**Figura 4:** Demanda potencial de café (t) en la provincia de Zamora Chinchipe y aporte de la parroquia Guayzimi.

por la vía seca (secado del fruto en cáscara, mediante la energía solar y eólica).

3.2.2. Envasado, selección y clasificación a nivel del productor y comerciante

Los agricultores guardan el producto seco en cereza seca en sacos de yute o de material sintético (77 %), fundas plásticas (12 %) y tanques plásticos (11 %). Los comerciantes mayoristas envasan el producto pilado en oro y pergamino en sacos de yute o material sintético (90 %) y fundas plásticas (10 %) de un quintal. El productor, comerciante mayorista y minorista seleccionan y clasifican el producto principalmente por peso, grado de humedad y daños físicos, cada agente con sus valores diferenciados (Figura 6).

3.2.3. Sistemas de compra-venta a nivel de productor y comerciante

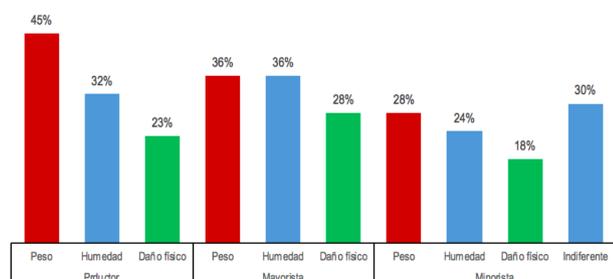
El sistema de compra en la comercialización del café es por inspección. El agricultor traslada el producto al mercado de Yanatza, feria libre de Guayzimi y mercado de Catamayo,

Tabla 3: Producción anual de café oro cultivado en la parroquia Guayzimi del cantón Nangaritza, noviembre 2016.

Barrios	Superficie, ha	Cantidad obtenida, t	Pérdidas, t	Consumo familiar, t	Producción comercializada café en oro, t
Reina del Cisne	2,7	0,47	0,07	0,13	0,28
Central	2,5	0,60	0,09	0,16	0,35
La floresta	1,1	0,43	0,07	0,12	0,25
Nuevos Horizontes	3,0	0,78	0,12	0,21	0,46
26 de Noviembre	6,0	0,99	0,15	0,26	0,58
Pantaña	3,5	0,38	0,06	0,10	0,22
San José	36,1	14,49	2,20	3,86	8,44
Los Cedros	3,8	0,52	0,08	0,14	0,30
Las Brisas	4,8	0,38	0,06	0,10	0,22
San Francisco	10,4	0,29	0,04	0,25	0,00
Pachkuis	0,5	0,03	0,00	0,03	0,00
San Ramón	0,6	0,09	0,01	0,07	0,00
San Rosa	0,2	0,28	0,04	0,24	0,00
Santa Rosa	3,8	1,96	0,29	0,52	1,14
Total	79,1	21,7	3,3	6,2	12,2

Tabla 4: Consumo anual del café en el cantón Nangaritza, noviembre 2016.

Demandantes	Estratos	Consumo (t)
Demanda directa	Consumidor final	2,3
Demanda indirecta	Bodegas	7,8
	Tiendas	1,3
Total		11,4

**Figura 5:** Criterios de selección y clasificación del café para la compra y venta, en función del sector encuestado.

donde pacta el precio con los compradores intermediarios mayoristas, minoristas o consumidor.

3.2.4. Transporte

El costo de transporte de un saco de café en bola fresca o seca desde la finca hasta Guayzimi es 0,50 USD/saco; desde ahí hasta Yanzatza y Panguintza se realiza en camiones de mayor capacidad con un costo de 1,5 USD/saco cuando las cantidades son pequeñas utilizan el bus de transporte de pasajeros con valor de 0,75 USD/saco.

3.2.5. Pérdidas Poscosecha

Las pérdidas a nivel de los caficultores de la parroquia Guayzimi alcanzan el 15 % debido a la precaria tecnología de co-

secha, sin el cuidado requerido de recolección y selección del fruto cosechado, que repercuten en la calidad del producto. Para los comerciantes mayoristas y minoristas las pérdidas bordean el 6 %, derivada de la manipulación impropia, tipos de empaque, selección y clasificación y transporte inadecuado.

3.3. Enfoque institucional de la comercialización

3.3.1. Canales de comercialización

En la parroquia Guayzimi, el mayorista se encarga de distribuir el 55 % de la producción a los cantones de Yanzatza (32 %) y Centinela del Cóndor (18 %), específicamente a las empresas exportadoras AROMAZ y APEOSAE, de la provincia de Zamora Chinchipe, y a la Planta procesadora de café de Catamayo (5 %), de la provincia de Loja. El minorista de Guayzimi distribuye el 17 % del café a los barrios San José (14 %) y Santa Rosa (3 %). Y el 28 % lo consumen en la finca (Figura 6).

3.3.2. Costos y márgenes de comercialización

El 9 % de utilidad corresponde a los mayoristas locales y el 45 % a los mayoristas exportadores, denotando incremento de ingresos a la intermediación (Tabla 5).

3.3.3. Precios al productor de café en el Ecuador

Según las fuentes consultadas se registra fluctuaciones de precios de café pagados al productor bastante significativo durante el período 2014-2017; a partir de enero, la curva de precios desciende estrepitosamente hasta febrero, manteniéndose con ligeros incrementos hasta abril (Figura 7); desde mayo empieza un ligero ascenso y se mantiene hasta agosto para descender hasta septiembre, luego empieza un incremento sostenido hasta enero.

3.3.4. Gran índice estacional de precios-GIE

El valor más alto se registra en enero (112 %), precio promedio observado que asciende a 12 % con respecto al promedio anual. El índice más bajo corresponde a febrero y abril con

Tabla 5: Costos y márgenes de comercialización de un quintal de café oro en la parroquia Guayzimi del cantón Nangaritza.

Niveles de intermediación	Concepto	Compra - venta USD	Precio al consumidor, %
Precio al productor		90	26
Precio mayorista-		90	26
Costos	Sacos	0,25	
	Acondicionamiento	0,5	
	Carga y descarga	0,5	
	Transporte	0,75	
	Perdidas	5,3	
	Total	7,3	
Margen		32,7	9
Precio al mayorista		130	
Margen	Sacos	0,25	
	Acondicionamiento	0,5	
	Carga y descarga	0,5	
	Perdidas por humedad	26	
	Perdidas Selección y	32,5	
	Transporte	2,5	
	Total	62,25	
Margen		157,8	45
Precio mercado		350	100

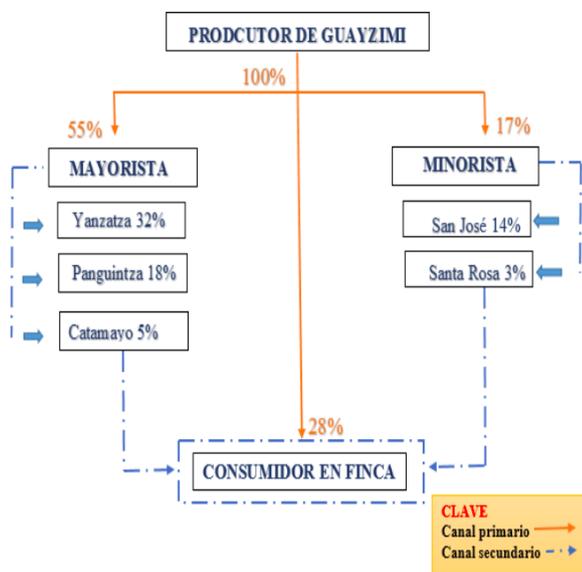


Figura 6: Canal de comercialización a nivel de la parroquia Guayzimi.

93 %, lo que significa que el precio en el mercado ecuatoriano disminuye en 7 % en relación al promedio anual (Figura 8).

4. Discusión

Guayzimi registra una población cafetalera de 121 familias, con 537 personas que equivale al 50 % del total de cantón Nangaritza (1.046) dedicadas al sector agropecuario y que marca la importancia que representa el sector primario en la dinamización de la economía local, tal como lo corrobora INEC (2010). Se trata de una actividad eminentemente familiar, en estado pre-



Figura 7: Evolución mensual de los precios al productor de café en el Ecuador (USD).

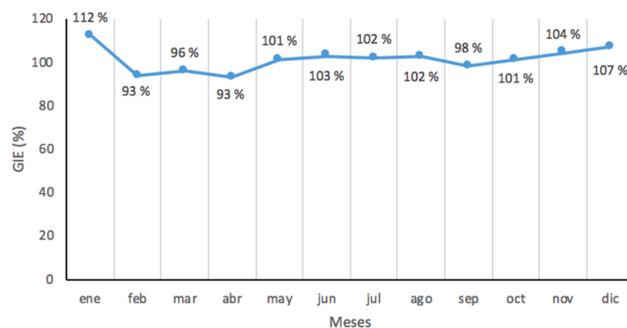


Figura 8: Gran índice estacional de precios al por mayor de café en la provincia de Zamora Chinchipe, periodo 2014-2016.

cario de bajo rendimiento y rentabilidad, desorganizado y bajo nivel educativo que visualiza la inexistencia de un proceso de desarrollo sostenido y de largo aliento. La FAO (2010) manifiesta que la educación básica es crucial en el desarrollo humano

y es un derecho de las personas, y “... la base de cualquier otra iniciativa de desarrollo de los recursos humanos en la agricultura encaminada a mejorar la producción agrícola y por ende, a incrementar los ingresos y el bienestar”, limitante actual que dificulta la posibilidad de implementar procesos productivos que favorezcan la economía, acumulación de capital a nivel local y consecuentemente el incremento de la calidad de vida de los caficultores.

La estructura del mercado en el 2016 estaba compuesta por una oferta productiva de 21,7 t, de la cual se comercializaban el 57 % de café oro (12,2 t) y que representaba el 30 % de aporte de Guayzimi a la producción a nivel provincial (41 t). Por su parte, la demanda alcanzaba 11,4 t/año equivalente al 50 % de la producción total del cantón Nangaritza (22,96 t/año) y al 28 % a nivel de provincia, siendo las bodegas (7,8 t), y el consumidor final (2,3 t), los mayores demandantes. El precio consignado se refleja en los gustos, necesidades, preferencias, ingresos y calidad del producto de los demandantes; ello explica que los consumidores de la zona tengan un comportamiento complejo y cambiante, en muchos casos con preferencias en productos procesados propios de la posmodernidad, situación que corrobora Cardona y Cruz (2013): “la posmodernidad como modo de pensamiento permea las prácticas de compra y consumo de la sociedad. . . orientado a lo novedoso, al culto por el desarrollo personal y al bienestar. . .”.

Para los productores, la comercialización es el cuello de botella debido a su cultura productiva que obedece a la tradición, conocimiento del cultivo, precios buenos en cosechas pasadas, carencia de tecnología de posproducción, entre otros, lo que refleja una escasa visión a largo plazo que permita el acceso a nuevos nichos de mercado con precios significativos en la compra-venta, situación que requiere de medidas técnicas necesarias para optimizar el proceso de beneficio del café, eslabón donde las pérdidas poscosecha son más significativas. El método que mayormente utilizan es el beneficio por vía seca (85 %), situación similar ocurre con la producción de Brasil, Etiopía, Haití, Paraguay e India, países donde se utiliza el método de vía seca en un 90 % (ICO, 2012).

Las funciones de acopio, selección, clasificación y comercialización son de tipo precario y rústico; los recipientes utilizados son sacos de yute o material sintético, fundas plásticas y en algunos casos tanques plásticos, funcionales a la necesidad; se prioriza el peso, contenido de humedad y daños físicos, para la selección y clasificación del producto con sus diferencias marcadas para mayoristas y minoristas. El contenido de humedad para la venta a nivel del productor oscila entre 13-15 % y se realiza por sentido común a través de masticar el fruto, dato que no concuerda con el óptimo investigado por Oliveros et al. (2014), que indican que el rango de humedad está entre 10- 12 % el cual garantiza un producto estable, conserva la calidad física, organoléptica e inocuidad por amplios períodos en las condiciones naturales de almacenamiento de las bodegas.

El transporte, por su parte, no reúne las condiciones idóneas de traslado del producto, a parte que no se respetan las normas de manipulación, contribuyendo a pérdidas físicas y económicas de los productores y comerciantes, por lo que hay que valorar su importancia como lo ratifica IICA/PRODAR (1999) para

“... evitar el daño mecánico producido por golpes, vibraciones o cambios de temperatura, que pueden producir condensación de humedad. . . Los vehículos de transporte, al momento de la carga deben estar totalmente limpios, desinfectados y secos”.

Este enfoque funcional de comercialización derivada de la manipulación inadecuada, tipos de embalaje, selección y clasificación y transporte inadecuado conlleva a pérdidas significativas para el productor (15 %) y comerciantes (6 %), aspectos que guardan relación con investigaciones realizadas en granos en México por Ramírez (2014), que sostiene que la mayoría de pequeños agricultores tienen inconvenientes durante la poscosecha, especialmente los de bajos recursos, quienes reportan pérdidas poscosecha que oscilan entre 10-40 % como consecuencia del manejo deficiente y la nula asistencia técnica, aun cuando se destina solo al autoconsumo. En este sentido, Rodríguez (1990) y Escalante (2009) reportan mermas desde un 25 % en granos almacenados por los productores, y proporciones mucho más altas en las regiones tropicales (50 %).

En consideración al enfoque institucional de la comercialización de café para Nangaritza, se observa un proceso de intermediación desventajoso, que por el hecho de poner el producto en el sitio de venta e inspeccionado a la vez, el productor está obligado a recibir el precio impuesto por los agentes comerciales. Yanzatza, Centinela del Cóndor en la provincia de Zamora Chinchipe y Catamayo en la provincia de Loja son los mercados cautivos donde los mayoristas distribuyen el 45 %, mientras que el 25 % es absorbido por los minorista que abastecen los mercados locales de las parroquias de Zurmi, Guayzimi y Nuevo Paraíso; un 30 % es consumido a nivel familiar. En lo que respecta al café producido en la parroquia Guayzimi, los mayoristas distribuyen el 55 % a los cantones de Yanzatza y Centinela del Cóndor, específicamente a las empresas exportadoras AROMAZ y APEOSAE, de la provincia de Zamora Chinchipe; y a la Planta procesadora de café de Catamayo en la provincia de Loja. El minorista de Guayzimi cierra el circuito con el 17 % a nivel interno en los barrios de San José y Santa Rosa (3 %); el 28 % se consume a nivel familiar.

Esta institucionalidad comercial disminuye los niveles de ingresos de los productores agrícolas, situación que se refleja en los márgenes de comercialización donde la mayoría de utilidades las llevan los mayoristas locales (9 %) y exportadores (45 %), resultados superiores a los registrados en la comercialización del maíz duro en el cantón Espíndola que muestra utilidades poco diferenciadas en los mayoristas (5 %) y minoristas (9 %) (Chamba et al., 2017), situación que, al comparar con los costos de producción en condiciones tradicionales, limita la acumulación de capital y reactivación de este sector. IDE sostiene la importancia de estudiar los márgenes porque a través de ellos se amortiguan los golpes, “bajando su margen cuando suben los precios a nivel de finca y aumentando su margen cuando los precios de la finca caen”.

Referente al precio, las estadísticas registradas por el SINAGAP (2017) muestran variabilidad de precios de café pagados al productor durante el periodo 2014-2017, con descensos estrepitosos a partir de enero y ligeros incrementos que se estabilizan de marzo a agosto, repuntando nuevamente en octubre, noviembre y diciembre, situación que se refleja en el GIE alcan-

zado en enero (112 %) como el más alto con 12 % superior al precio promedio anual, y el más bajo en febrero y abril (93 %) con 7 % por debajo del precio promedio anual.

Desde el punto de vista del consumo de café, las fluctuaciones de los precios afectan positiva y negativamente, pues se provee al pequeño agricultor de mayores ingresos y aumentan los gastos en productos derivados con mayor valor agregado, especialmente en el mercado mundial que viene experimentando variabilidad de los precios internacionales de las materias primas; así lo recalcan Arias Segura and Vargas Más (2010) para los principales productos agrícolas peruanos, “a partir del 2005 estos iniciaron un período de crecimiento que se prolongó hasta el primer semestre de 2008, fecha en que se observó una caída general de los precios debido, principalmente, a la crisis financiera internacional y sus consecuencias sobre los mercados”.

5. Conclusiones

Los resultados de este ejercicio exploratorio reflejan limitaciones que restringen el desarrollo económico de los productores de la parroquia Guayzimi; a pesar de ser diestros en prácticas culturales del café, las habilidades para manejar este circuito son insignificantes, lo cual no les deja ver las necesidades del mercado y obtener rentabilidad. Se observan restricciones especialmente en el eslabón productivo reflejado en los niveles de producción y productividad, vinculado a un proceso de comercialización inadecuado y completamente fraccionado, con racionalidades técnicas, económicas y sociales propias de una agricultura familiar campesina que subyace en un mercado no regulado, excluida de un sistema agroalimentario globalizado orientado a la agroindustria y a la agroexportación.

Referencias

Fundamentos de análisis de precios en los sistemas alimentarios en los países en vías de desarrollo. Quito, Ecuador.

- Arias Segura, J. and Vargas Más, C. (2010). La variación de precios y su impacto sobre los ingresos y el acceso a los alimentos de pequeños productores agrarios en el Perú. Technical report, IICA.
- Armijos, F. (2010). Cadena productiva de café orgánico y su importancia en el desarrollo rural. caso provincia de zamora chinchipe. Master's thesis, Universidad Nacional de Loja.
- Chamba, M., Cordero, F., and Vásquez, E. (2017). Implicaciones sociales, técnicas y económicas de la comercialización de zea mays I.(maíz) en el cantón espíndola, provincia de loja. *Bosques Latitud Cero*, 7(2).
- COFENAC (2000). *Situación del sector Cafetalero Ecuatoriano, Quito, Ecuador.*
- Escalante, S. (2009). *El Manejo de los granos básicos. Boletín ACERCA Región Peninsular.*
- FAO (2010). *Agricultura mundial hacia el año 2010. MUNDI-PRENSA, Madrid-España.*
- GAD-Guayzimi (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Nangaritza. GAD Guayzimi.*
- ICO (2012). *Procesamiento en el campo, método por vía seca, International Coffe Organization Londres.*
- IICA/PRODAR (1999). *Poscosecha y servicios de apoyo a la comercialización, Curso de gestión.*
- INEC (2010). *Censo de población y vivienda. Quito, Ecuador.*
- Oliveros, C., López, L., Buitrago, C. M., and Moreno, E. (2014). Determinación del contenido de humedad del café durante el secado en silos.
- PRO-ECUADOR (2015). *Producto Interno Bruto Agrícola. Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.*
- Pérez Temis, A., López, M., Vigil, M., and Sosa, M. (2011). Producción de café (coffea arabica L.): cultivo, beneficio, plagas y enfermedades. *Temas selectos de Ingeniería de alimentos*, 5(2):54–74.
- Ramírez (2014). La promoción de un buen manejo de poscosecha en el campo mexicano. *Revista ENLACE*, 5(18):15 – 17.
- Rodríguez, R. (1990). Perspectivas de la investigación entomológica de productos almacenados en la zona sur de México. In *XXV Congreso Nacional de Entomología, II Simposio Nacional, Entomología de productos almacenados. Perspectivas de la investigación en México. Ediciones Mexicanas de Postcosecha*, volume 2, pages 43–51.
- Scheaffer, R. L., Mendenhall, W., and Ott, L. (2006). *Elementos de muestreo. Editorial Paraninfo.*
- Scott, G. J., Herrera, J. E., and Guardia, R. Q. (1991). *Mercadeo agrícola: metodologías de investigación. Iica.*
- SINAGAP (2017). *Precios de Productos. Quito, Ecuador.*