

Caracterización de la comercialización de café orgánico, provincia Rodríguez de Mendoza, región Amazonas, Perú

Characterization of the commercialization of organic coffee, Rodríguez de Mendoza province, Amazonas region, Perú

Jonathan Alberto Campos Trigoso¹, Nelson Oswaldo Pajares Quevedo², Pablo Alfredo Rituay Trujillo³

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo caracterizar la comercialización del café orgánico en la Provincia de Rodríguez de Mendoza, región Amazonas, Perú. Se aplicaron un total de 171 encuestas a productores pertenecientes a las siguientes organizaciones, COOPARM (19.9%), APROCOYCE (24.6%), La Flor del Café (19.9%), Monte Verde (16.4%) y Aproexport (19.3%). Los datos se recopilaban a través de encuestas previamente diseñadas con preguntas cerradas. Los resultados mostraron que los pequeños productores asociados aún venden su producto a comerciantes y acopiadores, un 7.6% y 39.7% respectivamente, además existe una baja productividad, el 36.84% presenta un rendimiento menor a 10 quintales por hectárea, también se encontró que el 86.5% paga S/.30.00 soles por jornal. Los productores ocupan un 40.9% de la mano de obra local y un 12.28% de mano de obra foránea. Se concluye que el 50% de los encuestados no está de acuerdo con el precio recibido por el café orgánico.

Palabras clave: Cadena de valor, comercialización, café

ABSTRACT

The objective of this research was to characterize the commercialization of organic coffee in the Province of Rodríguez de Mendoza, Amazonas region, Peru. A total of 171 surveys were applied to producers belonging to the following organizations, COOPARM (19.9%), APROCOYCE (24.6%), La Flor del Café (19.9%), Monte Verde (16.4%) and Aproexport (19.3%). The data was collected through previously designed surveys with closed questions. The results showed that the small associated producers still sell their product to merchants and collectors, 7.6% and 39.7% respectively, in addition there is low productivity, 36.84% have a yield of less than 10 quintals per hectare, it was also found that 86.5% pay S/.30.00 soles per day. Producers occupy 40.9% of the local workforce and 12.28% of foreign workforce. It is concluded that 50% of the respondents do not agree with the price received for organic coffee.

Keywords: Value chain, commercialization, coffee

¹ Docente Auxiliar de la Facultad de Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Magister en Economía Agroalimentaria y del Medio Ambiente. Correo electrónico: joanthan.campos@untrm.edu.pe

² Docente Auxiliar de la Facultad de Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Ingeniero Zootecnista. Correo electrónico: nelson.pajares@untrm.edu.pe

³ Investigador en el Instituto de Investigación en Negocios Agropecuarios de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Ingeniero en Agronegocios. Correo electrónico: pablo.rituay@untrm.edu.pe

I. INTRODUCCIÓN

El café es el principal producto agrícola de exportación en el Perú, alcanzó en el año 2016, los US\$ 755 millones a un precio promedio de US\$ 3.16 el kilogramo, presentando un crecimiento del 25% en relación al año 2015. El Perú es el segundo país exportador de café orgánico, atendiendo a más de 44 países a nivel mundial. La producción se concentra en café arábico suave, en las variedades Catimor, Caturra, Typica, Nacional y Paches. Las principales zonas de producción en el Perú son Junín, Pasco, Cajamarca, San Martín, Cusco, Amazonas, Puno, Ayacucho y Huánuco. (Pérez-Mera, 2018).

El 85% del total de caficultores en el Perú son pequeños, dirigen entre 1 y 5 hectáreas y sólo el 30% de estos pertenecen a federaciones, asociaciones o cooperativas. Esto explica en parte por qué la mayoría presenta serias dificultades para acceder a diversos bienes y servicios agrarios mostrando una escasa capacidad para hacer frente a desafíos de distinta índole como los derivados del cambio climático, del ataque de plagas, de la presencia de nuevos competidores en un mercado global más interconectado, entre otros. (MINAGRI, 2018; Aguirre, 2015).

El café en el Perú es cultivado mayormente bajo sombra de diversas especies de árboles, esto es, bajo sistemas agroforestales. Diversos estudios señalan que estos sistemas de producción, manejados de forma adecuada, resultan en alternativas eficientes para el uso del suelo, optimizan los efectos benéficos de aquellas interacciones que se presentan entre los componentes arbóreos y el café, maximizando el rendimiento total del área destinada al cultivo de café, reduciendo el uso de agroquímicos, restringiendo la contaminación de los recursos de agua, suelo y de la biodiversidad (Altieri y Nicholls, 2002). Es así que, la caficultura orgánica justifica por sus condiciones ecológicas y socioeconómicas su viabilidad para los agroecosistemas cafetaleros y de productores, si se busca alcanzar la sustentabilidad en el largo plazo (Boyce et al., 1993; Sosa et al., 2004; Borin y Pimentel, 2003).

En la provincia de Rodríguez de Mendoza, región Amazonas, el cultivo del café es la actividad agrícola más importante, posee microclimas y suelos óptimos para la producción. Cuenta con una cooperativa, tres acopiadoras y cinco asociaciones, que realizan el proceso productivo para la comercialización internacional. (Peña y Usquiano, 2018). Describir y analizar la comercialización de café orgánico constituye una preocupación permanente de los investigadores y los actores mencionados.

El principal problema al que se enfrentan los productores es la dificultad para comercializar adecuadamente el café orgánico de la provincia de Rodríguez de Mendoza.

También es importante mencionar que la producción del café orgánico se ha visto afectada en los últimos años principalmente por el cambio climático, la aparición de nuevas plagas y por la carencia en recursos tecnológicos e infraestructura que asegure su competitividad.

II. MATERIAL Y MÉTODO

La investigación se realizó en la provincia de Rodríguez de Mendoza en la región Amazonas, Perú. Se inició 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 y delimitando las características del grupo de elementos estudiados.

Para analizar la comercialización de café orgánico se tuvo como instrumento de recolección de información a una encuesta. Se aplicaron 171 encuestas a profesionales, productores y comerciantes de café orgánico en la provincia de Rodríguez de Mendoza.

III. RESULTADOS

Tabla 1

Dificultad que enfrenta en la producción de café.

Dificultad	n	%
Bajo precio del producto	17	9.94%
Carencia de mano de obra	116	67.84%
Exceso de plagas	23	13.45%
Transporte	15	8.77%
Total	171	100.0

En la Tabla 1 se aprecia que del 100% de encuestados el 67.84% considera como una dificultad para el cultivo de café la carencia de Mano de Obra, seguido del exceso de plagas (13.45%), Bajo precio del café orgánico (9.94%) y Transporte (8.77%).

Figura 1

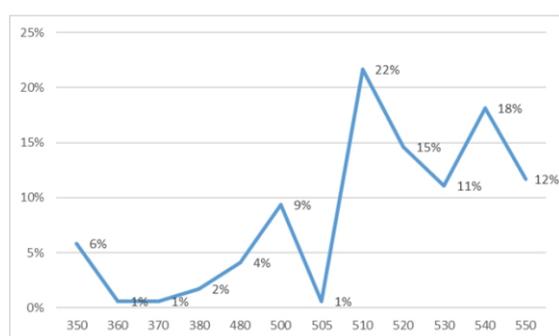
Producción de café orgánico quintales por hectárea: periodo 2015-2019.



En la figura 1 se observa en cuanto a la producción de café orgánico durante el último quinquenio encontramos que a partir del año 2017 el 38.6% de los encuestados aseguran producir entre 15,1 y 20 quintales de café por hectárea, alcanzando al 43.8% de los encuestados para el año 2019. Destaca también que el 10.53% de los encuestados asegura producir entre 20,1 y 25 quintales de café por hectárea, muy superior a los 15 qq producidos en promedio en el país.

Figura 2

Precio en soles (S/.) por quintal de café orgánico durante última campaña.



En la figura 2 se muestra que del 100% de encuestados el 79% de ellos obtuvieron un precio mayor o igual a S/. 510.00, siendo un 6% el que reporta haber obtenido S/.350.00 por quintal durante la última campaña.

Tabla 2

Compradores de café a pequeños productores.

Comprador	n	%
Cooperativas	90	52.63%
Acopiadores	68	39.77%
Comerciantes	13	7.60%
Total	171	100

Apreciamos en la tabla 2, que los pequeños productores venden su producto a Comerciantes (7.60%), Acopiadores (39.77%) y cooperativas (52.33), esto explica en parte la variabilidad de precios por quintal que perciben los pequeños agricultores, es necesario recordar que todos los encuestados son socios de alguna organización.

IV. DISCUSIÓN

La comercialización del café orgánico en la provincia de Rodríguez de Mendoza se caracteriza por la participación de intermediarios en la figura de comerciantes y acopiadores, los dos adquieren el

café pergamino de los pequeños productores generalmente “al barrer”, esto es, sin criterios de calidad y trazabilidad, y sin contraprestación adicional por la calidad del producto, trayendo como resultado la pérdida de identidad y origen de los granos; también, encontramos diversos canales de comercialización en los que, en su transporte hacia mercados nacionales e internacionales, intervienen agentes informales que distorsionan el sistema de comercialización. Lo anterior coincide con lo reportado por Labra (2018) quién afirma que la mayoría de los pequeños productores comercializan el café en pergamino y a través de rescatistas y acopiadores.

Las cooperativas agrarias en Rodríguez de Mendoza aseguran sinergias y un mejor precio para los pequeños productores de café orgánico, no solo por el acceso a una prima adicional por calidad y justiprecio, sino que además brindan asesoría y asistencia técnica para asegurar un mejor manejo del cultivo, maquinaria agrícola, producción posterior a la cosecha, transporte y generan una mayor capacidad de negociación y estrategias de comercialización efectivas que las que se lograrían de manera individual. Las cooperativas también vienen implementando programas de préstamos a productores, para invertir en mejoras de la calidad y rendimiento del cultivo. Lo anterior coincide con lo reportado por la Junta Nacional del Café – JNC (2020) que reconoce el triunfo del cooperativismo asegurando que es el principal promotor de la innovación y calidad de la caficultura peruana, logrando incluso el acceso de los cooperantes a economías de escala en los diversos servicios propios del cultivo, el cambio eficaz de las explotaciones familiares permitiendo también de la incursión en la producción de cafés especiales.

Según Willems (2017), el rendimiento por hectárea de cultivo de café a nivel nacional es bajo. Se han alcanzado picos de producción en los años 2006 y 2011, por encima de los 800 kg/ha, aunque el promedio nacional en los últimos años ha ido decreciendo hasta menos de 500 kg/ha, recuperándose la misma a partir del año 2015. En la misma línea el MINAGRI (2018) afirma que el rendimiento productivo promedio del café en el país alcanza los 15 quintales por hectárea, según Agraria (2015) uno de los más bajos en comparación con países vecinos como Colombia que alcanza los 30 quintales por hectárea. Según un estudio realizado por Xocium (2016), el punto de equilibrio es 39,4 qq/ha; a partir de 40 qq se lograrán ganancias. Lo anterior coincide con lo reportado en esta investigación, pues se tiene que el 50% de las fincas alcanza los 15 quintales de café, esto la sitúa dentro del promedio de producción nacional, además de que el 73% posee fincas con una extensión entre 1 y 5 hectáreas, y el 23% restante posee menos de una hectárea.

Según Rojas-Tuiz et al (2020) la productividad de la finca café depende de un grupo de variables, destacan el manejo agronómico en la finca, el control de plagas, el grado de instrucción del productor, entre otras, encontrando al respecto que la escasa capacidad técnica, severidad de plagas y la deforestación son causas que pueden explicar los bajos niveles de productividad. En este sentido converge con lo encontrado en esta investigación en cuanto a las dificultades que enfrenta durante la producción de café en la que se reporta que el 13.5% considera que el exceso de plagas dificulta el cultivo, seguida de carencia de mano de obra con un 67.9%. Además, se encontró que el limitado acceso a tecnologías, 86.5% considera que se utiliza un nivel bajo de tecnología en su finca, explica la baja productividad de la misma, coincidiendo con lo reportado por MINAGRI (2018) quien asegura que el limitado acceso a tecnología va acompañado de deforestación para la ampliación de la frontera agrícola en el cultivo de café.

Por último, según Willems (2017) en cuanto a los costos de producción hay diversas perspectivas de análisis, obedeciendo a los intereses que se quiera defender. El mayor porcentaje de inversión, entre 45% y 55% del costo total, está destinado a la contratación de mano de obra. Esto coincide con los resultados encontrados en esta investigación, 67.9% de los pequeños productores aseguran que la carencia de mano de obra es una dificultad en el cultivo de café, esto se reafirma con el costo que se paga por jornal, el 86.5% paga S/.30.00 soles y el 13.5% restante S/. 35.00 por jornal. Ocupando un 40.9% de Mano de obra local y un 12.28% de Mano de obra Foránea.

V. CONCLUSIONES

La comercialización del café orgánico en la provincia de Rodríguez de Mendoza, región Amazonas, Perú, presenta una notoria desconfianza en el modelo de comercialización existente, reflejándose en que, el productor que se encuentra organizado en asociaciones o cooperativas, aún venden su producto a terceros, comerciantes y acopiadores, en un 7.6% y 39.7% respectivamente, impactando negativamente en la institucionalidad de las organizaciones, limitando así su desarrollo y competitividad.

Aún existe una baja productividad, el 50% de los pequeños productores se encuentra dentro del promedio nacional de producción en quintales por hectárea, sin embargo se encontró que el 43.86% produce entre 15,1 y 20 quintales por hectárea, esto a pesar de que el 86.5% afirma tener un bajo nivel de tecnología aplicado en finca; sumado a una infraestructura deficiente, además que solo el 13% de los pequeños productores dispone de almacén para el café, y existe una ausencia de pagos e incentivos a la

calidad por parte de comerciantes y acopiadores.

Las familias productoras de café presentan deficiente acceso a los servicios básicos, tan solo el 4.7% de los productores alcanzó el nivel técnico o universitario, el 14.6% no cuenta con educación. También se encontró que no existe una infraestructura vial adecuada, el 47.95% no cuenta con acceso de carretera hasta su finca y el 63.74% demora más de 30 minutos en llegar hasta la carretera más cercana, esto obliga en muchos casos migrar y abandonar las áreas de cultivo.

La limitada o ausente oferta de productos y servicios financieros van en contra de la competitividad de la comercialización de café orgánico, el 49% de los pequeños productores accedieron a financiamiento en los últimos tres años, lo hicieron a través de micro financieras que ofrecen créditos con altas tasas de interés, son engorrosos de obtener y están desvinculados de la realidad del sector, obligando muchas veces a que el productor se traslade hasta la capital de provincia para acceder a los mismos, además la oferta carece de mecanismos financieros para instalar el cultivo, renovación y rehabilitación del mismo.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agraria.pe (2015). *Rendimiento productivo promedio del café en Perú es uno de los más bajos comparado con otros países*. Recuperado de: <https://agraria.pe/noticias/rendimientoproductivopromedio-del-café-en-peru-es-uno-de-l-22325>
- Aguirre, G. (2015). *Impacto económico financiero en los cafetaleros de la selva central del Perú por efecto de la influencia de las microfinancieras*. Tesis de Magister. Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Altieri, M., & Nicholls, C. I. (2002). *Sistema agroecológico rápido de evaluación de calidad de suelo y salud de cultivos en el agro ecosistema de café*. Berkeley, California.
- Borin, PO; Pimentel, DC. 2003. *Discussing ecological, economic and social sustainability of the Brazilian organic Coffee growers*. Thesis Ms. Sc. University and Research Centre, Wageningen, The Netherlands. 13 p
- Boyce, J; Fernández, A; Fürst, E; Segura, O. 1993. *Sustentabilidad de la producción cafetalera costarricense y conveniencia del café orgánico como alternativa*. Trabajo inédito elaborado para la Maestría en política

- económica para Centroamérica y el Caribe. Universidad Nacional, Heredia.
- Junta Nacional de Café (2020). *El Café del Perú*. Recuperado de: <https://juntadelcafe.org.pe/el-cafe-de-peru/>
- Labra Choquehuanca, C. (2018). *Plan de negocio para la comercialización de cafés peruanos a través de una plataforma online en lima metropolitana*.
- MINAGRI (2018). *Plan Nacional de Acción del Café Peruano 2018-2030*. Lima, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.minagri.gob.pe/xmlui/handle/MINAGRI/386>.
- Peña Davila, D. M., & Usquiano Kamt, R. (2018). *Estrategias de innovación agraria bajo la metodología cadena de valor: caso Cooperativa y Asociaciones Cafetaleras de Rodríguez de Mendoza*. Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2175/1/TL_Pe%c3%b1aDavilaDanny_UsquianoKamtReiko.pdf
- Pérez Mera, C. Y. (2018). *Proceso de certificación de café (Coffea arabica L.) orgánico en el Perú*. Recuperado de: <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/3140>.
- Rojas-Ruiz, R., Alvarado-Huamán, L., Borjas Ventura, R., Torres, E. C., CastroCepero, V., & Julca-Otiniano, A. (2020). *Caracterización de fincas productoras de café convencional y orgánico en el valle del Alto Mayo, región San Martín, Perú*. *Revista de Investigación e Innovación Agropecuaria y de Recursos Naturales*, 7(2), 100-111.
- Sosa, L; Escamilla, E; Díaz, S. (2004). *Organic coffee*. In Wintgens, J.N. *Coffee: growing, processing, sustainable production*. Wiley-UCH, Weinheim 339-354.
- Willems, C. D. (2017). *Línea de base del sector café en el Perú*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD. Lima: PNUD.
- XOCIUM Consultores (2016). *Informe de consultoría Análisis financiero de los costos de producción sobre una experiencia de 180 productores de café que han aplicado tecnologías productivas de baja emisión de gases de efecto invernadero en San Martín*. Trabajo realizado por encargo de Soluciones Prácticas y UNEP DTU Partnership, DTU Management Engineering – Technical University of Denmark.