

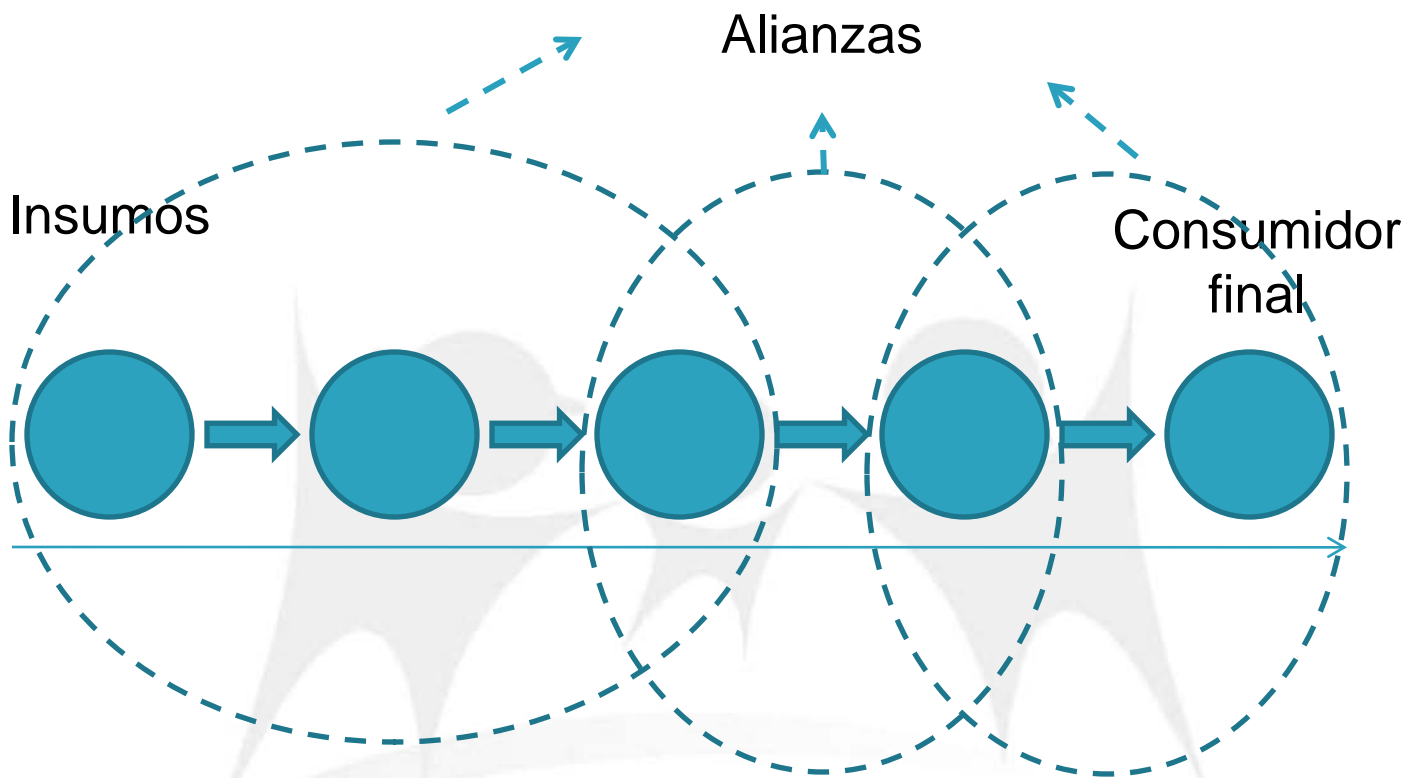
# "CADENAS DE VALOR AMIGABLES CON LA NATURALEZA, CAFÉ Y MIEL"

## Cadena de valor del café Amboró Factores Críticos de Mercado

2012







**MERCADO**

**DEMANDA**



# POR QUE CADENA DE VALOR

- Colaboración estratégica
- Flujo de información permanente
- Satisfacer objetivos específicos de mercado en el largo plazo.
- Para lograr beneficios mutuos



# OBJETIVO

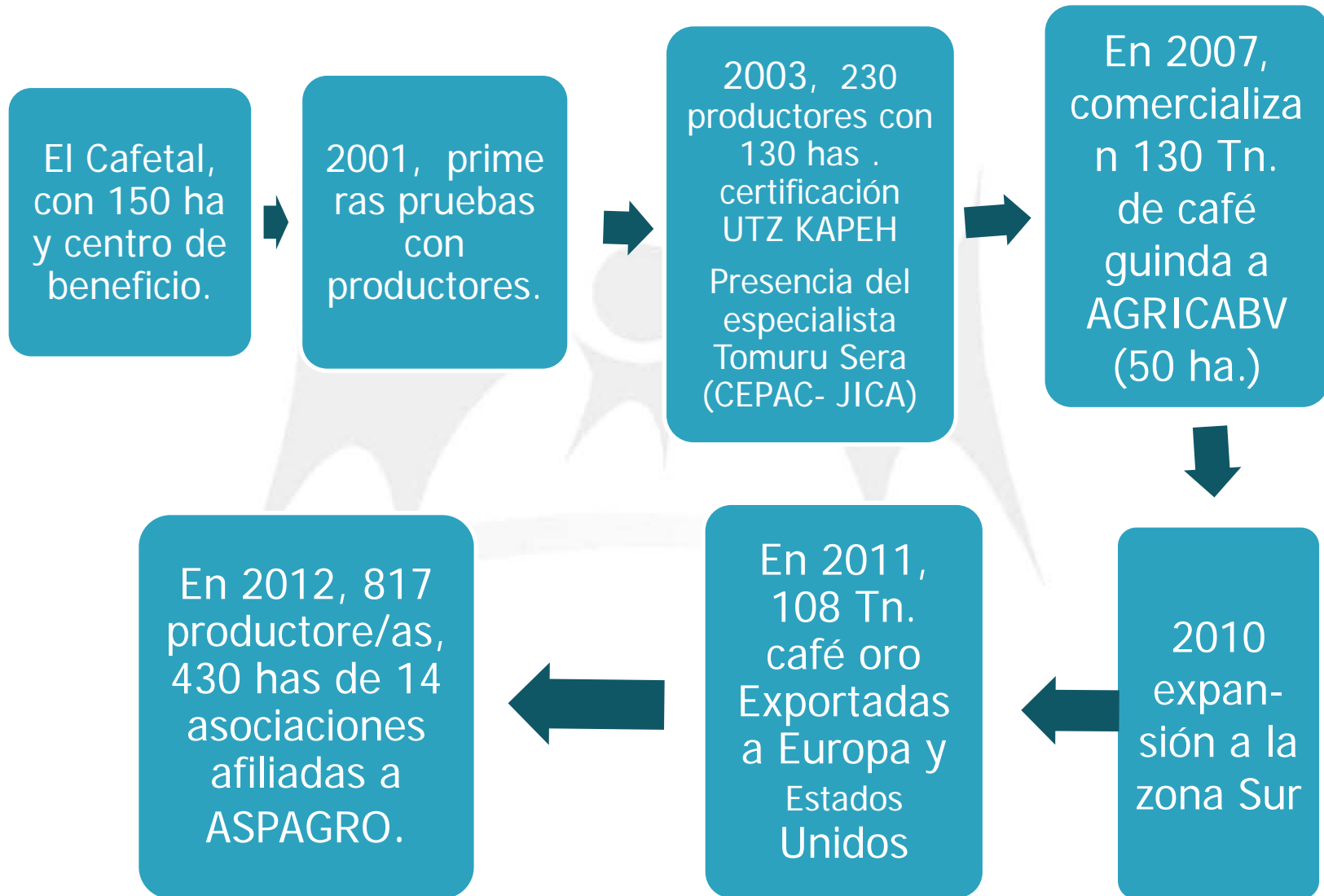
- Caracterizar la cadena de valor de café en la provincia Ichilo incluyendo enfoque de género, con la finalidad de generar información de valor para la toma de decisiones estratégicas de los actores involucrados en esta.



# ÁREA DE ACCIÓN



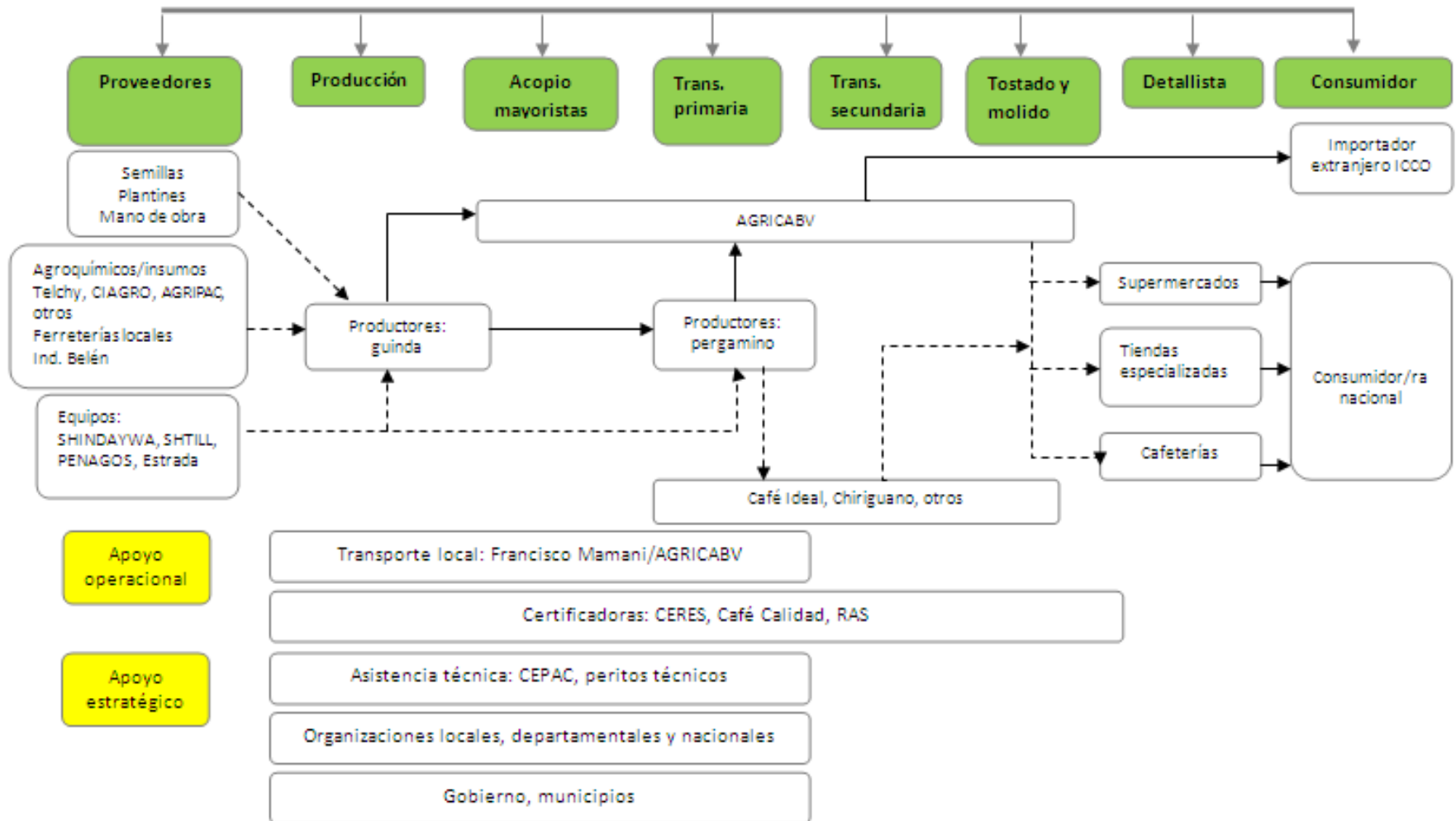
# UN POCO DE HISTORIA..



# MAPEO DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ







# ESLABÓN PROVEEDORES



	Rango
<b>Precio por plantín (Bs)</b>	1 a 1,5
<b>Costo de producción Bs/plantín</b>	0.8

Principalmente  
ZONA NORTE: APAMAY,  
APAEMCO; APASY  
ZONA SUR:  
El Torno  
Samaipata



# ESLABÓN PRODUCCIÓN

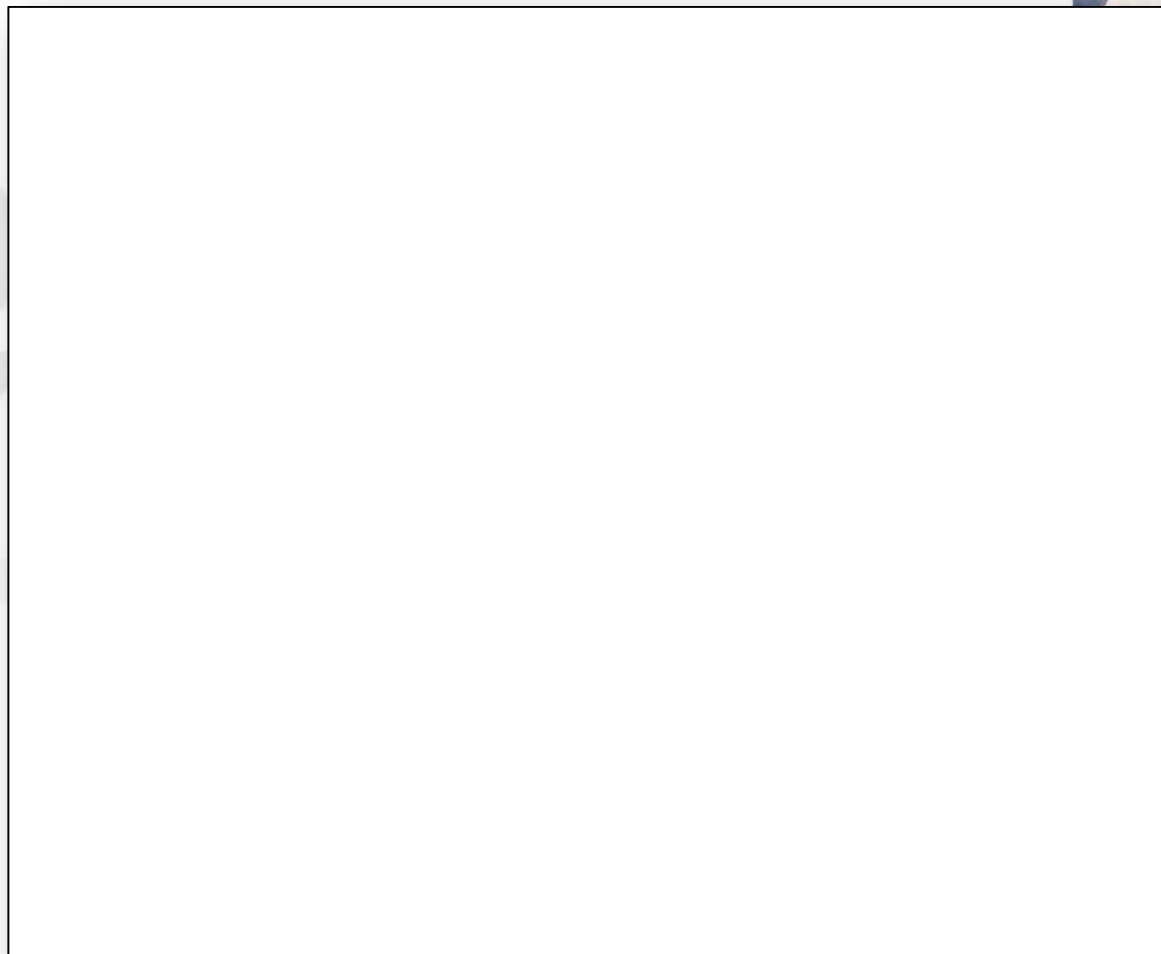


MUNICIPIO	ORGANIZACION
YAPACANI	APASY
	APAMAY
	APAEMCO
SAN CARLOS	APROASA
BUENA VISTA	APAFECH
	APAFECSA

**Familias involucradas:  
294; 250 ha.**

MUNICIPIO	ORGANIZACION
PORONGO	APROCAM
EL TORNO	ASOPAE
	ASPEPROM
	N. AMANECER
	FORTALEZA
SAMAIPATA	APROAF
MAIRANA	ASPARA
	APROCEV

**Familias involucradas:  
513; 180 ha**



# VENTAJAS COMPARATIVAS

## ZONA ALTA

- Samaipata
- Mairana

- 1300 a 2200 msnm
- Temperatura promedio anual de 19 °C.
- pp 1000 a 1500 mm
- **café especiales**

Calidad  
en todo el  
proceso

## ZONA MEDIA

- El torno
- Samaipata

- 600 a 1300 msnm
- Temperatura promedio anual de 21 °C.
- pp 1000 a 1600 mm
- **café de taza limpia a especial**

Calidad  
en todo el  
proceso

## ZONA BAJA

- Yapacani
- San Carlos
- Buenavista
- Porongo

- 300 a 600 msnm
- Temperatura promedio anual de 24,5 °C.
- pp 1500 a 1800 mm
- **Café de taza limpia**

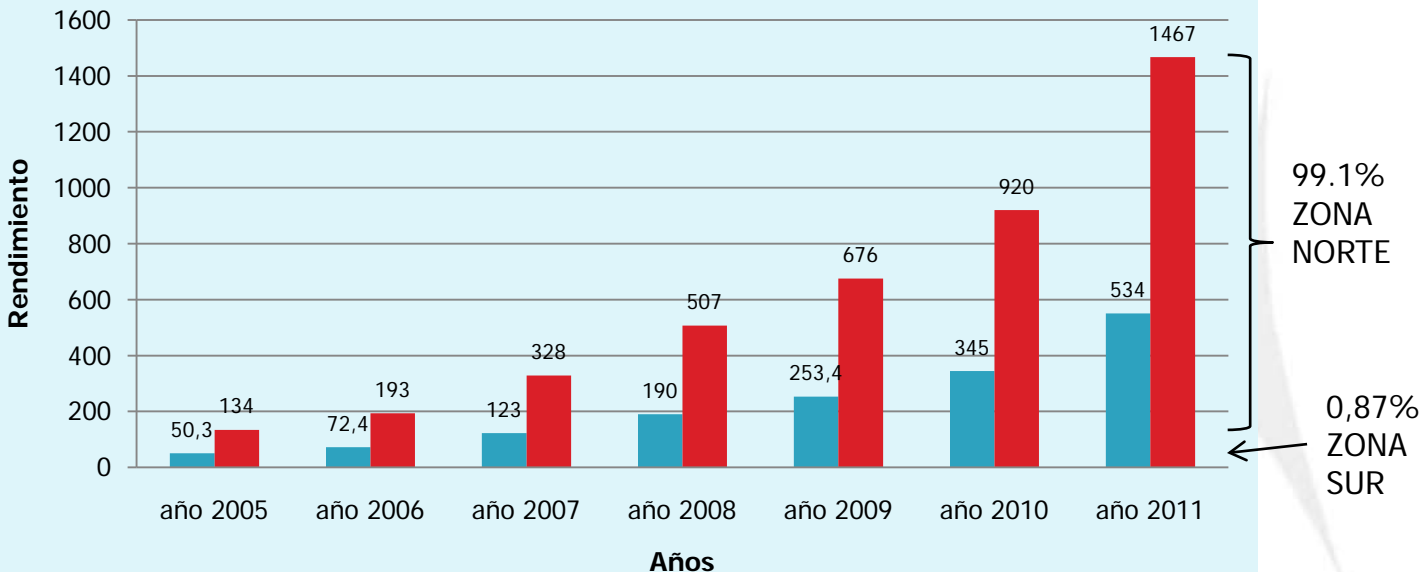
Calidad  
en todo el  
proceso



# ESLABÓN PRODUCCIÓN

## Productividad Café 2005 -2011

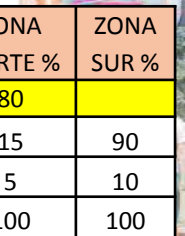
■ Tn. Café guinda ■ Sacos Oro 60 Kg



TIPO DE PRODUCCIÓN	ZONA NORTE %	ZONA SUR %
Guinda	80	
Pergamino	15	90
Otros	5	10
TOTAL	100	100

ZONA NORTE	TN GUINDA
YACACANI	192,8
SAN CARLOS	133,6
BUENAVISTA	202
TOTAL	528,8

Costos de producción		
TIPO	3er año Bs/kg	4to año Bs/kg
Solo café	3.91	2.59
Asociado	5.14	2.48



# ESLABON TRANSFORMACIÓN

## Prebeneficiado de Café

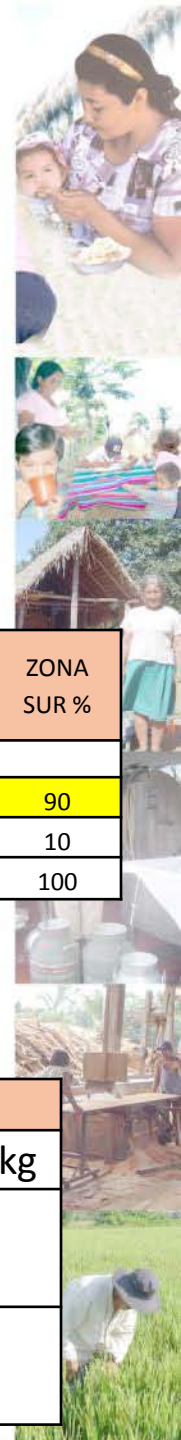


ZONA SUR	Kg PERGAMINO
PORONGO	0
EL TORNO	534
SAMAIPATA	488
MAIRANO	0
TOTAL	1022

TIPO DE PRODUCCIÓN	ZONA NORTE %	ZONA SUR %
Guinda	80	
Pergamino	15	90
Otros	5	10
TOTAL	100	100



Costos de transformación		
TIPO	3er año Bs/kg	4to año Bs/kg
Costo de transformación Bs/kg pergamino	8.50	4.55
Costo total incluido MP Bs/kg pergamino	26.26	13.91



# ESALBON MERCADEO PRECIOS INTERNACIONALES



Created with SuperCharts by Omega Research © 1997

	Marzo 2011	Marzo 2012	% de reducción
Bs/kg oro	40.2	27.04	33
Bs/kg guinda	6.83	4.6	



# PRECIOS INTERNACIONALES



	dato marzo 2011	Dato al 29/10/2012	% reducción
Bs/kg oro	40.2	24.4	39
Bs/kg guinda	6.83	4.16	





# MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN

## Café exportación 2011

**Productor**



**AGRICABV**



**Cliente**

Precio de Venta 3,7 Bs/kg guinda

Valor Agregado

Margen

57%

43,0%

6,49 Bs/kg guinda, si se vendió en  
septiembre 2011  
2,79 Bs/kg

43%



## Café exportación 2012

Precio de Venta 3,7 Bs/kg guinda

Valor Agregado

Margen

83%

17,0%

4,45 Bs/kg guinda, si se vende en  
septiembre 2012  
0,75 Bs/kg

17%

Precio de Venta 2,54 Bs/kg guinda

Valor Agregado

Margen

57%

43,0%

4,45 Bs/kg guinda, si se vende en  
septiembre 2012  
1,91 Bs/kg

43%

# ACUERDO DE PRECIOS

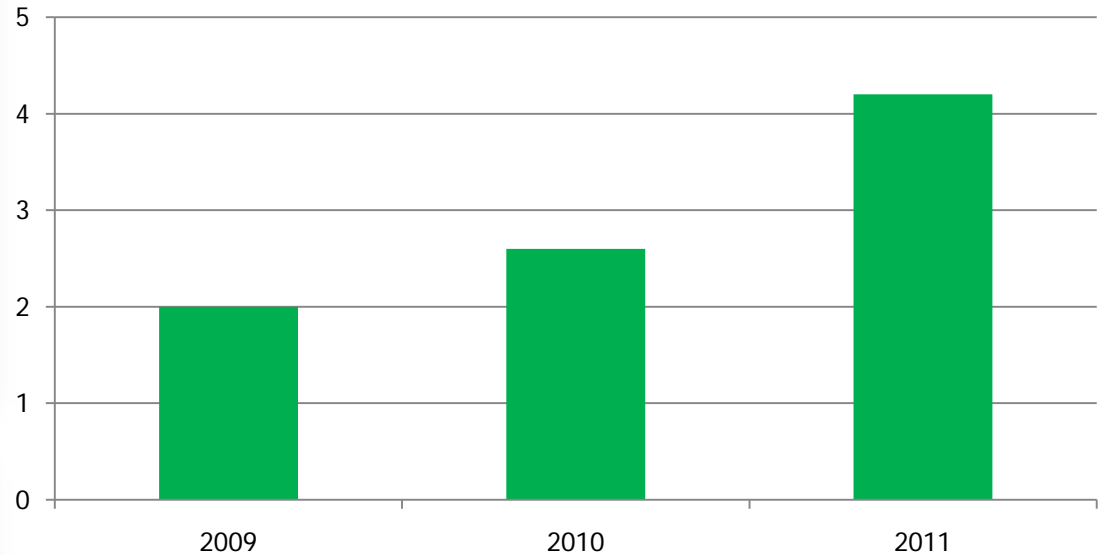
Descripción	2010 Precio Bs/kg	2011 Precio Bs/kg	2012 Precio Bs/kg
Orgánico guinda	2,5	4,1	3
UTZ guinda	2,4	3,9	
CONVENCIONAL guinda	2,3	3,7	2.64
PERGAMINO ORGANICO al 12% de humedad	12,5	20,5	16.13
PERGAMINO UTZ al 12% de humedad	12	19,5	
Pergamino convencional al 12% de humedad	11.5	18,5	15.15



# ESLABÓN DE COMERCIALIZACIÓN



## Contenedores exportados café de Santa Cruz



93%  
exportación  
7%  
mercado  
nacional



Café orgánico  
Café UTZ  
Café convencional



# ESLABÓN PROVEEDORES



Empresa	Certificación	Bs	No de productores	Costo unitario Bs/productor
Café Calidad	UTZ	27000	249	108
CERES	Orgánica	26000	167	156
RAS	RAS	45660	183	250



# SERVICIOS DE APOYO

## ALIANZA DEL BUEN CAFÉ

### • Estratégicos

Servicios empresariales

- CEPAC

Asistencia Técnica

- CEPAC
- Peritos/  
técnicos.
- Otras ONGs

Organizacional

- Asociaciones  
locales de  
cafetaleros.
- Asociación  
departamental

Gubernamental

- Apoyo  
gubernamental:  
PAR, municipios  
.



# ANALISIS SECTORIAL PRODUCCIÓN PRIMARIA

-Sin política sectorial.  
-Incidencia Baja, caso apoyo PAR.

-Otros cultivos.



Amenaza de  
Productos  
Substitutos

-Estructura Oligopolio  
-Líder AGRICABV  
-Producto no diferenciado  
-Poder de negociación alto.

**Políticas del  
Gobierno**

Rivalidad entre  
competidores

Poder de  
Negociación de los  
Compradores

-Estructura fragmentada  
-Poder de negociación bajo a nivel individual, medio a alto si están organizados.  
-Rivalidad baja, demanda mayor a la oferta.

Poder de  
Negociación de los  
Proveedores

-Estructura fragmentada, varias alternativas de aprovisionamiento  
-Poder de negociación bajo.

Amenaza de  
Nuevos  
Entrantes

-Barreras de ingreso media  
-Factor curva de experiencia  
-Inversiones

# FACTORES CRÍTICOS – ZONA NORTE 2011 - 2012

## Factores críticos de mercado

- Calidad
- Producto commodity
- Bajo volumen de producción

## Factor critico sector

- Bajo poder de negociación de los agricultores.



# LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS – ZONA NORTE 2011- 2012

Factor Crítico	Objetivo Estratégico
Calidad	Lograr sostenibilidad en la calidad, manteniendo los niveles de taza limpia.
Producto commodity	Mantener procesos de <b>diferenciación del café</b> (certificaciones) en la cadena de valor, fortaleciendo la alianza estratégica entre actores
Volumen	Crecimiento paulatino en la producción, incrementando los rendimientos y reduciendo costos. Incrementar la productividad de 294 has, de 10 a 15 sc-oro/ha (3643 a 5625 kg guinda/ha), aplicando innovaciones tecnológicas.
Poder de negociación de los productores	Fortalecer las organizaciones de primer nivel como organizadoras y articuladoras a oportunidades locales. Fortalecer la organización de segundo nivel como entidad negociadora en la cadena y articuladora a oportunidades a nivel departamental y nacional.





# FACTORES CRÍTICOS – ZONA SUR 2011 -2012

## Factores críticos de mercado

- Distancia al comprador (200 km.)
- Calidad /cafés especiales
- Limitada superficie cultivada

## Factor critico sector

- Poder de negociación de los agricultores.



# LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS

## – ZONA SUR 2011 - 2012

Factor Crítico	Objetivo Estratégico
Distancia al comprador	Apoyar las acciones para dar valor agregado al producto (pasar de guinda a pergamino)
Calidad	Consolidar las ventajas comparativas (altura) en <b>ventajas competitivas</b> , logrando la sostenibilidad en la calidad.
Volumen	Lograr sostenibilidad en la producción, incrementando los rendimientos y reduciendo costos.
Poder de negociación de los productores	Fortalecer las organizaciones de primer nivel con capacidad negociadora y articuladora a oportunidades a nivel departamental y nacional.





Gracias por su atención

