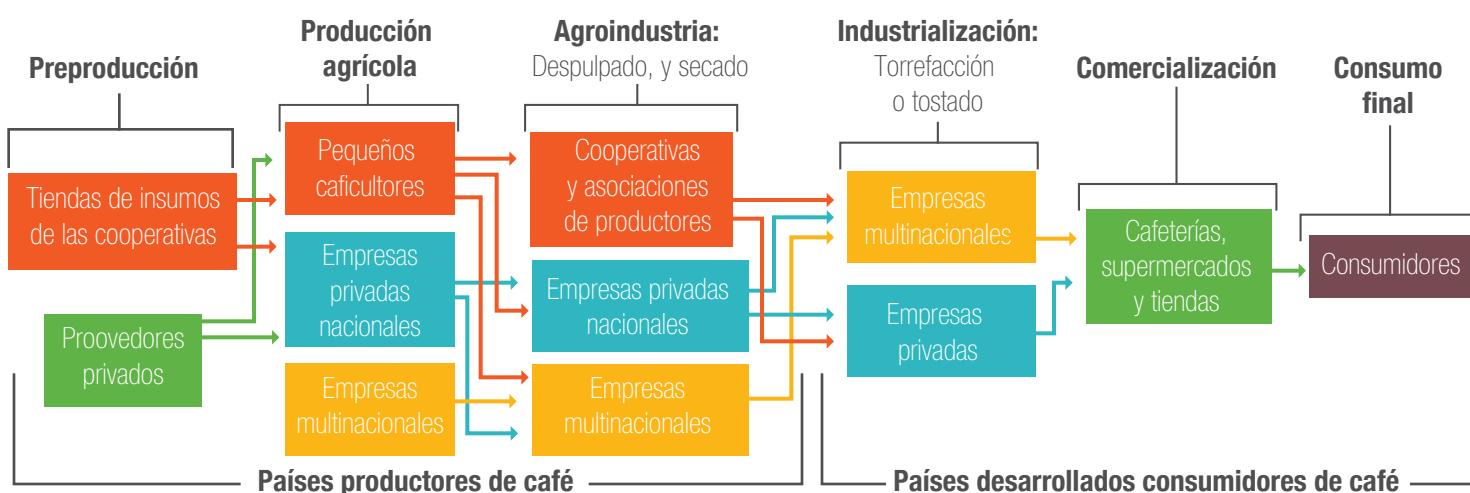


La cadena productiva del café en El Salvador y en Guatemala muestra que ambos países en desarrollo concentran sus estrategias productivas en el eslabón de la producción, el cual genera y se apropia de la menor cantidad de valor. Pese a la experiencia en la producción de café, la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES) tiene una menor apropiación del valor en comparación con empresas transnacionales y países importadores y consumidores en aquellos eslabones que generan mayor labor.

Cadena de valor del café en El Salvador y Guatemala



Los eslabones de la industrialización y la comercialización son los que más valor agregan y se caracterizan por una concentración del mercado con características oligopsónicas, controlado por unas cinco empresas que comercializan alrededor del 50% del café verde de exportación. Estas dinámicas, resultan en una participación prácticamente nula de las MIPyMES y los países productores en los eslabones postproducción.



Precio del café

En la década de 1970:
20% del precio minorista del café se quedaba en los productores y las productoras

Para 1990:
Se redujo al
13%

Entre 2010 y 2016:
Se mantuvo entre el
10% y el 17%

Los países productores pueden apropiarse entre
30% y 50% del valor del café procesado.

Indicador para la innovación

Se desarrolló un indicador compuesto por ocho dimensiones para determinar la capacidad de las MIPyMES caficultoras de aprovechar la innovación como herramienta para escalar hacia el eslabón de la comercialización. Las ocho dimensiones analizadas son:

Dimensión	Descripción
1 Acceso a mercados	Capacidad de la unidad productiva de vincularse con mercados internacionales
2 Aspectos legales	Regulaciones nacionales e internacionales y aspectos legales que condicionan la comercialización
3 Diversificación	Escalar hacia nuevos eslabones dentro de la cadena o encadenarse con otras industrias
4 Financiamiento y acceso a capital	Servicios y productos financieros para la producción, la innovación y la gestión de riesgos
5 Institucionalidad y asociatividad	Fortaleza de las instituciones de soporte y la estrategia fomento de la actividad cafetalera.
6 Producción	Prácticas productivas para asegurar la productividad, la sostenibilidad y la calidad del grano
7 Sostenibilidad y responsabilidad social	Estándares nacionales e internacionales para la producción y la comercialización
8 Tecnologías de la información y la comunicación	Aprovechamiento de la tecnología para la producción y la comercialización