

TÍTULO: *“Análisis de la cadena productiva de plátano para chifle en los cantones: Palanda, Chinchipe, Centinela del Cóndor, Yantzaza, El Pangui y Nangaritza; provincia de Zamora Chinchipe y Gualaquiza; provincia de Morona Santiago”.*

AUTORES: Ing. Estuardo E. López Q.
Ing. Juan Pablo Ochoa J.

APOYO: Equipo Técnico “APECAP”

INSTITUCIÓN: Fundación de Apoyo Comunitario y Social del Ecuador “FACES”
Asociación Agroartesanal de Productores Ecológicos de Palanda y Chinchipe “APECAP”.

LUGAR: Provincia de Zamora Chinchipe, Cantones: Palanda, Chinchipe, Centinela del Cóndor, Yantzaza, El Pangui y Nangaritza.
Provincia de Morona Santiago, Cantón Gualaquiza.

INTRODUCCIÓN.

El plátano por años se ha constituido en uno de los productos básicos de la dieta alimenticia de los países en vías de desarrollo, que junto con las raíces y tubérculos, aporta el 40% del total de la oferta de alimentos en términos de calorías, ubicándose cuarto lugar a nivel mundial, después del arroz, trigo y maíz. Además de ser considerado un producto básico y de exportación, la FAO lo ha catalogado como un producto generador de ingresos y empleo para las familias campesinas, permitiéndoles que su calidad de vida mejore.

El plátano es un cultivo que se adapta a cualquier tipo de terreno, pudiendo producir frutos todo el año, asegurándole continuos ingresos que permitan una mayor solvencia económica a todo productor, y más aún al pequeño agricultor.

Del plátano se puede extraer infinidad de subproductos como: el alcohol, harina, vino, vinagre, puré, almidón, rebanadas fritas y tostadas “chifles” y otros subproductos ricos en azúcares y proteínas. Además puede ser aprovechado como suplemento alimenticio de animales.

El área cultivada de banano y plátano en Ecuador se encuentran repartida en tres provincias principalmente: Guayas, Los Ríos y El Oro, y en las estribaciones de Cordillera de Los Andes en las provincias de Azuay, Bolívar, Cañar, Cotopaxi, Pichincha, y en menor grado en Manabí y Esmeraldas.

Dentro de las variedades que se cultivan en el Ecuador están: Barraganete Enano, Barraganete Común y Dominico Hartón, de los cuales los más comerciales son el Barraganete Común y el Dominico. El Dominico es apetecido en el mercado interno y el Barraganete en el mercado internacional. En la actualidad la región sur oriental del Ecuador específicamente los cantones

Palanda, Chinchipe, Centinela del Cóndor, Yantzaza, El Pangui, Nangaritza y Gualaquiza, vienen ofertando su producto asociativamente a través de nichos de mercado previamente identificados.

A decir de los cantones Palanda y Chinchipe, la producción obtenida era utilizada únicamente para el autoconsumo familiar, motivo por el cual no se encontraban zonas exclusivas de este cultivo. La diversificación de la producción ha hecho que los productores incorporen el cultivo de plátano en sus fincas para el aprovechamiento de la fruta, así como de su sombra para los cafetales.

En la actualidad se pueden identificar zonas exclusivas para la explotación del cultivo del plátano, especialmente en los cantones: Centinela del Cóndor, Yantzaza, El Pangui, Nangaritza y Gualaquiza plantaciones que van de 1 a 2 hectáreas de cultivo, cuyo manejo es semitecnificado, basando su producción de fruta fresca para el abastecimiento de los mercados nacionales y plátano procesado como “Chifle” para el mercado internacional.

En el Ecuador, el chifle de plátano, se ha constituido como uno de los productos autóctonos de mayor consumo, por ser una deliciosa y nutritiva hojuela (chip) provenientes de plátanos y/o bananos sanos cosechados cuidadosamente a mano, para posteriormente ser rebanados y dorados en aceites vegetales, cuyo origen es totalmente natural.

Su nombre se rige de acuerdo al país de consumo de este producto como por ejemplo: “*platánitos*”, “*chifles*”, “*chipilos*”, “*tostones*” o “*patacones*”, los chifles de plátano o banano pertenecen a la categoría de los “Snacks salados” y no debe ser confundido con los “Snacks deshidratados” los mismos que son hechos de banana cocida con aceite de coco y endulzados con miel.

OBJETIVOS.

Objetivo General.

Identificar la Cadena productiva del Plátano, que permita mejorar los ingresos económicos adicionales a las familias cafetaleras en los cantones Palanda, Chinchipe, vinculadas a la “APECAP” y Centinela del Cóndor, Yantzaza, El Pangui, Nangaritza y Gualaquiza vinculados a la “APEOSAE”.

Objetivo Específico.

Generar fuentes de empleo a hombres y mujeres socios/as de la “APECAP” y “APEOSAE”, que contribuyan a mejorar la calidad de vida de sus familias.

MODALIDAD DEL ESTUDIO:

El presente estudio parte de la necesidad de Identificar la Cadena productiva del Plátano, su alcance, así como los puntos críticos que frenan su competitividad, conduciéndonos a identificar estrategias concertadas con los

diversos actores involucrados en el desarrollo de la misma. Para el efecto, se procedió a llevar a cabo varias reuniones de trabajo con el equipo conformado por personal técnico de la Fundación Faces, así como el equipo de promotores con que cuenta la asociación "APECAP" y su Director local.

Una vez conformado el dicho equipo de trabajo, se procedió a socializar la metodología "RURALTER", que consiste en una Guía metodológica para el análisis de cadenas, logrando identificar a los actores directos e indirectos que intervendrían en el presente estudio.

Una vez identificados los actores, procedimos a la recopilación de la información a través de reuniones de trabajo, entrevistas, observación directa, así como también del Internet. Todo aporte recogido por los diversos actores siempre se enfocaron en el potencial de mercado que tendría el producto en estudio, sin descuidar la sucesión de operaciones que implican la producción, como lo es la transformación y la comercialización, enmarcados siempre dentro del contexto actual de globalización, competitividad e innovaciones tecnológicas, logrando de este modo mirar sistemicamente a todos los procesos productivos.

Los actores involucrados en el desarrollo de la cadena fueron: medianos y pequeños productores, promotores, técnicos, comerciantes minoristas, etc. (hombres y mujeres).

Dentro de las dificultades encontradas podemos mencionar la impuntualidad por parte de los actores involucrados, así como la falta de recursos para el desarrollo de los talleres, sumado a la disponibilidad de tiempo del equipo técnico por las actividades encomendadas, lo que hace que no se concluya con el estudio en mención.

Una de las potencialidades ha sido el clima, el cual favorece la producción, disponibilidad de nichos de mercado, acceso a los recursos naturales, apoyo de ONG's, creciente demanda de nuevos compradores.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA CADENA.

El Cultivo del Plátano a nivel Mundial.

Debido a las condiciones agroclimáticas, el cultivo del plátano está concentrado en África, América Latina y el Caribe con un total de 4.9 millones de hectáreas sembradas, con 31.0 millones de toneladas (1999), siendo las regiones de mayor producción África y América Latina con un 74.2% y 22.5% de la producción mundial respectivamente. Los países de mayor producción en el Continente Africano son: Uganda, Ruanda, Ghana y Nigeria y por América Latina Colombia y Perú.

Colombia aporta con una producción de 39.1%, mientras que el Perú aporta el 19.5% de su producción.

Consumo Mundial.

Se estima que el 1% es comercializado hacia los mercados internacionales, satisfaciendo la demanda de los consumidores de origen latino y en menor proporción, africano y el 99% restante es utilizado para el consumo interno de los países productores.

El 10% del plátano importado por los Estados Unidos es destinado para su procesamiento, cuyo consumo presenta tendencias crecientes. Actualmente se está insistiendo llegar al consumidor de origen anglosajón que constituye la mayoría de la población estadounidense, existiendo empresas como la Mariquita, Migrand Chips, Goya food y Chifles Chips, que cubren el 90% de este mercado.

En la actualidad los principales países que importan plátano hacia la Unión Europea son Holanda, Bélgica y España, que a la vez son reexportadores a los mercados de la Unión Europea, cuya demanda proviene de comunidades de origen latinoamericana, Caribeña o Africana, siendo sus mayores proveedores Colombia y Costa Rica.

Países Importadores.

Estados Unidos, Europa y Japón son los principales importadores de plátano ya que compran el 80% de las exportaciones. Estados Unidos solo importa de América Latina y el Caribe, de países como Colombia, Ecuador, Venezuela, Costa Rica, República Dominicana, Japón se abastece de las Islas Filipinas, China y Sudáfrica, mientras que la Unión Europea importa de sus antiguas colonias de América Latina y el Caribe.

Países Exportadores.

Colombia ocupa el primer lugar en las exportaciones de plátano hacia los Estados Unidos y la Unión Europea, con un crecimiento lento en términos de volumen. El Ecuador es el segundo país exportador, después de Colombia, que provee de plátano a los mercados internacionales, teniendo una baja en sus exportaciones hacia los Estados Unidos en los últimos 8 años, cuyo mayor descenso se registró entre los años 1992 y 1999. Por el contrario, las exportaciones a los mercados de la Unión Europea han registrado incrementos fuertes en los últimos años.

Venezuela, es el tercer país exportador de plátano hacia los Estados Unidos, logrando ir incrementando sus exportaciones paulatinamente, a tal punto que en 1999 logró igualar sus exportaciones al Ecuador. Si embargo, en el mercado europeo su participación ha disminuido, dando paso a que Colombia y Costa Rica ganen mayor posicionamiento.

Precios Internacionales.

En términos generales, en los últimos ocho años el precio del plátano en el mercado Estadounidense no ha tenido incrementos significativos, logrando reportes de precios que van desde USD 0.58/Kg en el caso de República Dominicana, Venezuela con USD 0.45/Kg, Colombia y Costa Rica con USD 0.39/Kg y por último Ecuador con USD 0.19/Kg.

En los mercados europeos, los precios son mayores, debido a los altos fletes y aranceles que hay que pagar por tratarse de un producto exótico en ese mercado.

SITUACIÓN NACIONAL DEL CULTIVO.

La producción bananera del país se remonta al año 1910 pero debido a que este era un producto de consumo eminentemente doméstico, su producción era realizada por pequeños agricultores que querían satisfacer el consumo de sus familias. Ya en los años 40, además de producirlo, Ecuador exportaba banano, aunque en pequeños volúmenes, inferiores a los del arroz, la exportación dominante de ese tiempo, inferior también a las de café, cacao, balsa, caucho, sombreros de Panamá, petróleo y oro.

Si se analiza la superficie de cultivos de banano solo y asociado, se puede visualizar múltiples diferencias. Al parecer, la dimensión sobre la superficie plantada, producida como cosechada tienen la misma proporción tanto para el cultivo sólo, como para el asociado. Sin embargo, si comparamos la producción en toneladas métricas, se observa una gran diferencia con respecto a la superficie.

Esto se lo comprueba mediante la relación existente del cultivo sólo y asociado para la superficie como su producción. El cultivo solo supera en un 185% aproximadamente al cultivo asociado. Sin embargo, la proporción observada para cada superficie (plantada, producida y cosechada) son similares. Lo que indica un pobre rendimiento para los cultivos asociados en el país.

SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN DE PLÁTANO EN ECUADOR (Ha y TM)

CULTIVO	Sup. Plantada	Sup. Producida	Sup. Cosechada	Producción (TM)
Solo	82.341	72.904	71.211	317.523
Asociado	101.258	95.091	89.266	171.293

**FUENTE: III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO SICA – MAG.
ELABORADO CIC – CORPEI.**

Consumo Nacional.

El plátano es un cultivo de gran importancia dentro del sector rural, por cuanto ocupa un lugar destacado en el suministro urbano de alimentos. El plátano se

consume desde verde hasta maduro, con preparaciones que varían en las distintas regiones del país; también se consume en forma de harinas, pasabocas en forma de chips o snack's y, en un porcentaje aún muy bajo, en procesos industriales.

La demanda agroindustrial del producto, ha venido cambiando de manera favorable, aunque todavía con volúmenes poco significativos con respecto al total de la producción nacional.

Las empresas procesadoras consideran que este comportamiento puede sostenerse en los próximos años, si continúa el interés de los consumidores por esta clase de producto.

Generación de Empleo.

Se estima que una hectárea de cultivo de plátano genera, en promedios, 0,75 plazas de trabajo permanente por año.

Tipo de Productores.

Tomando como base el tipo y forma de explotación, se puede establecer que existen dos categorías bien definidas de productores: Pequeños productores y Medianos productores; cuya producción está siendo comercializada a los mercados locales, nacionales e internacionales a través de sus organizaciones de base.

Los **pequeños productores** son cafetaleros de los cantones Palanda y Chinchipe, cuyas fincas se caracterizan por poseer diversidad de cultivos, siendo el Plátano el tercer sistema productivo en importancia, después de la ganadería y el café, el cual es cultivado en asocio, proporcionando sombra a los cafetales.

Sus fincas tienen en promedio de 3 a 5 has; de las cuales 0,5 ha lo destinan al cultivo de plátano. Poseen certificado orgánico de producción lo que hace que cuenten con nichos de mercado plenamente identificados, la comercialización la realizan asociativamente, bajo las normas de calidad orgánicas y de comercio justo.

Los **medianos productores** caracterizados por el tipo de explotación que poseen, son productores cuyas extensiones de cultivo van de 1 a 2 has, (monocultivo), cuya forma de manejo es semitecnificada, características que identifican a los cantones: Centinela del Cóndor, Yantzaza, El Panguí, y Nangaritza en la provincia de Zamora Chichipe y Gualaquiza en la provincia de Morona Santiago.

Canales de Comercialización

En el canal conformado por el mayorista y el supermercado, los intermediarios se han especializado en proveer a las cadenas. Sin embargo, en los últimos

años viene generalizándose la tendencia a concentrar las compras en pocos proveedores que puedan manejar grandes volúmenes, con el fin de garantizar el abastecimiento periódico del producto. El supermercado determina el precio de compra semanalmente con base en la oferta y el comportamiento de los precios en las centrales mayoristas. En este canal, como sucede con otros productos agrícolas, se presentan las mayores distorsiones en los precios.

En el caso del canal productor-supermercado-consumidor, el productor actúa como proveedor directo del supermercado, evitando la intermediación y, por ende, consiguiendo un mejor precio. Aquí el productor recibe el mismo precio que obtiene el mayorista en el canal anterior, pues los dos están actuando como proveedores del supermercado.

El canal mayorista-agroindustria está conformado por los comerciantes mayoristas y las empresas que elaboran pasabocas o snack's y harina a base de plátano; por lo general, estas últimas suelen adquirir un producto de segunda calidad en las centrales mayoristas, cooperativas o acopiadores mayoristas. Finalmente, en el canal productor- agroindustria, los productores se han especializado como abastecedores de la industria de productos congelados y snack's que prefieren un producto de primera calidad. En estos dos últimos canales, el precio está determinado por la oferta y la demanda del mercado.

Pérdidas Postcosecha.

Las causas de las pérdidas son consecuencia de la baja tecnificación de los cultivos, cosecha inadecuada, mala manipulación de la fruta al momento de transportar el producto desde el sitio de producción hasta el consumidor final. El empaque y principalmente el transporte son factores que afectan la calidad y presentación de la fruta, debido a que el intermediario no tiene ningún interés en mejorar el sistema de transportación, el cual lo hace en racimos o al granel, situación que hace que la fruta se golpee y magulle, traduciéndose en una mala presentación y deterioro de su calidad.

En el caso de los mercados especializados, el producto se empaqueta y transporta en cajas que protegen la fruta al momento de su distribución, logrando una buena aceptación por parte del consumidor final.

Industrialización.

Este proceso comienza con la selección cuidadosa de plátanos y bananos a ser utilizados. En compañías multinacionales, los estándares son: Bananos (Musa AAA) o plátanos (Musa ABB), aceite vegetal (maíz, palma africana y/o girasol), sal o especias naturales que dependen de la variedad de chifle a producirse.

Los plátanos una vez seleccionados son pelados y rebanados, para luego pasar a la freidora industrial y ser cocidos (aproximadamente 2 minutos) hasta alcanzar el punto óptimo de cocción (color amarillo intenso), se continúa con

el proceso de control de calidad donde se escogen los chifles que sean redondos con buena cocción y no maduros, para posteriormente pasar por un tambor donde se les agrega sal o algún otro tipo de condimento tipo picante o cebolla. Finalmente, el último paso es el empaque del producto en diferentes tamaños y variedades usando una máquina empacadora.

Presentaciones, Empaque y Almacenamiento.

La presentación del producto está en función del tipo de chifle que se desee, existen chifles naturales con sal y condimentados con especias naturales (sean estos picantes o sabor a cebolla), los chifles pueden ser de plátano y/o banano.

Las empresas presentan tamaños que van entre los rangos de 40 a 250grs. En el Ecuador, mayormente producen dos presentaciones de 40 – 50grs y 150grs. Dichas presentaciones constan de información sobre su precio, empresa, información nutricional variedad y tamaño.

El empaque se lo realiza en fundas de polietileno metalizado con la finalidad de brindar una mayor seguridad a fin de garantizar que el producto permanezca fresco. Posteriormente son empacados en cajas de cartón de 0.56mts (largo) x 0,27mts (altura) x 0,49mts (ancho). Cada caja puede contener aproximadamente entre 160 unidades de 40 grs; 105 unidades de 50grs; ó 35 unidades de 150grs. El producto es finalmente almacenado en lugares secos, ocultos a la luz solar, libres de contaminación como es el polvo. Para su exportación se emplean contenedores de 20' o 40'.

CAPACIDAD DE LOS CONTENEDORES

Productos empaquetados	Contenedores Secos	
	20'	40'
Capacidad contenedor (cajas)		
50grs (1.76 oz) Unidades	400	920
150grs (5.28 oz) Unidades	400	920
Capacidad Contenedor (Unidades)		
50grs (1.76 oz) Unidades	42,000	96,600
150 grs (5.28 oz) Unidades	16,000	36,800
Capacidad contenedor (Kg netos)		
50grs (1.76 oz) Unidades	2100	4830
150grs (5.28 oz) Unidades	2400	5520
Capacidad contenedor (Libras netas)		
50grs (1.76 oz) Unidades	4620	10,626
150grs (5.28 oz) Unidades	5280	12,144

Fuente: Amazon Banana Chip y Ecofrut S.A

Existen empresas nacionales que proveen el servicio de ofrecer su producto a granel, en cuyo caso, el empaqueo lo realizan en fundas de plástico que van en una caja de cartón de iguales características. Cada caja contiene aproximadamente entre 15 y 18 Kg de producto terminado.

Productos empaquetados	Contenedores secos	
	20´	40´
Capacidad contenedor (cajas)	400	920
Capacidad contenedor (Kg netos)	7200	16,560
Capacidad contenedores (libras netas)	15,8840	36,432

Fuente: Amazon banana chip y Ecofrut

Principales Empresas procesadoras.

Estas se clasifican en dos grupos: las empresas exportadoras con altos niveles de calidad y las empresas dedicadas en el consumo nacional.

EMPRESAS ECUATORIANAS PROCESADORAS DE CHIFLE Y SUS VARIEDADES DE PRODUCTOS.

EMPRESAS DEDICADAS A LA EXPORTACIÓN	PRODUCTOS
Ecofrut S.A	Tres variedades de su marca registrada Tropical Gourmet: Chifle de banano con sal, Chifle de plátano con especias naturales.
San Lucas Internacional Cia Ltda.	Tres variedades de su marca registrada Amazon Banano Chips: Chifle de banano con sal, Chifle de plátano con chile jalapeño y Chifle de banano con dulce.
Nutricorp	Plantains: Deep Fried and Frozen Sweet Plantains (Maduros) and Geen Plantains (Tostones, Patacones) Frozen Cassava (Yuca), Plantain Chips (Chifles/Mariquitas) Plantains (Peeled). Other Processed Frozen Vegetables and Fruits
EMPRESAS CON ENFOQUE CONSUMO NACIONAL	PRODUCTOS
Inalecsa	Dos variedades "Chifles tortolines" son chifles de plátano natural y "Chifles Cervecero" son chifles de plátano con sabor picante.
Proalme	Se encuentran tres variedades: natural, picante y con sabor a cebolla, además de su otra variedad Happy banchy de sabor dulce.
Somar	Con sabor natural
Selecto	Sabor natural
Hucker	Dulce y Sal

Importancia del sector en el Ecuador.

La producción y la exportación de chifles es una actividad relativamente nueva, la cual no representa un porcentaje importante en el PIB como su materia prima, el banano o el plátano, ni se encuentra siquiera en los primeros lugares

de productos de exportación. Sin embargo, es necesario acotar que es una actividad que promete mucho a largo plazo.

Como exportaciones privadas, tiene una tendencia al alza mundial ya que éste tipo de snack's aún no ha sido explotado en un 100% de su capacidad como sus similares de papas fritas y bocaditos de maíz.

Es necesario señalar, que el consumo de éste snack's está creciendo lentamente y una de las causas principales es la preferencia de los consumidores ante un producto sobre el cual no se ha creado una cultura de consumo aún, teniendo mayor aceptación las papas fritas. Sin embargo estas preferencias pueden cambiar si se invierte agresivamente en publicidad para hacer conocer a los clientes los beneficios de los chifles como snack's de consumo masivo.

Principales empresas exportadores.

Las empresas exportadoras de chifle se han incrementado acorde con las exportaciones de nuestro país. Cabe mencionar, que hace apenas dos años, el negocio de exportaciones de chifle sólo se encontraban cuatro exportadores. Los productores han comprendido el gran potencial que existe en las exportaciones, es por ello que la mayoría de los exportadores son productores.

LISTA DE EXPORTADORES DE CHIFLES - 2002

Exportador	Lugar	Dirección	Teléfono	Fax	E-mail
Ecofrut S.A	Durán	Km5.5 Autopista Durán - Boliche	(593-4) 804404	817935 - 882432	ecofrut@impsat.net.ec
Ind. Alimenticia ECUAT S.A "INALECSA"	Guayaquil	Km 16.5 Via a Daule	(593-4) 893355- 893437	352821 - 893498	smanfredgye.satnet.net
SOITGAR S.A (Ecuador)	Guayaquil	Km 8.5 Via a Daule Casuarina y Mirtos	265-338		rcampos777@hotmail.com
THE EXOTIC BLENDS CO. (Ecuador)	Quito	Quito Reina Victoria 1774 y La Pinta	(593-2) 546512	(593-2) 892186	theexoticblends@tranfca.com
COMERCIAL Y EXPORTADORA POCOCHAY S.A	Guayaquil	Pino Roca 409 y Chile			
COM. Y EXP. SANTO DOMINGO COEXANDO S.A (ECUADOR)	Guayaquil	Pino Roca 409 y Chile Luque 229 y P. Carbo	515934		

		piso 2			
DUBAS S.A (ECUADOR)	Guayaquil	9 de Octubre 1911 y Los Rios	593- 431785		
OSWALDO RODRIGO CAJAS ARELLANO (ECUADOR)	Quito	Multy N°120 y Ángel de Melendez	472863	403209	
IND. PROC. DE ALIMENTOS ALICORAL S.A (ECUADOR)	Protoviejo	Km4,5 Via a Portoviejo			
CONFUR S.A (ECUADOR)	Guayaquil	Av. Colón E4-75 y 9 de Octubre Edif. PACO Piso 8.	2523299	223865 4 250013 1	
GALO PROAÑO (PROALME)	Quito	Valladolid 524 y Madrid	593- 2330083		
JOFFRE MACHUCA BORJA (ECUADOR)	Guayaquil	Esmeralda s 4109 y El Oro.			

Fuente y Elaboración: CIC- CORPEI.

Entorno:

La Provincia de Zamora ChInchipe, se encuentra situada al extremo sur oriental del Ecuador a 3° 11´ y 5° 10´de latitud sur y 77° 50´y 79° 30´de longitud occidental

Su cabecera Cantonal y Capital Provincial comprenden los siguientes cantones:

Zamora, ChInchipe, Nangaritza, Yacuambi, Yantzaza, El Pangui, Centinela del Cóndor, Palanda y Paquisha.

Sus limites son: Al norte con la Provincia de Morona Santiago, al sur con la República del Perú, al este con la República del Perú y al oeste con las provincias de Loja y Azuay.

La extensión territorial actual es de: 10.548 Km2. Zamora Chinchipe está atravesada por una gran cadena montañosa de considerable altura, las cuales pertenecen a ramificaciones de la gran Cordillera de Los Andes que atraviesa nuestro país de Norte a Sur.

La Cordillera Central y Oriental está representada por un sinnúmero de ramales, que pertenecen a la región oriental, en donde se asientan las

poblaciones que conforman la provincia en mención, siendo estas tierra muy pródigas y fecundas en donde la producción agrícola, ganadera y minera se manifiesta

La base de su economía se centra principalmente en la producción de ganado vacuno y porcino, además del cultivo de maíz, caña de azúcar, arroz, naranjilla, guineo, plátano y papa china.

Historia:

Año	Evento	Impacto
2000	Intervención del FECD	Apoya económicamente para la ejecución del Proyecto Apoyo a la caficultura en el Cantón Palanda, ejecutado por la Fundación FACES, con sede en la Parroquia Valladolid.
2001	Comercialización de café de APECAP.	Se inician los procesos de comercialización de café con 7 grupos de interés.
2003	APECAP se consolida.	Obtención de la personería jurídica ante el MICIP.
2005	Visita de Cristophe Eberhart a Palanda.	Inician las relaciones comerciales de chifle de plátano, para su exportación hacia Francia.
2005		Se realiza el primer embarque de un contenedor de 20 pies a prueba
2006	Promoción de chifle.	Director de APECAP es invitado a Francia para asistir a Feria de productos y promocionar el chifle de plátano.
* CHIFLE. - Rebanadas de plátano en forma de hojuelas cocidas en aceite vegetal. Dependiendo del país de consumo, este producto cambia de nombre como por ejemplo: "platanitos", "chifles", "chipilos", "tostones" o "patacones", los chifles de plátano o banano pertenecen a la categoría de los "Snack's salados".		

Organización y Participación Comunitaria

Descripción	Nivel
Asociación Agroartesanal de productores Ecológicos de Palanda y Chinchipe.	Buen nivel de participación con tendencia creciente.
Apoyo de ONG's.	

Políticas.

Política	Descripción	Impacto
Fomento Crediticio	Crédito para el sector agropecuario BNF.	Proporciona financiamiento.
Precio Externo	Precios establecidos en la bolsa de valores de Nueva York.	Dependencia del precio a nivel internacional.

Protección ambiental	Manejo y conservación de recursos naturales.	Mejor calidad y precios. Mejora la relación hombre naturaleza. Producto sano libre de contaminación.
----------------------	--	--

Estado de las Infraestructura.

Infraestructura	Situación	Usuarios	Responsables	Impacto
Vial	Mal estado	Productores y comerciantes	MOP, Gobiernos locales	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad para llegar con el producto a los mercados. • Incremento en los costos
Centros de acopio	Bueno	Socios de APECAP	APECAP	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilita el acopio de productos.

Caracterización de Actores Directos.

CARACTERIZACIÓN DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES DE PLÁTANO EN LOS CANTONES PALANDA, CHINCHIPE, CENTINELA DEL CÓNDOR, YANTZAZA, EI PANGUI Y NANGARITZA; PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE Y GUALAQUIZA EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO.

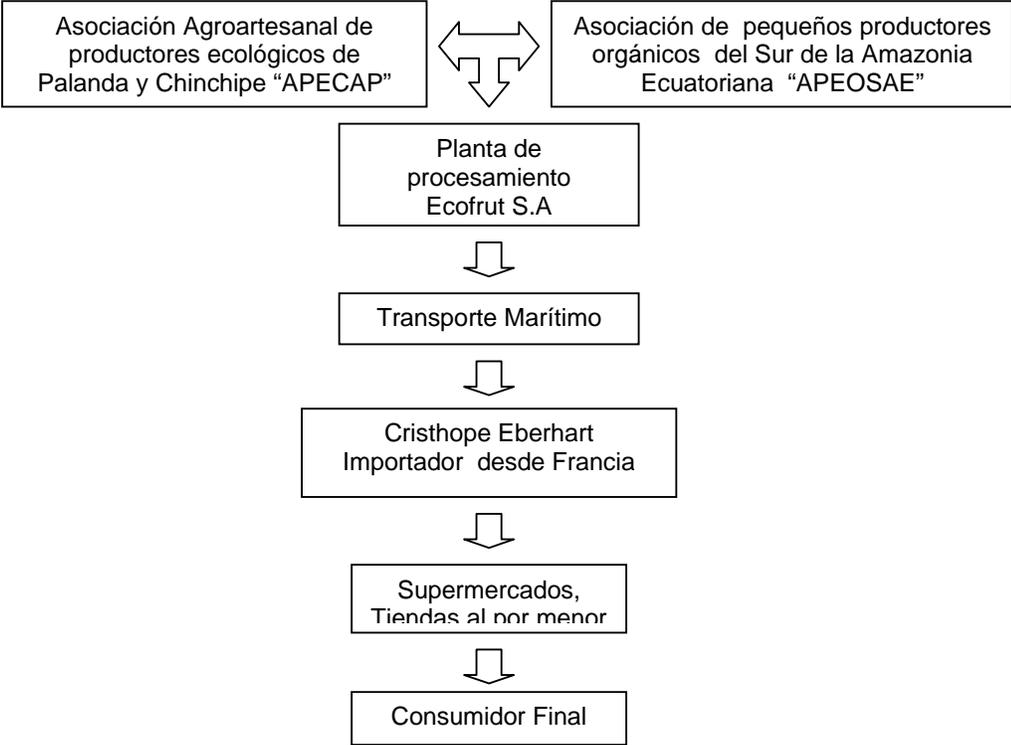
Actores Directos.	Productores	
	Pequeños	Medianos
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Pequeños productores cafetaleros, cuyas fincas poseen una producción diversificada, con un promedio de 3 a 5 has de superficie y 0,5 ha de plátano. • Poseen certificado orgánico y su precio es bajo normas de comercio justo, por que los productos que ofertan son de excelente calidad. • Los sistemas de producción generan mano de obra familiar y contratada. Pertenecen a la "APECAP", la cual es base de "FAPECAFES", instancia de comercialización de la región sur y gremial de CORECAF nacional. • Actualmente cuentan con 341 socios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Medianos productores de plátano, con fincas con promedio de 1 a 2 has de cultivo de plátano, semi-tecnificado (monocultivo). • Iniciando el proceso de certificación orgánica de sus fincas. • Sistemas de producción generan fuentes de trabajo para hombres y mujeres. • Pertenecen a "FAPECAFES", instancia de comercialización regional del sur. • En la actualidad sus socios son 200.
Descripción de las actividades.	<ul style="list-style-type: none"> • Manejan su producción bajo un Sistema Interno de Control, lo que les permite obtener precio justo por sus productos. • Utilizan semilla local de baja calidad y rendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Su producción es manejada en forma semi tecnificada.
Relación entre actores.	<ul style="list-style-type: none"> • Existe una buena relación entre actores y la asociación para la comercialización asociativa, capacitación y control de calidad. • Existen acuerdos comerciales entre la organización y el comprador. • Apoyo técnico para la capacitación en el 	<ul style="list-style-type: none"> • Buena relación entre sus productores y la organización. • Vínculos comerciales entre la "APECAP" y "APEOSAE".

	procesamiento por la Empresa Ecofrut S.A.	
Ámbito de Acción	<ul style="list-style-type: none"> • Cantones Palanda y Chinchipe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantones: Cordillera del Cóndor, Yantzaza, El Pangui, Nangaritza y Gualaquiza.
Costos	<ul style="list-style-type: none"> • \$ 0.18 USD Kg de Plátano en cáscara • \$ 0.36 USD kg de Plátano pelado 	<ul style="list-style-type: none"> • \$0.18 USD Kg de Plátano en cáscara. • \$ 0.36 USD Kg de Plátano pelado.
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • Vías en mal estado obstaculizan la transportación del producto. • Carecemos de infraestructura e insumos para el embalaje, así como para su transportación. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe la disponibilidad de insumos para el embalaje y transportación del producto.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Débil sistema de comunicación. • Falta de Asistencia Técnica, para el cuidado, manejo, cosecha y pos-cosecha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidades apartadas de los centros de acopio, dificultan la transportación del producto.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Poseemos canales de mercado para la exportación. • Excelentes condiciones agro ecológicas que favorecen la producción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del Municipios y Organismos de Cooperación Internacional trabajan en equipo.

Caracterización de Actores Indirectos.

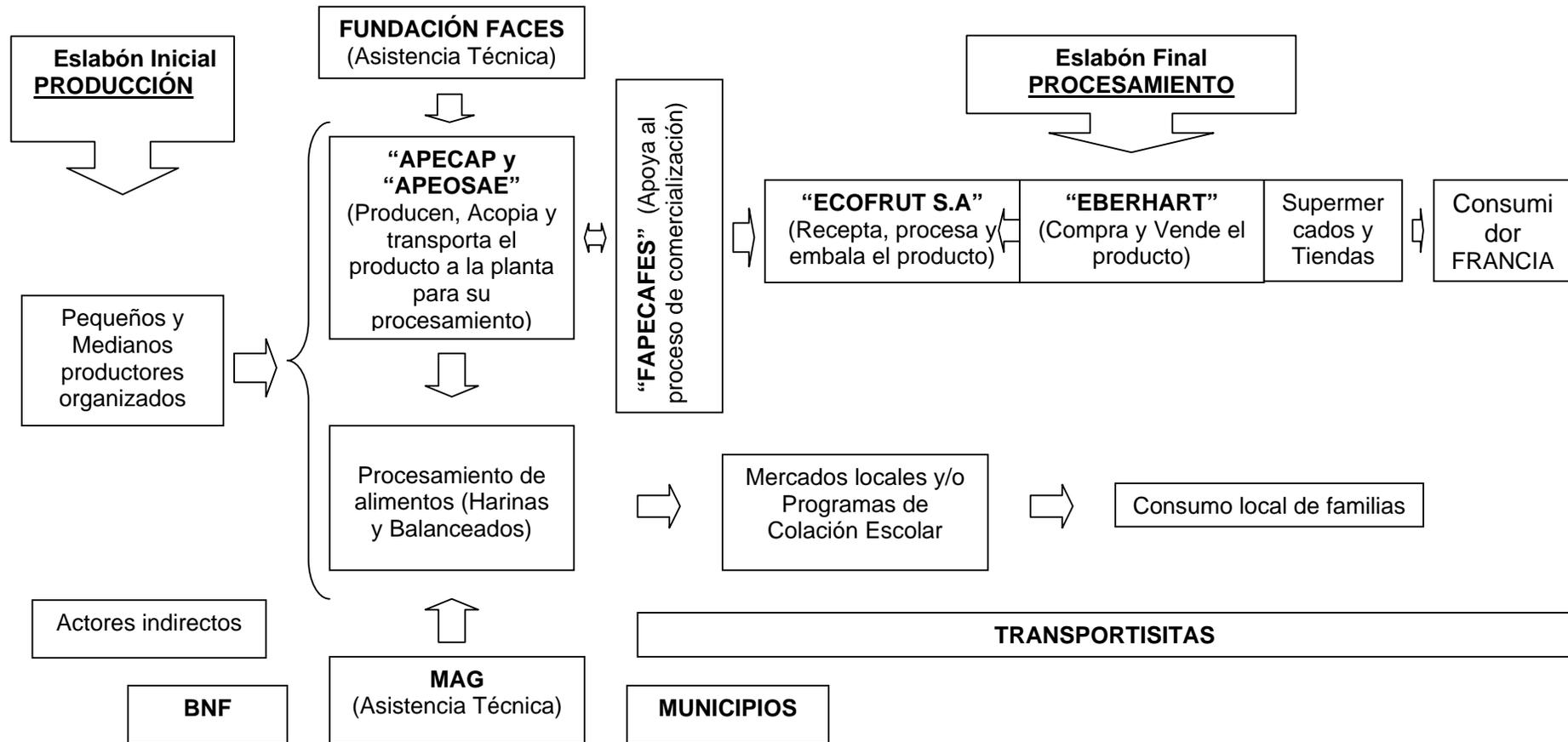
Actores Indirectos	MUNICIPIOS	FACES	MAG
Tipo	Estatal	Privado	Estatal
Servicio prestado	Coordinación con ONG's	Elaboración y gestión de proyectos y Asistencia Técnica	Asistencia Técnica
Temporalidad	Ocasional	Ocasional	Permanente
Tecnología usada	Ninguna	Orgánica	Convencional
Inversión	Ninguna	Recursos económicos y humanos	RRHH
Calidad	Baja	Alta	Media
Alianzas	ONG's Asociaciones de productores organizados	ONG's Gobiernos locales Asociaciones de productores organizados	ONG's Asociaciones de productores organizados.

Flujo e Itinerario Técnico de la Cadena



FLUJO DE LA CADENA.

Mapa de la Cadena de Plátano para Chifle en los Cantones: Palanda, Chinchipe, Centinela del Cóndor, Yantzaza, El Pangui y Nangaritzza; provincia de Zamora Chinchipe y Gualaquiza; provincia de Morona Santiago.



Análisis de Mercado.

Eslabón	Oferta	Demanda	Precio Oferta	Competencia	Tendencia	Conclusión
Productor		Semilla Precio Justo Más compradores del producto. Venta asegurada de la producción bajo contratos firmados.		Empresas exportadoras que procesan y venden de forma similar el producto.	Incremento de superficie de cultivo y volumen de producción. Manejo tecnificado del cultivo.	Reducción de costos de producción. Predisposición para organizarse y vender asociativamente.
Proveedor de Insumos	Asistencia Técnica. Semilla de calidad.	Pago en efectivo.	Regalías.	INALECSA, otras.	Baja en los precios.	Perdida del mercado.