

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMIA



TESIS DE GRADO

**"EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO DEL MUNICIPIO DE
CARANAVI 2000 - 2010"**

POSTULANTE : MARCO ANTONIO BUSTOS YUCRA
TUTOR : Msc. ROBERTO TICONA GARCÍA
RELATOR : Lic. ANA VERÓNICA RAMOS MORALES

LA PAZ - BOLIVIA

2012

BIBLIOTECA DE ECONOMIA

DEDICATORIA

A Dios, por iluminar mi camino y concederme fortaleza y sabiduría para culminar mis estudios. A la memoria de mis queridos padres quienes dejaron esta vida Pascual Bustos Apaza y Rosalía Yucra de Bustos a quienes me dieron la vida y creer en mí; a mis hermanos Delfín, Germán, Félix, Zenobia y Ángel, en especial a Germán y Ángel por su gran apoyo incondicional y comprensión.

AGRADECIMIENTOS

Al culminar esta tesis quiero agradecer a Dios por su presencia en mi vida, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi agradecimiento especial al Msc. Roberto Ticona G., quién fue mi guía en el proceso de mi trabajo, brindándome sus conocimientos y experiencia.
A la Lic. Ana Verónica Ramos M. por su apoyo que me brindó en la culminación de este trabajo.

Agradezco a toda mi familia por su apoyo brindado.

RESUMEN

“EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO DEL MUNICIPIO DE CARANAVI 2000 - 2009”

La exportación de café orgánico del Municipio de Caranavi del Departamento de La Paz, representa un tema de importancia, especialmente para los pequeños productores agrupados en asociaciones, que exportan su producto orgánico mediante su organización, que es la Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia FECAFEB.

Lo orgánico representa un tema de actualidad en la forma de producción, constituye una alternativa sostenible, tanto en términos ecológicos, como económicos.

La tendencia mundial del consumo de productos agrícolas orgánicos ha sido ascendente, que registran tasas de crecimiento de la producción por arriba del 20% anual y tiene la particularidad que la demanda crece a más velocidad que la oferta, como sucede con los de carácter orgánico en Europa, Japón y América del Norte. El valor del mercado mundial de productos orgánicos se estima en alrededor de 12.000 millones de dólares americanos, con una tasa anual de crecimiento entre el 20% y el 25%. Se estima que el mercado mundial alcanzará los 100.000 millones de dólares americanos para el año 2010.

La demanda de café orgánico boliviano esta dado por los países industrializados como Estados Unidos, Alemania, Bélgica, Holanda, Japón, Rusia y otros países.

El café boliviano de los Yungas Paceños es importante por su calidad y forma de producción (café orgánico), muy apreciado en el mercado internacional por sus atributos que posee el café (acidez fina, sabor agradable, cuerpo cremoso, buen resabio buen aroma).

Los productores de café no pueden cubrir las demandas de exportación de café orgánico, solo compite en calidad, y que llega a cumplir los requerimientos exigidos por las normas internacionales de producción orgánica.

La exportación de café orgánico de Caranavi abarca aproximadamente el 78% de la exportación Nacional de café orgánico.

En lo que se refiere a la producción de café, a Caranavi le corresponde aproximadamente el 77% de toda la producción Nacional con una superficie cultivada del 76%, y con un rendimiento de 995 Kg/Ha que es mayor con relación a toda Bolivia de 983 Kg/Ha.

La inversión Publica ejecutada directa e indirecta al sector cafetalero es muy importante por el Municipio de Caranavi, que en promedio invirtió con la suma de Bs2.110.987,163.

De acuerdo a los datos introducidos al modelo econométrico la variable fundamental para la exportación de café orgánico del Municipio de Caranavi, es la superficie cultivada.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
	CAPITULO I.....	2
	MARCO METODOLÓGICO.....	2
1.1	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.1.1	Delimitación Espacial.....	2
1.1.2	Delimitación Temporal.....	2
1.2	RESTRICCIÓN DE LAS VARIABLES.....	2
1.2.1	Exportación de Café Orgánico.....	2
1.2.2	Precio.....	3
1.2.3	Superficie Cultivada.....	3
1.2.4	Producción de Café Orgánico.....	3
1.2.5	Inversión Pública.....	3
1.3	PROBLEMATIZACIÓN DEL TEMA.....	3
1.3.1	Planteamiento del Problema.....	3
1.3.2	Causas del Problema de Investigación.....	4
1.4	JUSTIFICACIÓN.....	5
1.4.1	Económica.....	5
1.4.2	Social.....	5
1.4.3	Legal.....	6
1.4.4	Científica.....	6
1.5	OBJETIVOS.....	6
1.5.1	Objetivo General.....	6
1.5.2	Objetivos Específicos.....	6
1.6	HIPÓTESIS.....	7
1.7	IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	7
1.8	METODOLOGÍA.....	8
1.8.1	Tipo de Investigación.....	8
1.8.2	Método de Investigación.....	8
1.8.3	Fuentes de Investigación.....	8
1.8.4	Instrumentos de Investigación.....	8
1.8.5	Procesamiento de Datos.....	8
1.8.6	Análisis de Resultados.....	9
1.9	MARCO CONCEPTUAL.....	9
1.9.1	Agricultura Orgánica.....	9
1.9.2	Café Convencional.....	10
1.9.3	Café Orgánico.....	10
1.9.4	Café Pergamino.....	10
1.9.5	Comercio Justo.....	10
1.9.6	Demanda.....	11
1.9.7	Exportación.....	11
1.9.8	Oferta.....	11
1.9.9	Precio.....	12
1.9.10	Producción.....	12
1.9.11	Producción de Café Orgánico.....	12
1.9.12	Sostenibilidad.....	12

1.10	MARCO TEÓRICO.....	13
1.10.1	Comercio Internacional.....	13
1.10.2	Teoría de la Ventaja Absoluta – Adam Smith.....	13
1.10.3	Teoría de la Ventaja Comparativa – David Ricardo.....	14
1.10.4	Teoría de la Ventaja Competitiva – Michael Porter.....	16
1.10.5	Comercio Justo.....	22
1.10.5.1	Ventajas de Participar dentro el Comercio Justo.....	24
1.10.5.2	Participantes del Comercio Justo.....	25
1.10.5.3	Criterios que deben cumplir las Organizaciones para obtener la Certificación del Comercio Justo.....	25
1.10.6	Comparación de las Teorías Relacionado al Tema de Estudio.....	26
CAPITULO II.....		28
MARCO LEGAL, POLÍTICAS E INSTITUCIONALES.....		28
2.1	MARCO LEGAL.....	28
2.1.1	Economía y Régimen Agrario Campesino.....	28
2.1.2	Economía y Desarrollo Rural Integral Sustentable.....	28
2.1.3	Regulación y Promoción de Producción Agropecuaria y Forestal no Maderable Ecológica.....	29
2.1.4	Exportaciones de Bienes y Servicios.....	29
2.1.5	Calidad del Café.....	30
2.2	MARCO DE POLÍTICAS.....	30
2.2.1	Plan Nacional de Desarrollo (PND).....	30
2.2.1.1	Política de Desarrollo Agropecuario.....	31
2.2.1.2	Política de Desarrollo Tecnológico de la Producción Agraria.....	32
2.2.1.3	Política de Agricultura Ecológica.....	33
2.2.1.4	Política de Exportaciones.....	33
2.3	MARCO INSTITUCIONAL.....	34
2.3.1	Ministerio de Desarrollo Rural y Tierra (MDRyT).....	34
2.3.2	Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE).....	35
2.3.3	Cámara de Exportadores (CAMEX).....	35
2.3.4	Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA).....	36
2.3.5	Bio Latina.....	36
2.3.6	Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia (FECAFEB).....	37
2.3.7	Asociación de Servicios Financieros Cafetaleros (FINCAFE).....	37
2.3.8	Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG).....	38
CAPITULO III.....		39
CONTEXTO GENERAL DEL CAFÉ Y EXPORTACIÓN.....		39
3.1	EL CAFÉ.....	39
3.1.1	Origen.....	39
3.1.2	Botánica.....	39
3.1.3	Especies Comerciales.....	40
3.1.3.1	Coffea Arábica.....	40
3.1.3.2	Coffea Canephora.....	41
3.2	MERCADO MUNDIAL DEL CAFÉ.....	41
3.2.1	Oferta Mundial de Café.....	42
3.2.1.1	Producción Mundial de Café.....	42
3.2.1.2	Principales Países Productores de Café a Nivel Mundial.....	43
3.2.1.3	Producción Exportable.....	43
3.2.2	Demanda Mundial de Café.....	44

3.2.2.1	Consumo de Café.....	44
3.2.2.2	Exportación Mundial de Café.....	46
3.2.2.3	Países Importadores de Café a Nivel Mundial.....	47
3.2.3	Comparación de la Oferta - Demanda de Café a Nivel Mundial.....	48
3.2.4	Determinación del Precio de Café Convencional.....	49
3.2.4.1	Bolsa de Londres LIFFE.....	50
3.2.4.2	Bolsa de Nueva York NYBOT.....	50
3.2.4.3	Cálculo de los Precios Indicativo Diario de Grupo y Compuesto.....	51
3.2.5	Evolución y Análisis de los Precios.....	53
3.3	AGRICULTURA ORGÁNICA.....	55
3.4	PRODUCCIÓN ORGÁNICA MUNDIAL.....	56
3.4.1	Causas de la Demanda de Productos Orgánicos.....	58
3.4.2	Causas de la Oferta de Productos Orgánicos.....	58
3.5	NORMAS INTERNACIONALES QUE RIGEN LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA MUNDIAL.....	59
3.6	PRODUCCIÓN ORGÁNICA EN BOLIVIA.....	60
3.7	PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN BOLIVIA.....	62
3.7.1	Variedades de Café Cultivadas.....	64
3.7.2	Principales Destinos de las exportaciones de Café.....	65
3.8	ETAPA PRODUCTIVA.....	67
3.8.1	Cosecha y Poscosecha.....	67
3.8.1.1	Recolección.....	67
3.8.1.2	Procesado.....	67
3.8.2	Selección.....	69
3.8.3	Almacenamiento.....	69
3.8.4	Transporte.....	70
3.9	CORREDORES DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	72
3.9.1	Normas y Prácticas Comerciales y Financieras.....	73
3.9.2	Exigencias Gubernamentales.....	74
3.9.3	Infraestructura.....	74
3.9.4	Actores.....	76
3.10	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	76
3.10.1	Liderazgo y Coordinación.....	77
3.10.2	Flujo de Negociaciones de las Condiciones de Venta.....	78
3.10.3	La Cadena de Distribución Física.....	79
3.10.4	La Cadena de Propiedad y Flujo de Riesgos.....	79
3.11	DIFERENCIAS Y VENTAJAS DEL CAFÉ CONVENCIONAL Y EL CAFÉ ORGÁNICO.....	80
3.12	MUNICIPIO DE CARANAVI.....	82
3.12.1	Manejo Espacial.....	83
3.12.1.1	Uso del Suelo.....	83
3.12.1.2	Acceso y Tenencia de la Tierra.....	85
3.12.2	Estructura de Producción de las Zonas.....	85
3.12.2.1	Características Generales de las Zonas.....	85
3.12.2.2	Tamaño y Estructura de la Propiedad.....	87
3.12.3	Población Dedicada a Actividades Económicas.....	88
3.12.4	La Producción en la Parcela y/o Finca.....	88
3.13	ORGANIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES.....	90
3.14	OFERTA DE CAFÉ ORGÁNICO.....	92
3.14.1	Superficie Cultivada de Café Orgánico.....	92

3.14.2	Producción de Café.....	93
3.14.3	Rendimiento en la Producción de Café.....	95
3.15	DEMANDA DE CAFÉ ORGÁNICO.....	96
3.15.1	Exportación de Café.....	96
3.16	PRECIOS DEL CAFÉ.....	98
3.16.1	Fijación de Precios.....	98
3.16.2	Precio de Exportación.....	98
3.17	COSTO DE CERTIFICACIÓN DE CÁFE.....	99
3.18	INVERSIÓN PÚBLICA.....	101
3.19	VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	102
3.19.1	Modelo Econométrico.....	102
3.20	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	105
3.20.1	Conclusión General.....	105
3.20.2	Conclusiones Específicas.....	105
3.20.3	Recomendación General.....	106
3.20.4	Recomendaciones Específicas.....	106
	BIBLIOGRAFÍA.....	108
	ANEXOS.....	117

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA

LISTA DE CUADROS

		Pág.
CUADRO N° 3.1	OFERTA / DEMANDA DE CAFÉ A NIVEL MUNDIAL. _____	48
CUADRO N° 3.2	VENTAS MUNDIALES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS. _____	57
CUADRO N° 3.3	BOLIVIA: ESTIMACIÓN EN EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA CERTIFICADA. _____	62
CUADRO N° 3.4	BOLIVIA: PRINCIPALES REGIONES CAFETALERAS. _____	63
CUADRO N° 3.5	BOLIVIA: VARIEDADES DE CAFÉ CULTIVADAS. _____	65
CUADRO N° 3.6	VARIEDADES DE CAFÉ EXISTENTES EN LOS YUNGAS DE LA PAZ. _____	65
CUADRO N° 3.7	BOLIVIA: PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIONES AÑO 2008. _____	66
CUADRO N° 3.8	INFORMACIÓN GENERAL DEL CAFÉ _____	70
CUADRO N° 3.9	LA PAZ: CORREDORES DE COMERCIO INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ _____	75
CUADRO N° 3.10	CANAL DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ EN GRANO _____	77
CUADRO N° 3.11	CARANAVI: DISTRIBUCIÓN DEL USO Y OCUPACIÓN DEL SUELO. _____	84
CUADRO N° 3.12	CARANAVI: ORIGEN DE LA PROPIEDAD EN LA PROVINCIA. _____	85
CUADRO N° 3.13	CARANAVI: PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA POBLACIÓN. _____	88
CUADRO N° 3.14	CARANAVI: POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR Y TIPO DE REMUNERACIÓN. _____	88
CUADRO N° 3.15	CARANAVI: PRINCIPALES PRODUCTOS SEGÚN LA ÉPOCA. _____	89
CUADRO N° 3.16	ORGANIZACIONES AFILIADAS A FECAFEB. _____	90
CUADRO N° 3.17	ORGANIZACIONES AFILIADAS DEL MUNICIPIO DE CARANAVI A FECAFEB. _____	91
CUADRO N° 3.18	SUPERFICIE CULTIVADA _____	92
CUADRO N° 3.19	PRODUCCIÓN DE CAFÉ _____	94
CUADRO N° 3.20	RENDIMIENTO EN LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ _____	95
CUADRO N° 3.21	EXPORTACIÓN DE CAFÉ. _____	96
CUADRO N° 3.22	EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO. _____	97
CUADRO N° 3.23	PRECIO A FUTURO DE REFERENCIA DE EN LA BOLSA DE NEW YORK. _____	99

CUADRO N° 3.24	COSTO DE CERTIFICACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO. _____	100
CUADRO N° 3.24	INVERSIÓN PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE CARANAVI. _____	101
CUADRO N° 3.25	MODELO ECONOMETRICO. _____	103
CUADRO N° 3.26	MODELO ECONOMETRICO LOGARITMIZADO. _____	104

LISTA DE GRÁFICOS

		Pág.
GRÁFICO N° 3.1	CONSUMO DE CAFÉ DE PAÍSES CON UN MAYOR CONSUMO. ____	45
GRÁFICO N° 3.4	EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN DE CAFÉ EN BOLSA ARÁBICOS – ROBUSTAS. _____	53
GRÁFICO N° 3.3	BOLIVIA: PRODUCTOS ORGÁNICOS POR REGIÓN. _____	61

LISTA DE ANEXOS

		Pág.
ANEXO N° 1	CONTROL DE CALIDAD – PROCESAMIENTO POST COSECHA ____	117
ANEXO N° 2	MUNDO: PRODUCCIÓN TOTAL DE CAFÉ. _____	118
ANEXO N° 3	MUNDO: PRODUCCIÓN EXPORTABLE DE CAFÉ. _____	119
ANEXO N° 4	MUNDO: EXPORTACIÓ DE TODO TIPO DE CAFÉ. _____	120
ANEXO N° 5	LISTA DE PAÍSES PRODUCTORES DE CAFÉ ORGÁNICO. _____	121
ANEXO N° 6	LISTA DE PRODUCTORES CERTIFICADOS DE COMERCIO JUSTO Y CRITERIOS PARA SER ADMITIDO EN EL REGISTRO. _____	121
ANEXO N° 7	REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL CONCEPTO DE CAFÉ SUSTENTABLE. _____	122

“EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO DEL MUNICIPIO DE CARANAVI 2000-2010”

1. INTRODUCCIÓN.

La exportación de café orgánico, es una actividad de mucha importancia, debido al ingreso de divisas que genera esta actividad al país, principalmente a pequeños productores agrupados en Asociaciones Cooperativas y Coraca's que logran exportar su producto.¹

En el marco de la importancia de la producción de café, el presente estudio tiene el objetivo de analizar las causas de la insuficiente oferta de café orgánico al mercado externo. El trabajo se desarrolla en tres capítulos, el primero describe todo lo referente al marco metodológico del que se desglosa la delimitación de la investigación, restricciones de las variables, problematización del tema, justificación, objetivos, planteamiento de hipótesis, metodología de investigación, marco conceptual y marco teórico.

En el capítulo dos, hace referencia al sustento teórico que tiene la tesis en el marco legal (Constitución Política del Estado, Leyes y Decretos Supremos), marco de políticas (Plan Nacional de Desarrollo) y marco institucional (Instituciones relacionadas con el tema) en la cual se basa el presente estudio.

Por último en el capítulo tres se desarrolla el contexto general de la exportación del café orgánico del Municipio de Caranavi y el planteamiento propuesto en el capítulo uno. En el cual se establece la producción orgánica del café (descripción, características, propiedades, etc. de la planta), producción de café, características generales del municipio de Caranavi, organizaciones aglutinadas a FECAFEB, oferta de exportación de café orgánico, comportamiento de las variables de estudio, comportamiento econométrico, conclusiones y recomendaciones.

¹ Línea de Base Proy. Café – FDTA (2005). TRÓPICO HÚMEDO

CAPITULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1.1 Delimitación Espacial.

La producción de café en Bolivia, se centraliza en mayor proporción en la región de Caranavi, región eminentemente productora y exportadora; motivo por el cual, el presente trabajo es realizado en el Municipio de Caranavi, capital de la provincia del mismo nombre del departamento de La Paz.

1.1.2 Delimitación Temporal.

El trabajo de tesis toma en cuenta los periodos de análisis del año 2000 al año 2010, década donde la demanda de productos agrícolas orgánicos entre ellos el café (producidos de forma natural y sin el uso de químicos), es ascendente en especial en países desarrollados.

1.2 RESTRICCIÓN DE LAS VARIABLES.

Las variables que son consideradas en el presente trabajo son:

1.2.1 Exportación de Café Orgánico.

Las exportaciones en un país son de mucha importancia, que implican divisas que dinamizan la economía nacional, en especial de productos agrícolas que benefician al productor orgánico.

La exportación de café orgánico es una variable ligada estrechamente a los pequeños productores, porque en la mayoría de los casos son los principales actores

y beneficiarios de la exportación, se encuentran agrupados en Asociaciones, Cooperativas y CORACA's del Municipio de Caranavi.

1.2.2 Precio.

El precio es una variable fundamental de mucha importancia en la exportación de café al mercado externo, especialmente para el productor. En este caso el precio de referencia a analizar es de los periodos 2000 a 2010.

1.2.3 Superficie Cultivada.

La Superficie Cultivada es una variable que esta ligada estrechamente a la producción, por tanto a la exportación, hace referencia a la cuantificación del cultivo de café en hectáreas (Ha.) en los periodos de 2000 a 2010.

1.2.4 Producción de Café Orgánico.

La variable Producción hace referencia a la cuantificación de la producción de café orgánico en toneladas métricas (TM) correspondiente a los periodos de 2000 a 2010.

1.2.5 Inversión Pública.

La variable Inversión Pública hace referencia al análisis de la inversión pública ejecutada directa e indirecta al Sector cafetalero por el Gobierno Municipal de Caranavi correspondiente a los periodos de 2000 a 2010.

1.3 PROBLEMATIZACIÓN DEL TEMA.

1.3.1 Planteamiento del Problema.

El cultivo y beneficio de café en la región de los Yungas de La Paz, es una actividad importante que durante décadas ha impulsado favorablemente la economía de la región. Sin embargo el uso inadecuado en la etapa productiva y técnica en ésta

actividad en los primeros años de esta década llevó a la disminución de la calidad del grano y la cantidad producida de café, asimismo al exportador o intermediario sólo le interesaba la cantidad y no así la calidad, influyendo todo esto en las penalizaciones que tuvo un castigo de 20 puntos del precio acordado en la bolsa de New York (alrededor del 40% respecto al precio). Posteriormente los pequeños productores recuperaron esa pérdida a través en la mejora de su producción, garantizando la producción orgánica y acceso a mejores niveles de vida.²

La producción de café en nuestro país en estos últimos años ha mejorado mucho, llegando a cubrir los requerimientos exigidos por las normas internacionales de producción orgánica, debido a esto el café tiene mayor demanda por su excelente calidad, pero, la producción no responde a la demanda mundial de este grano, porque compiten en menor escala en un mercado exclusivo de calidad. A pesar de la mejora en la producción, se presentan aún deficiencias en el manejo del cafetal orgánico, manipulación, selección y almacenamiento por la precaria infraestructura a esto se suma la intransitabilidad de los caminos en tiempo de lluvia a los cafetales para transportar el café; por otro lado el País no cuenta con un marco jurídico comercial que potencialice una política cafetalera global, que oriente y sustente la explotación de este cultivo, asegurando al productor un precio justo por su producto, como existe en otros países tecnificados en cuanto a la producción y proceso del café.³

A partir de esta situación se plantea el siguiente problema de investigación:

“Insuficiente oferta en exportación de café orgánico”.

1.3.2 Causas del Problema de Investigación.

- Insuficiente extensión en cultivo de café.

² De la Riva Gómez, Arturo. (2008) *REVISTA “CIENCIA & COMUNIDAD” N° 10.*

³ Entrevista a Policarpio Alfí (Departamento de comercialización de FECAFEB).

- Baja producción de café por superficie cultivada.
- Desconfianza en el productor en el precio de referencia del café en la Bolsa de New York.
- Escaso apoyo al sector cafetalero (producción e infraestructura) en Inversión Pública.

1.4 JUSTIFICACIÓN.

1.4.1 Económica.

La demanda de productos ecológicos en el mercado mundial ha crecido enormemente en los últimos años. Bolivia es uno de los países más mega diversos del mundo, también se ha convertido en uno de los líderes en producción agroecológica de alimentos debido al número de productores ecológicos involucrados, cuenta con certificaciones que acreditan el carácter orgánico de varios de los productos. Parte del liderazgo de Bolivia se expresa en su éxito para la exportación de café, castaña, cacao y quinua, entre otros productos.

La exportación sostenible de café orgánico, a los mercados internacionales permite tener una mejor asignación de recursos económicos en las familias cafetaleras con un fuerte impacto sobre sus ingresos, y que permitirá tener un diagnóstico y una política para el sector cafetalero ecológico.

1.4.2 Social.

La exportación de café orgánico bajo el sistema de comercio justo, es una alianza comercial estratégica en la que participan, por voluntad propia, organizaciones de pequeños productores, comercializadores y consumidores los pequeños agricultores y trabajadores asalariados. Han visto su desarrollo económico y/o social en el Comercio Justo donde se busca que los consumidores reciban productos de alta calidad y que a cambio paguen un precio justo.

1.4.3 Legal.

La Nueva Constitución Política del Estado (CPE), establece que uno de los objetivos de la política de desarrollo rural integral del Estado, en coordinación con las entidades territoriales autónomas y descentralizadas, es promover la producción y comercialización de productos agro ecológicos.

La Ley N° 3525 De Regulación y Promoción de la Producción Agropecuaria y Forestal No Maderable Ecológica, declara de interés y necesidad nacional la presente Ley.

1.4.4 Científica.

La presente tesis analiza las exportaciones de café orgánico que pretende apoyar, guiar en sus conocimientos al caficultor ecológico; como es el caso en los cuidados que debe tener con el empaque y exportación del grano de café orgánico. Son alternativas para el desarrollo sostenible para la sociedad rural y además son mecanismos para la erradicación de la pobreza.

1.5 OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

El objetivo general del tema a investigar es, ***analizar las causas de la insuficiente oferta de café orgánico al mercado externo.***

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Cuantificar la superficie cultivada de café orgánico en hectáreas (Ha.).
- Cuantificar la producción de café orgánico en toneladas métricas (TM).
- Analizar los precios del café en la bolsa de New York en Centavos de Dólar estadounidense por Libra (Ctv.\$us/lb).

- Analizar la inversión pública ejecutada en el sector cafetalero en bolivianos (Bs.).

1.6 HIPÓTESIS.

“La insuficiente oferta de café orgánico en la exportación, es resultado de la superficie limitada en el cultivo de café”.

1.7 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.

$$\text{VEXP} = f(\text{PREC}, \text{SUP}, \text{PROD}, \text{INV})$$

Variable Dependiente.

VEXP: Volumen de Exportación de café orgánico.

Es la variable dependiente o explicada cuyo comportamiento se quiere analizar.

Variables Independientes (X).

PREC: Precio del café Ctv. \$us/ lb

SUP: Superficie cultivada en Ha.

PROD: Producción de café orgánico en TM.

INV: Nivel de inversión ejecutada en el sector cafetalero en Bs.

Cada una de las variables exógenas o explicativas es considerada como las causas que crean transformaciones en la variable endógena.

1.8 METODOLOGÍA.⁴

1.8.1 Tipo de Investigación.

El tipo de investigación en este trabajo es de carácter **descriptivo**, analiza las causas y el grado de influencia que tienen las variables independientes sobre la variable dependiente.

1.8.2 Método de Investigación.

El presente estudio utiliza el método de investigación **deductivo**, porque parte de un análisis general para llegar al análisis específico o particular.

1.8.3 Fuentes de Investigación.

La fuente de información es secundaria, porque está constituida a base de documentación y datos elaborados por instituciones involucradas en el tema que se plantea; a excepción de alguna información que es de fuente primaria porque se recurre a entrevistas.

1.8.4 Instrumentos de Investigación.

Los instrumentos de investigación que utiliza el estudio son: los datos estadísticos (proporcionados por instituciones especializadas en el tema), la entrevista (con personalidades expertas en el tema de estudio).

1.8.5 Procesamiento de Datos.

Los datos obtenidos son procesados gradualmente para cada variable, y de esta manera construir una serie histórica anual donde muestra su respectivo comportamiento del lapso de tiempo estudiado a través de un modelo econométrico y ver su influencia de las variables independientes hacia la dependiente.

⁴ Hernández Sampieri, Roberto; Fernández C. Carlos y Baptista L. Pilar. (2006). "METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN". Cuarta Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

1.8.6 Análisis de Resultados.

El análisis de los datos es descriptivo y explicativo. El análisis descriptivo se lo realiza mediante fuentes de información proporcionadas por instituciones, después del análisis minucioso se realiza un análisis explicativo con la ayuda del modelo econométrico en el software Eviews, el cual permite explicar el comportamiento de las variables independientes con relación a la variable dependiente, de esta manera comprobar la hipótesis propuesta en el presente trabajo.

1.9 MARCO CONCEPTUAL.

1.9.1 Agricultura Orgánica.

Existen muchas explicaciones y definiciones de la agricultura orgánica, todas coinciden en la gestión del ecosistema y no la utilización de insumos agrícolas. Un sistema comienza por tomar en cuenta las posibles repercusiones ambientales y sociales eliminando la utilización de insumos (fertilizantes y plaguicidas sintéticos, medicamentos veterinarios, semillas y especies modificadas genéticamente, conservadores, aditivos e irradiación). En vez de todo esto se llevan a cabo prácticas de gestión que mantienen e incrementan la fertilidad del suelo a largo plazo y evitan la propagación de plagas y enfermedades.⁵

“La agricultura orgánica es un sistema holístico de gestión de la producción, que fomenta y mejora la salud del agroecosistema y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de gestión como el uso de métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro del sistema”.⁶

⁵ FLO: www.fairtrade.net.

⁶ V Seminario ASOCAM. “Producción Orgánica Campesina y Accesos a Mercados”. <http://www.codexalimenta>

1.9.2 Café Convencional.

Café convencional es aquel grano que se obtiene del cultivo convencional, el cual además de las labores culturales correspondientes, desde su establecimiento o etapas posteriores es cultivado con el uso de productos químicos, ya sea para incrementar su nivel de productividad o para el control de plagas y enfermedades del cafeto, logrando una mayor producción, mejor calidad y como consecuencia mejores ingresos al productor.⁷

1.9.3 Café Orgánico.

Es el café que se obtiene sin usar productos agroquímicos (ni fertilizantes, ni plaguicidas), en su lugar, se emplean abonos elaborados con desechos y materia orgánica y se efectúan labores de conservación de suelos.⁸

Un café orgánico son aquellos granos de café que se cultivan sin el uso de pesticida o fertilizantes, utilizando solo métodos naturales. La teoría detrás de todo esto es que la producción de café orgánico contamina menos que el cultivo de café normal.⁹

1.9.4 Café Pergamino.

Se denomina al grano obtenido después de realizar el proceso de decereización, es decir remover la cáscara del café y someterlo a un proceso de secado. También se le conoce con el nombre de café verde.¹⁰

1.9.5 Comercio Justo.

“El comercio Justo es una alianza, basada en el diálogo, transparencia y respeto, que busca una mayor equidad en el intercambio comercial. Contribuye al desarrollo

rius .net/index_es.stm

⁷ <http://www.spcafe.org.mx>

⁸ Red Café. “El Lado Verde del Café”. <http://www.redcafe.org/elladoverdedelcafe.htm>.

⁹ Ideas Básicas sobre el Café Orgánico. <http://www.jornada.unam.mx/2004/08/30/eco-f.html>.

¹⁰ (<http://www.gestiopolis.com/>).

sostenible a través de mejores condiciones de intercambio, asegurando se mantengan los derechos de todos aquellos pequeños productores y trabajadores.”¹¹

1.9.6 Demanda.

Valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas. Las curvas de demanda y de oferta definen el precio de equilibrio del mercado, pudiendo la curva de demanda desplazarse hacia la derecha con toda una serie de costes de venta (marketing, promoción y publicidad); o también como consecuencia de la variación de las rentas de los consumidores o de los precios de otros bienes.¹²

1.9.7 Exportación.

Venta o salida de bienes, capitales, mano de obra, etc., del territorio nacional hacia terceros países. El valor monetario de las exportaciones se registra en la balanza de pagos.¹³

1.9.8 Oferta.

Es el conjunto de propuestas que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios. La curva de oferta registra el lugar de los puntos correspondientes a las cantidades que se ofrecen en un determinado bien o servicios a los distintos precios. En el comercio, se emplea la expresión estar en oferta para indicar que durante un cierto tiempo una serie de productos tienen un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda.¹⁴

¹¹ www.fairtrade.net

¹² Tamames, Ramón y Gallego, Santiago (2002), Diccionario de Economía y Finanzas.

¹³ Deloitte, S.L. (2007), Diccionario de Economía y Negocios.

¹⁴ Tamames, Ramón y Gallego, Santiago (2002), Diccionario de Economía y Finanzas.

1.9.9 Precio.

Lo que debe darse a cambio de una cosa, expresándose generalmente ese contravalor en unidades monetarias, si bien en el trueque es la cantidad de otro bien o servicio. En la economía de mercado, los cambios en los precios constituyen el mecanismo básico que rige la asignación de recursos.¹⁵

1.9.10 Producción.

Producción, desde el punto de vista económico es la elaboración de productos (bienes y servicios) a partir de los factores de producción (tierra, trabajo, capital) por parte de las empresas (unidades económicas de producción), con la finalidad de que sean adquiridos o consumidos por las familias (unidades de consumo) y satisfagan las necesidades que éstas presentan.¹⁶

1.9.11 Producción de Café Orgánico.

El cultivo de café orgánico se rige por normas internacionales de producción e industrialización que son vigiladas bajo un sistema de certificación que nos garantiza el consumo de café de alta calidad sin insumos de síntesis química y la protección del medio ambiente.¹⁷

1.9.12 Sostenibilidad.

El concepto de sostenibilidad implica una producción a largo plazo sin causar mayores daños al medio ambiente o agotar los recursos naturales. Sostenible cuando es ecológicamente segura, económicamente viable, socialmente justa y culturalmente apropiada, donde el medio ambiente y los recursos naturales son la base de la actividad económica. La agricultura sostenible preserva la biodiversidad, conserva el suelo, el agua y la energía, valora el conocimiento local, minimiza los

¹⁵ Idem.

¹⁶ Larrain, Felipe y Sachs, Jeffrey, (2002) "Macroeconomía" 2da. Edición,

¹⁷ Idem.

insumos externos que el productor necesita para cultivar haciéndolo más autosuficiente.¹⁸

1.10 MARCO TEÓRICO.

1.10.1 Comercio Internacional.

El comercio internacional es importante en la medida que contribuye a aumentar la riqueza de los países y de sus pueblos, riqueza que se mide a través del indicador de la producción de bienes y servicios que un país genera anualmente que es medido por el indicador producto Interno Bruto (PIB). Sobre la base de esta convicción se ha defendido la libertad de comercio como un instrumento que permite lograr un objetivo, la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de la población mundial que está íntimamente relacionada con la renta económica generada y con su distribución. A través del comercio internacional de bienes y servicios y de los flujos internacionales de dinero, las economías de los diferentes países están ahora más estrechamente relacionados. La economía mundial es más turbulenta en la actualidad de lo que ha sido en muchas décadas. Estar a la altura de los cambios del entorno internacional ha sido la preocupación central tanto de las estrategias de las empresas como de las políticas económicas nacionales.¹⁹

1.10.2 Teoría de la Ventaja Absoluta – Adam Smith.

Con la publicación en el año 1776 la obra de Adam Smith, “La Riqueza de las Naciones”, cierra el ciclo del mercantilismo y surge el nacimiento del liberalismo y de la escuela de pensamiento clásico con la política de laissez- faire (menor interferencia gubernamental posible en el sistema económico). El comercio basado en la ventaja absoluta enunciada por Smith, sustenta su tesis en un postulado elemental: si dos países comercian entre sí en forma voluntaria, ambos países deben obtener beneficios; si uno de los dos países no logra ganancia, o se encuentra en

¹⁸ FAO - Labrador y Altieri (2001) “AGRICULTURA ORGÁNICA”. <http://www.fao.org>.

¹⁹ Krugman, Paúl. (2001). “ECONOMÍA INTERNACIONAL”. Pág. 1.

pérdida, simplemente se negaría a hacerlo. De acuerdo con la teoría, el comercio entre dos países se basa en la ventaja absoluta; cuando un país es más eficiente que otro (o tiene una ventaja absoluta sobre aquél) en la producción de un bien, pero es menos eficiente que el otro país (o tiene una desventaja absoluta con respecto a aquél) en la producción de un segundo bien, entonces ambos países están en capacidad de obtener una ganancia si cada uno de ellos se especializa en la manufactura de un bien de su ventaja absoluta e intercambia con el otro país parte de su producción por el bien de su desventaja absoluta. Mediante este proceso permite la utilización de los recursos de la manera más eficiente posible, que lleva al incremento en la producción de ambos bienes. El aumento de producción de ambos bienes permite calcular las ganancias de la especialización por medio del intercambio entre ambos países mediante el comercio.²⁰

De acuerdo con su teoría, el libre comercio permitiría un uso mucho más eficiente de los recursos del planeta y en consecuencia, se lograría un mayor bienestar en todo el mundo. Pero es paradójico que hoy en día en su mayor parte de los países impongan tantas restricciones al libre flujo del comercio internacional.²¹

1.10.3 Teoría de la Ventaja Comparativa – David Ricardo.

Esta teoría evoluciona y da mayor precisión al análisis de Smith. David Ricardo publicó en 1871 su obra Principios de Política Económica y Tributación, obra en la que expuso la ley de la ventaja comparativa; según esta ley, aun cuando un país es menos eficiente que el otro (tiene una desventaja absoluta con dicho país) en la producción de ambos bienes, aún existe base para desarrollar actividades de intercambio comercial de beneficio mutuo. El primer país debe especializarse en la producción y exportación del bien en la cual es menor su desventaja absoluta (se trata del bien de su ventaja comparativa) e importar el bien donde su desventaja comparativa sea mayor (se trata del bien de su desventaja comparativa). En el

²⁰ Salvatore, Dominick. (1995). "ECONOMÍA INTERNACIONAL", Pág. 27.

²¹ Ídem. Pág. 28.

modelo ricardiano se da por hecho la existencia del trabajo como único factor de producción y la diferencia entre países es la mayor o menor productividad. Los países intercambian por necesidad y por conveniencia, importan lo que les es difícil producir entonces son improductivos y exportan los productos en donde son más productivos; a esto se denomina ventajas Comparativas. El comercio siempre es benéfico, por un lado incrementa el consumo de los residentes del país por la libre importación; es un método de producción que facilita la satisfacción de necesidades a un menor costo porque implica menos esfuerzo de producción. Los precios relativos de un país determinan la distribución de sus ganancias, para determinar los precios relativos es necesario observar la oferta y la demanda relativa; el precio relativo indica un salario de la misma naturaleza. Lo rescatable de la teoría, es la afirmación hecha sobre la tendencia a exportar bienes en los que se tenga alta productividad.²²

Uno de los principios fundamentales de David Ricardo en su obra Principios de Economía Política y Tributación, la teoría clásica de la renta fue la controversia sobre las Leyes de Granos, a consecuencia del embargo de Napoleón sobre puertos británicos durante las guerras napoleónicas. Los agricultores británicos se vieron obligados a aumentar la producción del cereal doméstico, y como los costes de producción eran más altos que en el extranjero, el precio del cereal británico aumentó. La renta que Ricardo definió como lo “que se paga... por el uso de las energías indestructibles del suelo” no existe en el margen (las peores tierras cultivadas) y aparece en las mejores tierras sólo cuando se ponen en cultivo las tierras peores; e identificaba la renta en el margen extensivo (cuando se cultivaba una tierra nueva), pero según Ricardo, la renta también aparece a causa de los rendimientos decrecientes de la tierra de la misma calidad (margen intensivo). El efecto de las Leyes de Granos era el de forzar una agricultura más intensiva y extensiva en Inglaterra. Lo que Ricardo demostró, que existían rendimientos decrecientes tanto en el margen intensivo (mayor cantidad de factores aplicada a la

²² Ídem. Pág. 30.

misma tierra) como en el margen extensivo (la misma cantidad de factores aplicada a diferentes clases de tierra).²³

1.10.4 Teoría de la Ventaja Competitiva – Michael Porter.

Michael Porter, en el Capítulo II de su libro “La Ventaja Competitiva de las Naciones”, establece las estrategias mundiales de la ventaja competitiva ya que dan una nueva configuración al papel de la nación de origen; los principios son los mismos tanto si la competencia es interior o internacional. La ventaja competitiva explica las fuentes necesarias para que una empresa pueda alcanzar mayor competitividad en el mercado, los factores que inciden en la competitividad responderán a la capacidad de las empresas de formular una estrategia competitiva; donde las empresas mejoran su ventaja competitiva por medio de la competencia mundial.²⁴

La unidad básica de análisis para la **Estrategia Competitiva** es el sector, que es un grupo de competidores que fabrican productos o prestan servicios y compiten directamente unos con otros; el sector es el palenque donde se gana o se pierde la ventaja competitiva, donde las empresas por medio de la estrategia competitiva tratan de definir y establecer un método para competir en un sector que sea rentable a la vez sostenible. La elección de la estrategia se basa en dos claves: la estructura del sector en el que compete la empresa y el posicionamiento dentro del sector.²⁵

a) EL análisis estructural de los sectores.

Los sectores difieren notablemente en la naturaleza de la competencia. Esta naturaleza se compone de cinco fuerzas competitivas: la amenaza de entrada de nuevos competidores, la rivalidad entre los competidores, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, y la amenaza de ingreso de productos sustitutos. La idea es que la corporación debe evaluar sus

²³ Ekelund, Robert B. y Hébert, Robert F. (1992). “HISTORIA DE LA TEORÍA ECONÓMICA Y DE SU MÉTODO”, Pág. 156.

²⁴ Porter, Michael E. (1991), “LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES”. Pág. 400

²⁵ Ídem.

objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial que se menciona a continuación:²⁶

i) Amenaza de entrada de nuevos competidores.

El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

ii) La rivalidad entre los competidores.

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, por tanto constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

iii) Poder de negociación de los proveedores.

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aun más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.

iv) Poder de negociación de los compradores.

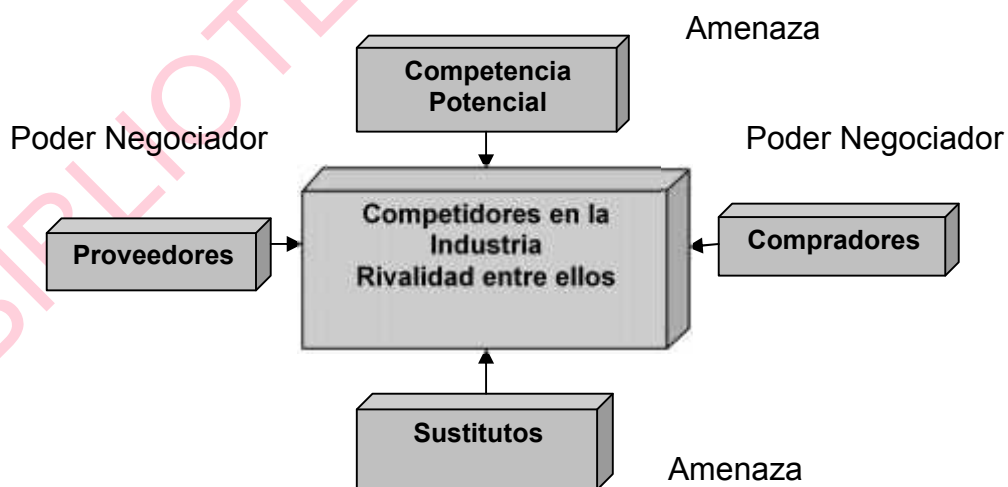
²⁶ "El Modelo de las 5 fuerzas de Porter". <http://www.dequate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk16.htm>

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

v) Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Las Cinco Fuerzas que guían la Competencia Industrial (Porter 1980)



b) El posicionamiento dentro de los sectores

El posicionamiento comprende la forma de competir en el sector, no solo con productos sino también al grupo objetivo de clientes; en el posicionamiento está la ventaja competitiva, que son dos tipos de ventaja competitiva: **el coste inferior y la diferenciación**. El primero está dado en diseñar, fabricar y comercializar un producto comparable, eficiente que sus competidores; a precios iguales o parecidos a sus competidores; el coste inferior se traduce en rendimientos superiores. La diferenciación es brindar al comprador un valor superior y singular en términos de calidad, características especiales y servicio posventa del producto; permite que la empresa pueda obtener un precio superior, generando rentabilidad superior, dado que los costes son comparables a sus competidores; es difícil alcanzar ambas metas.²⁷

Otra variable de posicionamiento dentro el sector, es el **ámbito competitivo**, o amplitud del objetivo de la empresa; relacionado a la gama de producto que fabricará, canales de distribución, tipos de compradores, zonas geográficas de venta. No existe un tipo de estrategia que sea apropiada para todos los sectores, pero diferentes estrategias pueden coexistir con todo éxito en muchos sectores.²⁸

Porter identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a la corporación una ventaja competitiva.²⁹

- **Economías de Escala.**

Los altos volúmenes de producción permiten reducir costos, dificulta a un nuevo competidor entrar con precios bajos. Pero con la caída de las barreras geográficas y reducción del ciclo de vida de los productos, nos obliga a evaluar si la búsqueda de economías de escala en mercados locales nos resta

²⁷ http://html.rincondelvago.com/ventaja-competitiva-de-las-naciones_m_porter_1.html

²⁸ Ídem.

²⁹ <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk16.htm>, "EL MODELO DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER"

flexibilidad y nos hace vulnerables frente a competidores más ágiles que operan globalmente.

- **Diferenciación del Producto.**

Al diferenciar y posicionar fuertemente el producto, la compañía entrante debe hacer cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival. Hoy la velocidad de copia con que reaccionan los competidores o mejoras al producto existente buscando la percepción de una calidad más alta, erosiona ésta barrera.

- **Inversiones de Capital.**

Si la corporación tiene fuertes recursos financieros tendrá una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños, le permitirá sobrevivir más tiempo que éstos en una guerra de desgaste, invertir en activos, que otras compañías no pueden hacer, tener un alcance global o ampliar el mercado nacional e influir en el poder político de los países o regiones donde operan. Ante las leyes anti monopólicas de la mayoría de los países, de enfrentar con pequeños competidores, es importante la creación de barreras competitivas mediante una fuerte concentración de recursos financieros es un arma muy poderosa si la corporación es flexible en la estrategia, ágil en sus movimientos tácticos y se ajusta a las leyes anti monopólicas.

- **Desventaja en Costos independientemente de la Escala.**

Sería el caso cuando compañías establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser emuladas por competidores potenciales independientemente de cuál sea su tamaño y sus economías de escala. Esas ventajas podrían ser las patentes, el control sobre fuentes de materias primas, la localización geográfica, los subsidios del gobierno, su curva de experiencia. Para utilizar ésta barrera la compañía dominante utiliza su ventaja en costos para invertir en campañas promocionales, en el rediseño del producto para

evitar el ingreso de sustitutos o en nueva tecnología para evitar que la competencia cree un nicho.

- **Acceso a los Canales de Distribución.**

Si los canales de distribución del producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumento de márgenes de utilidad para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, etc., lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante. Cuando no es posible penetrar los canales de distribución existentes, la compañía entrante adquiere a su costo su propia estructura de distribución y aún puede crear nuevos sistemas de distribución y apropiarse de parte del mercado.

- **Política Gubernamental.**

Las políticas gubernamentales pueden limitar o impedir la entrada de nuevos competidores con leyes, normas y requisitos. Los gobiernos fijan, por ejemplo, normas de control del medio ambiente o requisitos de calidad y seguridad de los productos que exigen grandes inversiones de capital o de sofisticación tecnológica y además alertan a las compañías existentes sobre la llegada de potenciales contrincantes. Hoy la tendencia es a desregular, eliminación de subsidios y barreras arancelarias, concertar con influyentes grupos de interés político y económico supranacionales y en general a navegar en un mismo océano económico donde los mercados financieros y los productos están cada vez más entrelazados.

La estrategia es dinámica, las fuentes de ventajas tradicionales ya no proporcionan seguridad a largo plazo. Las barreras tradicionales de entrada al mercado están siendo abatidas por jugadores hábiles y rápidos. La fortaleza de una estrategia dada

no está determinada por el movimiento inicial, sino por la anticipación y enfrentamos a las maniobras y a las reacciones de los competidores y a los cambios en las demandas de los clientes a través del tiempo, puesto que cualquier ventaja es meramente temporal. El éxito de una estrategia depende del efectivo manejo a los cambios que se presenten en el ambiente competitivo.³⁰

1.10.5 Comercio Justo.

El año 1964, comienza el sistema de Comercio Justo Fair Trade, con la conferencia de la UNCTAD Allí, se planteó la ayuda económica hacia los países pobres por un régimen de apertura comercial de los mercados de alto poder adquisitivo. Unos pocos grupos de habitantes de los países desarrollados promovieron la creación de tiendas "UNCTAD", que comercializarían productos del llamado Tercer Mundo en Europa, evitando las barreras arancelarias de entrada. A partir de ese momento, se inició una cadena de tiendas "Solidarias", en Holanda y luego Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica.³¹

En el año 1973, entró en este sistema de comercio el café fairtrade, producido por cooperativas guatemaltecas bajo la marca común "Indio Solidarity Coffee". En los años 80, creció las transacciones, mejora de calidad y diseño de artesanías e ingreso de productos mezclas (de café, té, miel, azúcar, cacao, nueces) a mercados importantes apoyados en una red. El sello identificatorio ha dado un gran impulso al sistema, la primera marca de calidad Comercio Justo fue en Holanda en 1988. A partir de ese ejemplo, surgieron varias iniciativas de "Etiquetado Justo". En 1997, varias de ellas se organizaron formando la Fair Trade Labelling Organizations International (FLO - Organización Internacional de Etiquetado Justo).³²

³⁰ Ídem.

³¹ El movimiento de Comercio Justo nació en Europa, en la 1^{ra}. Conferencia de la UNCTAD (Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas) celebrada en Ginebra en 1964. Entonces los países del Tercer Mundo, se estaban desarrollando procesos políticos y nuevos Gobiernos Nacionales como resultado de la lucha por la descolonización, presionaron bajo el lema "**Comercio, No Ayuda**", exigiendo a los países ricos de la metrópoli que abrieran sus fronteras a los productos agrícolas del Tercer Mundo.

³² <http://www.consumosustentable.org>

El sistema Comercio Justo, es una iniciativa para crear canales comerciales innovadores, dentro de los cuales la relación entre las partes se orienta al logro del desarrollo sustentable y sostenible de la oferta. Fair Trade se orienta hacia el desarrollo integral, con sustentabilidad económica, social y ambiental, respetando la peculiaridad de los pueblos, sus culturas, sus tradiciones y los derechos humanos básicos. Las nuevas alternativas al comercio internacional se establecen en las siguientes iniciativas:³³

- El comercio justo representa una relación más directa y solidaria entre el consumidor y el pequeño productor. Al eliminar la intermediación excesiva, se procura un trato comercial más justo, para el pequeño productor como para el consumidor. De esta manera, el productor logra obtener un ingreso digno que refleja el valor real de su trabajo y le permite impulsar sus propios medios de desarrollo comunitario y comercial. A cambio, el consumidor obtiene un producto de alta calidad integral (calidad física, social, cultural y ecológica) a un precio razonable mientras brinda apoyo al desarrollo sustentable del productor.
- El comercio justo es una alianza entre productores y consumidores que trabajan para enfrentar las dificultades de los productores y aumentar el acceso al mercado y promover un proceso de desarrollo sostenible.
- El comercio justo exige la construcción colectiva, reglamentación transparente e inclusión de los excluidos en políticas públicas adecuadas y responsables, certificaciones independientes con formulaciones y planificaciones que incluyan relaciones comerciales, preservación ambiental, producción orgánica, desarrollo del territorio y capital social.

³³ Pablo Cuba Rojas (2006). "TEJIDO SOCIAL PRODUCTIVO Y DESARROLLO ECONÓMICO EN MUNICIPIOS". Predicciones a través del análisis Multivariado. Pág.7

1.10.5.1 Ventajas de Participar dentro el Comercio Justo.

Las organizaciones de pequeños productores al participar dentro del Comercio Justo tienen las siguientes ventajas:³⁴

Un precio mínimo. El Comercio Justo tiene un precio que sirve de base y consiste en 125 dólares/100 libras de café oro, sea convencional, orgánico o en transición. Con este precio se considera que el productor puede cubrir los costos de producción y quedarse con alguna utilidad. Los 125 dólares es el precio mínimo que los importadores deben pagar aunque el precio del café en la Bolsa de Nueva York se encuentre por debajo de este.

Un premio social. Este consiste en 10 dólares/100 libras de café oro sea convencional, orgánico o en transición. Actualmente de acuerdo a las normas del mercado justo, este premio debe destinarse para apoyar los proyectos productivos, de beneficios social o colectivo que la asamblea de socios de las organizaciones de productores decidan. Las organizaciones han invertido el premio social para apoyar algunos proyectos como son: pago de asistencia técnica y capacitación, construcción de bodegas, proyectos de salud, equipamiento de oficinas, etc.

Un premio orgánico. Si el café es orgánico y está certificado, este premio consiste generalmente en 20 dólares/100 libras de café oro.

Pre financiamiento. Las organizaciones también tienen la ventaja de que pueden solicitar a sus clientes que les proporcionen un pre-financiamiento o crédito para el acopio del café, si es que lo necesitan. El monto del crédito puede ser hasta del 60% sobre el importe de los compromisos de comercialización, es decir el importe de los volúmenes contratados, pero las tasas de (intereses) del crédito lo deciden ellos.

³⁴ <http://www.cepco.org>

Mercado seguro y por largo tiempo. Si los socios y la organización cumplen con las reglas y compromisos del mercado justo, las relaciones comerciales con sus clientes pueden prolongarse por mucho tiempo, con esto, ambos: productores e importadores se aseguran los canales de comercialización aunque haya tiempos de crisis.

Todas estas ventajas juntas implican que las organizaciones pueden ofrecer a sus socios seguridad en el mercado y en el precio.

1.10.5.2 Participantes del Comercio Justo.

Son los consumidores responsables solidarios con los pequeños productores, dispuestos a pagar un precio justo, pero exigen a cambio productos de mejor calidad. Los comercializadores exportadores e importadores sin la ambición de lucro, son solidarios con productores y consumidores dispuestos a distribuir en forma menos injusta las utilidades, pero que exigen corresponsabilidad. Algunos son importadores que han sostenido relaciones comerciales por muchos años con las organizaciones, incluso los han hecho socios, accionistas, de sus empresas; otras son empresas de las propias organizaciones las cuales realizan la exportación y solo recuperan sus costos de mantenimiento y de operación.³⁵

1.10.5.3 Criterios que deben cumplir las Organizaciones para obtener la Certificación del Comercio Justo.

El Comercio Justo tiene escritos dentro de sus normas cuatro tipos de criterios:³⁶

- ✓ Criterios de desarrollo social,
- ✓ criterios de desarrollo económico,
- ✓ criterios de desarrollo medioambiental, y
- ✓ criterios sobre condiciones de trabajo.

³⁵ Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia. (2006) "MANUAL DE CALIDAD DE CAFÉ PARA LAS FAMILIAS CAFETELERAS DE FECAFEB". Pág. 111.

³⁶ Ídem. Pág. 163.

Dentro de cada uno de ellos se establecen Requisitos Mínimos y Requisitos de Progreso, los cuales deben cumplir los productores y sus organizaciones para poder obtener y conservar la certificación, y así poder participar dentro del Comercio Justo.

Los requisitos mínimos son aquellos que las organizaciones deben cumplir desde el momento en que solicitan su certificación dentro del Comercio Justo, es decir en un plazo inmediato, si no los cumplen no pueden ser certificadas, o pueden perder la certificación en caso de que ya la tengan. Los requisitos de progreso son aquellos que las organizaciones deben cumplir a mediano plazo, este plazo lo determina el organismo de certificación.³⁷

1.10.6 Comparación de las Teorías Relacionado al Tema de Estudio.

Hecho el análisis de las teorías económicas descritas inicialmente del comercio internacional en el marco teórico, se establece que la teoría económica de los clásicos se asemeja al tema de estudio, con la ventaja comparativa de David Ricardo aunque en la actualidad se han hecho perfeccionamientos y modificaciones, pero el principio básico permanece, de acuerdo a la ley de la ventaja comparativa (explicada anteriormente). También se toma en cuenta de la ventaja competitiva de las naciones de Michael Porter.

Se establece, que los productores de café del Municipio de café posee varios e importantes factores que determina su ventaja comparativa y competitiva en la producción y posterior exportación de café orgánico entre los cuales se tiene:

- Suelos ecológicos y clima adecuado para la producción de café.
- Una cultura mayoritaria de producción “natural” en pequeñas parcelas que la hacen apta para optar por cultivos ecológicos.

³⁷ Ídem. Pág. 165.

- Recursos hídricos, que son suficientes para el desarrollo de cultivos orgánicos.
- El año 2005 el Municipio de Caranavi fue declarado por Resolución Municipal, Municipio ecológico libre de transgénicos.
- La agricultura orgánica en el Municipio de Caranavi combina el conocimiento artesanal (tradicional), con la tecnología adaptada y la ciencia de la agricultura ecológica moderna.
- Mano de obra relativamente bajo a comparación de los demás países productores de café.

También, el café de calidad de exportación debe tener los siguientes atributos, como se tiene en el Municipio de Caranavi:

- Acidez fina,
- Sabor agradable,
- Cuerpo Cremoso,
- Buen resabio y
- Buen aroma.

CAPITULO II

MARCO LEGAL, POLÍTICAS E INSTITUCIONALES

2.1 MARCO LEGAL.

Este acápite considera una breve referencia al aspecto Legal en la que respalda al tema de estudio.

2.1.1 Economía y Régimen Agrario Campesino.

En la anterior Constitución Política del Estado vigente hasta el año 2007, en el Régimen Económico y Financiero del capítulo de Política Económica del Estado, establecía, que el Estado podrá regular, mediante Ley, o liderar el ejercicio del comercio y de la industria cuando se requiera en seguridad o necesidades públicas. En lo que respecta al Régimen Agrario y Campesino, el Estado tenía la función de planificar y fomentar el desarrollo económico y social de las comunidades campesinas y de las cooperativas agropecuarias. También de conceder créditos de fomento para elevar la producción agropecuaria, mediante Ley.³⁸

2.1.2 Economía y Desarrollo Rural Integral Sustentable.

La Nueva Constitución Política del Estado vigente desde el año 2008, en el capítulo de políticas económicas, establece en una de ellas; que el Estado tiene la función de determinar una política productiva industrial y comercial que garantice una oferta de bienes y servicios suficientes que cubra el mercado interno y fortalecer la capacidad exportadora. La política económica facilitará a organizaciones económicas campesinas, asociaciones u organizaciones de pequeños productores el acceso a: capacitación técnica, a la tecnología, créditos, a la apertura de mercados y mejoramiento de procesos productivos. “El desarrollo rural integral sustentable es parte fundamental de las políticas económicas del Estado, que priorizará sus

³⁸ “CONSTITUCION POLÍTICA DEL ESTADO” (2004).

acciones para el fomento de todos los emprendimientos económicos comunitarios y del conjunto de los actores rurales, con énfasis en la seguridad y en la soberanía alimentaria”. Uno de los objetivos de la política de desarrollo rural integral del Estado, en coordinación con las entidades territoriales autónomas y descentralizadas es promover la producción y comercialización de productos agro ecológicos.³⁹

2.1.3 Regulación y Promoción de Producción Agropecuaria y Forestal no Maderable Ecológica.

La Regulación y Promoción de la Producción Agropecuaria y Forestal No Maderable Ecológica, establecida en esta Ley, “declara de interés y necesidad nacional, la cual tiene por objeto: Regular, Promover y Fortalecer Sosteniblemente el Desarrollo de la Producción Agropecuaria y Forestal No Maderable Ecológica en Bolivia, la misma se basa en el principio de la lucha contra el hambre en el mundo, no solo de producir más alimentos sino que estos sean de calidad, inocuos para la salud humana y biodiversidad, así mismo sean accesibles y estén al alcance de todos los seres humanos; y los procesos de producción, transformación, industrialización y comercialización no deberán causar impacto negativo o dañar al medio ambiente”.⁴⁰

2.1.4 Exportaciones de Bienes y Servicios.

Las exportaciones bolivianas de bienes y servicios establecida en la Ley de Exportaciones, alcanza a todas las mercancías y servicios del Universo Arancelario, excepto las mercancías y servicios de legislación específica, y las que corresponden al sector minero-metalúrgico. Esta Ley tiene por objeto de incrementar y diversificar las exportaciones, facilitando de manera directa a los exportadores el financiamiento internacional.

³⁹ Asamblea Constituyente, Honorable Congreso Nacional (2008). “NUEVA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO”.

⁴⁰ Honorable Congreso Nacional (2006). “LEY N° 3525 DE REGULACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA Y FORESTAL NO MADERABLE ECOLÓGICA”

En cumplimiento del principio de neutralidad impositiva, los exportadores de mercancías y servicios sujetos de la presente Ley, recibirán la devolución de Impuesto al Valor Agregado, el Impuesto a las Transacciones y el Impuesto al Consumo Específico, pagados por los costos, gastos, aranceles sobre insumos y bienes incorporados en las mercancías de exportación o componentes nacionales incorporados a mercancías que hubiesen sido internadas bajo el régimen del Régimen de Internación Temporal para Exportación (RITEX) y las cuales fueran luego exportadas.⁴¹

2.1.5 Calidad del Café.

El Decreto Supremo, referido al café tiene por objeto establecer las normas relativas a la promoción de la calidad del café, en función de la consolidación y apertura de mercados internacionales. El café boliviano de exportación para entonces era objeto de observaciones, debido a las condiciones de producción y comercialización del producto, que se traducían en el castigo de su precio afectando negativamente los ingresos del sector cafetalero, situación que obligaba a establecer procesos eficientes de explotación y beneficio del café, con la finalidad de garantizar la calidad del producto. También establece, que la exportación de café debe contar con el correspondiente certificado de calidad que será emitido con carácter previo a la exportación (por el Organismo Boliviano de Acreditación), donde el costo de certificación deberá ser pagado por el exportador.⁴²

2.2 MARCO DE POLÍTICAS.

2.2.1 Plan Nacional de Desarrollo (PND).⁴³

El año 2006 del mes de junio, el actual gobierno hace conocer el Plan Nacional de Desarrollo: “Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien”. El

⁴¹ Honorable Congreso Nacional (1993). “LEY N° 1489, LEY DE EXPORTACIONES”.

⁴² Presidencia de la República (2000). “DECRETO SUPREMO N° 25811”.

⁴³ Ministerio de Planificación del Desarrollo (2006). PLAN NACIONAL DE DESARROLLO “BOLIVIA DIGNA, SOBERANA, PRODUCTIVA Y DEMOCRÁTICA PARA VIVIR BIEN” 2006-2010.

nuevo Plan Nacional de Desarrollo: 2006 – 2010, reconoce la importancia de promover la producción ecológica a nivel nacional, descrito en el capítulo 5 de Bolivia Productiva, subcapítulo 5.4 de Revolución Productiva Diversificada e Integrada Basada en el Trabajo y el Conocimiento, e inciso 5.4.1 del Desarrollo Agropecuario, se hace conocer la política 5: de Producción para Soberanía Alimentaria. Se constituye en el instrumento principal de planificación del gobierno nacional,⁴⁴ esta estrategia conduce a la construcción de una nueva sociedad fundada en la multiculturalidad, diversidad de prácticas solidarias en comunidades urbanas y rurales; en la construcción de una nueva forma de organización nacional sustentada como expresión de la diversidad de intereses y aspiraciones de cambio en función del Vivir Bien, ahora y mañana en armonía con la naturaleza y en comunidad con los seres humanos.

El Plan Nacional de Desarrollo, define en el Desarrollo Agropecuario la transformación de la estructura agraria en términos de superar, de manera permanente y sostenible, los problemas de pobreza de las poblaciones originarias e indígenas. Una de las estrategias, es el Desarrollo Productivo y Ecológico con soberanía alimentaria, que permite la autosuficiencia del sector de alimentos.

Respecto a la exportación, establece de diversificar, fortalecer y apoyar a las exportaciones con valor agregado principalmente, a la micro, pequeña y mediana empresa, organizaciones económicas campesinas (OECAs) y comunidades. Fortalecer el mercado interno y establecer con reglas claras y requisitos a la inversión extranjera.

2.2.1.1 Política de Desarrollo Agropecuario.

El desarrollo agropecuario en Bolivia, es uno de los temas centrales de debate en las políticas públicas orientadas a promover soluciones de fondo al tema de la pobreza

⁴⁴ PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (PND) fue presentado en el mes de junio de 2006; posteriormente, fue ajustado y aprobado mediante Decreto Supremo 29272 del 12 de septiembre de 2007.

en el país, con diversidad de espacios geográficos, biodiversidad y grupos humanos. La situación actual de la agricultura y ganadería se constituye en el elemento central para el análisis del crecimiento económico y las perspectivas de desarrollo que puede tener el país. Este tema adquiere importancia estratégica, porque la mayor parte de la producción agropecuaria del país beneficia a determinados grupos empresariales y no involucra a amplios sectores de la sociedad boliviana, que aún viven de una producción de subsistencia, que reproduce cíclicamente la pobreza extrema. Este es un tema pendiente a ser resuelto con equidad.⁴⁵

2.2.1.2 Política de Desarrollo Tecnológico de la Producción Agraria.

La política de desarrollo tecnológico de la producción agraria esta dirigida a la transformación de la producción rural, en impulsar la investigación, inventariar y validar tecnologías nativas, apropiar tecnologías externas y promover el conocimiento tecnológico en las modalidades de aprender haciendo, escuelas de campo y de "campesino a campesino". La adopción de tecnologías para el manejo de cultivos, manejo del agua, manejo del suelo, etc., con las metodologías señaladas marcan el cambio en tecnologías para una agricultura ecológica, optimización en el uso de agua para el riego, uso adecuado de maquinaria agrícola y herramientas, empleo de fertilizantes orgánicos, manejo integrado de plagas; aplicación estricta de cumplimiento de la norma en la agricultura ecológica, asimismo, se establece el control en utilización de semillas mejoradas y certificadas para elevar los rendimientos. Difusión de tecnologías mejoradas de cosecha y poscosecha específicos para cada rubro agrícola, para evitar las pérdidas; construcción de centros de acopio, almacenaje, sistemas de riego, infraestructura para la poscosecha e infraestructura productiva. El programa a implementar en las regiones es a través del Ministerio de Desarrollo Rural, Agropecuario y Medio Ambiente (MDRAMA) en estrecha coordinación con las prefecturas, municipios, organizaciones productivas y

⁴⁵ José Ramón Campero M. (2008). ¿A QUIÉN BENEFICIA EL DESARROLLO AGROPECUARIO EN BOLIVIA? Estado de Situación sobre la Agricultura y Ganadería.

asociaciones de productores; de tal manera que el acceso y adopción de tecnologías agropecuarias sea un esfuerzo compartido entre productores, científicos y técnicos.⁴⁶

2.2.1.3 Política de Agricultura Ecológica.

En el marco de la política de transformación agraria, la agricultura ecológica orienta al desarrollo de prácticas naturales o ecológicas que eliminan el uso de agroquímicos y limitan al mínimo el uso de fertilizantes químicos, los que son sustituidos por productos orgánicos. Todos los procesos deben responder a normas técnicas de producción ecológica y de calidad durante las fases de producción, cosecha, aprovechamiento, transformación, industrialización y comercialización, cuya certificación será realizada por entidades especializadas y reconocidas ante la autoridad nacional competente.⁴⁷

Priorizar el desarrollo agrícola en las unidades pequeñas y medianas, orientando la integración vertical con la agroindustria. Orientar la transformación de la estructura productiva rural y agropecuaria, con un proceso de innovación y adopción de tecnologías de acuerdo con las especificidades regionales al cumplimiento de la gestión ambiental y de riesgos, trabajando para otorgar valor agregado a la producción, y a la articulación sectorial.⁴⁸

2.2.1.4 Política de Exportaciones.

La política de exportaciones fortalece a apoyar principalmente las exportaciones con valor agregado de la micro, pequeña y mediana empresa, organizaciones económicas campesinas (OECAs) y comunidades, a fin de aprovechar eficientemente los acuerdos y preferencias arancelarias. Promocionar las exportaciones bolivianas mediante la investigación de la “inteligencia comercial” para identificar la demanda potencial, nichos de mercado y oportunidades comerciales en

⁴⁶ Ministerio de Planificación del Desarrollo (2006). PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. Pág. 135.

⁴⁷ Ídem. Pág. 131.

⁴⁸ Ídem.

el mundo y particularmente con los países que se tienen relaciones comerciales, para productos de la oferta exportable boliviana actual y potencial. Los programas a priorizar son: Identificar técnicamente la demanda potencial atendible para incrementar el flujo comercial articulando y posicionando la oferta exportable en el mercado internacional; desarrollar la inteligencia comercial, con la creación de un mecanismo moderno que facilite las operaciones comerciales de Bolivia, que permita una mejor internacionalización de las empresas exportadoras; y desarrollar la imagen país mediante la promoción de la oferta exportable y de inversiones en Bolivia a través de las Misiones Diplomáticas del país en el exterior y la organización de Vitriñas Comerciales en Embajadas y Consulados de Bolivia.⁴⁹

2.3 MARCO INSTITUCIONAL.

2.3.1 Ministerio de Desarrollo Rural y Tierra (MDRyT).⁵⁰

El Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT), es la institución pública del Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional, encargada de promover, facilitar, normar y articular el desarrollo rural integral agropecuario, forestal, acuícola y de la coca de forma sustentable e impulsar en el país una nueva estructura de tenencia y acceso a la tierra y bosques, a través de la formulación, ejecución y evaluación de políticas, normas y servicios, en beneficio de pequeños y medianos productores(as), comunidades y organizaciones económicas campesinas e indígenas y sector empresarial, bajo los principios de calidad, equidad, inclusión, transparencia e identidad cultural, en busca de la seguridad y soberanía alimentaria para vivir bien.

El Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT), es la institución del sector que impulsa en el país un nuevo enfoque de desarrollo rural agropecuario, forestal, acuícola, de la coca y con acceso a la tierra, en el marco de la seguridad y soberanía alimentaria, generando productos de calidad y con valor agregado; está al servicio de

⁴⁹ Ídem. Pág. 203.

⁵⁰ <http://www.min.desarrollorural.gob.bo>

pequeños y medianos productores, comunidades y organizaciones económicas campesinas e indígenas y sector empresarial.

2.3.2 Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE).⁵¹

El Instituto Boliviano de Comercio Exterior, inicia sus actividades a finales de 1986, y obtiene su Personería Jurídica No. 204442 el año 1988, logrando consolidar rápidamente su presencia en el ámbito nacional e internacional.

El Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) es una institución técnica de promoción del comercio, cuyo trabajo se enmarca en el cumplimiento de los grandes objetivos nacionales de crecimiento económico y desarrollo social. El objetivo económico del IBCE es el de contribuir al desarrollo productivo del país; su objetivo social es generar crecientes fuentes de empleo a través de la consolidación del comercio exterior boliviano.

2.3.3 Cámara de Exportadores (CAMEX).⁵²

La Cámara de Exportadores (CAMEX) fue fundada el 5 de julio de 1993 y reconocida mediante resolución Suprema N° 214562 de fecha 27 de octubre de 1994, con personería jurídica conformada como una asociación gremial de carácter empresarial, se encuentra constituida por empresas y personas naturales relacionadas con las actividades del Comercio Exterior.

La misión de la Cámara de Exportadores – CAMEX de La Paz es promover, promocionar e incentivar el comercio Internacional a través de la prestación de servicios de pequeños, medianos y grandes empresarios de manera que se creen las condiciones necesarias para conseguir ventajas competitivas y normas transparentes en el momento de la exportación.

⁵¹ <http://www.ibce.org.bo/ibce/perfil.asp>

⁵² http://www.camexbolivia.com/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=55&Itemid=105

2.3.4 Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA).⁵³

El Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA), constituido en fecha 05 de mayo de 1993, con personalidad jurídica reconocida mediante Resolución Suprema N° 213015 de fecha 30 de julio de 1993, es la institución a la cual el Gobierno por Decreto Supremo N° 23489 de fecha 29 de abril de 1993 le ha otorgado oficialmente la facultad de desarrollar actividades afines y relacionadas en los ámbitos de la Normalización Técnica, Certificación de la Calidad, y Administrar un Servicio de Información Técnica Industrial.

El Decreto Supremo N° 24498 de fecha 17 de febrero de 1997, con el cual se crea el Sistema Boliviano de Normalización, Metrología, Acreditación y Certificación (SNMAC), consolida su ámbito de acción.

IBNORCA es una asociación privada sin fines de lucro, con patrimonio propio, establecida como asociación civil de derecho privado, sin perjuicio de las funciones públicas que le atribuye el Gobierno. Se rige por las disposiciones legales y reglamentarias que le son aplicables.

IBNORCA tiene como ámbito la totalidad del terreno nacional incluyendo las zonas francas establecidas en el país. Tiene su dominio principal y sede en la ciudad de La Paz, pudiendo trasladar su sede por decisión de la Asamblea General. Asimismo, puede constituir representaciones y oficinas dependientes en cualquier lugar de la República.

2.3.5 Bio Latina⁵⁴

BIO LATINA es una empresa Latinoamericana en certificación orgánica para el Mundo, unión de cuatro agencias certificadoras latinoamericanas que trabajan en conjunto desde 1998. BIO LATINA certifica en 6 países en Sudamérica: Bolivia,

⁵³ http://www.ibnorca.org/01_snos/03_estrag.html

⁵⁴ <http://www.biolatina.com>

Colombia, Ecuador, Nicaragua, Perú, Venezuela y 5 países en Centroamérica: Panamá, Honduras, Guatemala, El Salvador y México. La sede principal se encuentra en Lima, Perú. Certifica sistemas de producción agropecuarios y silvestres, el sistema de calidad permite garantizar a los productores, elaboradores y comercializadores una certificación que cumple con las normas y la reglamentación internacional y nacional.

BIO LATINA está acreditada de acuerdo a ISO 065 y NOP-USDA. Actualmente certifica de acuerdo a todas las normas orgánicas internacionales más importantes (Unión Europea, NOS-USDA, JAS, Bio Suisse, Soil Association etc.) y además las más importantes normas para café (Starbucks, Bird Friendly, 4C, GLOBALGAP, UTZ CERTIFIED).

2.3.6 Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia (FECAFEB).⁵⁵

La Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia (FECAFEB), fue creada en 1991, para apoyar y defender los intereses de los pequeños productores cafetaleros, facilitando la promoción y comercialización del café de sus miembros. Con su trabajo y a través del tiempo ha logrado impulsar la imagen y calidad del café orgánico especial boliviano. La FECAFEB es una organización matriz a nivel nacional que agrupa a Organizaciones Económicas Campesinas (OECAs) estructuradas en Asociaciones, Cooperativas y CORACAS (Corporaciones Agrarias Campesinas) cafetaleras. Actualmente están afiliadas 35 organizaciones, que representa a 9000 familias cafetaleras organizadas.

2.3.7 Asociación de Servicios Financieros Cafetaleros (FINCAFE).

El 23 de abril de 2002, se constituyó la Asociación de Servicios Financieros Cafetaleros - FINCAFE, como asociación civil autónoma sin fines de lucro. Una

⁵⁵ <http://www.fecafeb.com>

organización matriz a nivel nacional, que apoya los intereses de pequeñas familias de productores de café organizados.

El objetivo de FINCAFE es proporcionar financiamiento para producción y comercialización a organizaciones cafetaleras que conforman la FECAFEB, para mejorar la calidad de vida de las familias productoras de café a través de servicios financieros adecuados y oportunos”. FINCAFE depende de FECAFEB.

2.3.8 Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG).⁵⁶

El Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria “SENASAG”, creada mediante Ley 2061 de 16 de marzo de 2000, como estructura operativa del ex Ministerio de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural y Tierras, encargado de administrar el régimen de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria. Es un órgano de derecho público, desconcentrado del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, con estructura propia, independencia de gestión técnica, legal administrativa, competencia de ámbito nacional y dependencia funcional del Viceministerio de Desarrollo Rural y Agropecuario, ejerce supervisión sobre el cumplimiento de las normas, objetivos y resultados institucionales.

La misión institucional del SENASAG, es administrar la sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria en todo el territorio nacional; cuyas atribuciones son: preservar la condición sanitaria del patrimonio productivo agropecuario y forestal, el mejoramiento sanitario de la producción animal y vegetal y garantizar la inocuidad alimentaria en los tramos productivos y de procesamiento del sector agropecuario.

⁵⁶ <http://www.senasag.gob.bo/institucional.html>

CAPITULO III

CONTEXTO GENERAL DEL CAFÉ Y EXPORTACIÓN

3.1 EL CAFÉ.

3.1.1 Origen.

La historia sobre el origen de la planta del café menciona a la Etiopía (África), pero la costumbre de tomar bebida derivada del grano de café proviene de Arabia; los grandes propagadores del cultivo de café fueron los holandeses, que establecieron y explotaron grandes plantaciones en sus colonias e introdujeron a Europa, desde donde pasó a Guayana Holandesa, Brasil, Centro América y a otros países. El fruto (grano) de la planta del café pertenece a la familia de las Rubiáceas y al género "Coffea", cuyas especies comercialmente conocidas son: la Arábica (Coffea Arábica que se desarrolla entre 800 y 1.800 m.s.n.m, tiene bajo contenido de cafeína, sus características organolépticas son mas intensas a los sentidos), y Robusta (Coffea Canephora, con cultivos a altitudes de menos de 800 m.s.n.m., plantas de mayor productividad, y de menor calidad).⁵⁷

En tres siglos esta infusión ha pasado de ser casi desconocido a convertirse en una bebida universal. El café es una de las bebidas de mayor consumo en el mundo y comercialmente es el segundo producto de importancia en el mercado internacional, solamente atrás del petróleo.⁵⁸

3.1.2 Botánica.⁵⁹

Según el Profesor Augusto Chevalier, la familia de las Rubiáceas posee, más 500 géneros y de 6 a 8 mil especies descritas en el mundo. Menciona además este autor

⁵⁷ Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia. (2006) "MANUAL DE CALIDAD DE CAFÉ PARA LAS FAMILIAS CAFETELERAS DE FECAFEB". Pág. 5, 27.

⁵⁸ Ídem.

⁵⁹ Ídem.

que el género *Coffea* pertenecen unas sesenta especies. De estas, sólo tres especies son las más importantes: la arábica, canephora (robusta) y *coffea* libérica.

Género: *Coffea*.

Especie: arábica, canephora (robusta) y libérica.

Nombre Científico: *Coffea* arábica, *Coffea* canephora (robusta) y *Coffea* liberica.

Tribu: Coffeoideae.

Familia: Rubiaceae.

3.1.3 Especies Comerciales.

El café es una especie arbustiva, de 4,6 a 6 m de altura en desarrollo completo. En la producción del café a nivel mundial existen 2 especies económicamente comerciables.

3.1.3.1 *Coffea* Arábica.

Es la especie más conocida como “Arábica”, sus características principales son:⁶⁰

- Representa el 61,6% de la producción mundial, las plantas se desarrollan en forma de arbustos y crecen desde 600 m.s.n.m. a 2000 m.s.n.m.
- Color verde –azulado, tamaño mediano, menor contenido de cafeína (0,9 a 1,2%), bebida suave, buen aroma y acidez, y sabor exquisito.
- Se utiliza para café tostado en grano o molido, y en poca escala para café soluble. Son cafés de taza suave.
- A sus variedades se les conoce como cafés árabes.
- Son muy cotizados en el mercado internacional por ser granos delicados plenos de sabor.
- Reciben los más altos precios debido a su alta calidad y disponibilidad limitada.
- Su producción se expandió principalmente en América Central y Sur.

⁶⁰ Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia (2006). “MANUAL DE CALIDAD DE CAFÉ” Para las Familias Cafetaleras de FECAFEB. Pág. 25

3.1.3.2 Coffea Canephora.

Es más conocida como “Robusta”, sus características principales son:⁶¹

- Representa el 38,4% de la producción mundial, las plantas se desarrollan en forma de árboles y crecen desde el nivel del mar hasta los 800 m.s.n.m.
- Color más café, tiene más contenido de cafeína (1,6 a 2,4%), bebida amarga, con menor acidez y aroma, pero con buen cuerpo.
- Crecen zonas bajas, se utiliza para elaboración de café soluble o instantáneo y en poca escala para café tostado o molido.
- Son altamente comerciales debido a su bajo precio.
- La especie Robusta es más resistente a las plagas.
- Su producción, generalmente se propagó en África y Asia.

3.2 MERCADO MUNDIAL DEL CAFÉ.

El café es uno de los principales productos genéricos que se comercializan en el mercado mundial, su producción se realiza por lo regular en las zonas tropicales y subtropicales, en su mayoría países en vías de desarrollo o subdesarrollados. Actualmente más de 80 países lo cultivan en sus diferentes tipos, de los cuales poco más de 50 países lo exportan. Por el valor que representa, el café es uno de los principales productos agrícolas, con un peso importante en el comercio mundial, llegando a generar ingresos anuales superiores a los 15 mil millones de dólares para los países exportadores y dando ocupación directa e indirecta a poco más de 20 millones de personas dedicadas al cultivo, transformación, procesamiento y comercialización del producto en todo el mundo.⁶²

⁶¹ Ídem.

⁶² Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. Cámara de Diputados. (2001). “EL MERCADO DEL CAFÉ EN MÉXICO”. Pág. 5

3.2.1 Oferta Mundial de Café.

3.2.1.1 Producción Mundial de Café.

La producción mundial de café, por su valor comercial, está formado básicamente por tres tipos: los suaves, los arábigos – brasileños, y los robusta, los primeros son procesados por medio del método de lavado (despulpado, lavado y secado inmediatamente después de haber sido recolectado); los segundos generalmente son no lavados (el grano recolectado se seca y almacena con su pulpa o cáscara exterior, y se despulpa con posterioridad antes de ser entregado al comprador) y su calidad es inferior a la de los suaves; finalmente, los del tercer tipo, son los menos cotizados en el mercado tanto por su calidad como por su precio.⁶³

La tendencia ascendente de la producción mundial del café, se debe a dos aspectos: primero el aumento de los rendimientos, correspondiente al grupo Arábica y el segundo por la ampliación de la frontera agrícola cafetalera en algunos países de África y Asia; es el caso de Vietnam su importante repunte en la producción, que se aceleró en la segunda mitad de la década de los años noventa. Durante cinco años consecutivos (1998 a 2002) la producción total de café ha excedido a la demanda, la producción más alta fue el año 1999 con 130 millones de sacos de 60 kilos, debido a la súper producción de Brasil y el explosivo crecimiento de la cosecha en Vietnam, sumados a la acumulación de inventarios que empezaron a ser manejados por los países consumidores, efecto que se tradujo en crisis el año 2002 en los precios reales más bajos de la historia, en particular en los países productores más dependientes del café como fuente de divisas.⁶⁴ El año 2003 la producción bajó a 106 millones de sacos, que influyó en la recuperación de los precios del café. A partir del año 2004 se observa una tendencia al incremento de la producción (tal como se observa en el Anexo N° 2), hasta llegar a la máxima producción de 134 millones de sacos. Después de la crisis del café en los precios, se observa una oscilación de subidas y bajadas en la producción, es como consecuencia del característico ciclo

⁶³ Ídem.

⁶⁴ Capítulo II. Comercialización del café de Colombia: en defensa de la calidad del grano y el ingreso de los productores <http://www.infocafes.com/descargas/estadistica/127.pdf>.

bianual del café brasileño, por el que cosechas elevadas son inmediatamente seguidas de producciones bajas. Seguido a esto a diferentes contingencias climatológicas.⁶⁵

3.2.1.2 Principales Países Productores de Café a Nivel Mundial.

Según datos proporcionados por la OIC, el año 2007 la producción mundial de café en los principales países productores, fue de 116 millones de sacos de 60Kg (6,96 millones de toneladas). Los porcentajes de los volúmenes de producción se distribuyeron principalmente entre los siguientes países: Brasil, que continuó siendo el líder en la producción mundial de café (32%) e influyendo en forma decisiva en el movimiento de los precios en el mercado mundial; le siguen en orden de importancia. Vietnam (14%), Norte y Centro América (14%), África (12%), Asia (13%), Colombia (9%), y otros países productores de Sur América (6%). El 47% de la producción mundial corresponde a países de Sur América. El café tiene gran importancia económica, se produce en más de 60 países y es el medio de vida de unos 125 millones de personas del mundo entero.⁶⁶

3.2.1.3 Producción Exportable.

La producción exportable de café, es la producción anual total de los países productores menos el consumo interno de estos. En el ámbito internacional se distinguen cuatro calidades básicas de café que son: los suaves colombianos, cultivados en Colombia, Kenia y Tanzania; otros suaves, son cultivados en Centroamérica, en India, Papua New Guinea, Zambia, etc.; arábigos no lavados, producidos principalmente por Brasil, Etiopía y los cafés robustas provienen de Vietnam, Tailandia, Madagascar, etc.

⁶⁵ Osorio, Néstor- Agencia EFE. (2009). "OIC: Crisis de economía mundial no debería afectar consumo de café". <http://www.guiadelcafe.com/oic-crisis-de-economia-mundial-no-deberia-afectar-consumo-de-cafe/>

⁶⁶ <http://www.ico.org>

En el periodo que se analiza (2000 – 2010), el comportamiento de la producción exportable es oscilatorio con bajadas y subidas año tras año. El año 2000, la producción exportable fue 86,3 millones de saco de 60Kg, en comparación con 94,7 millones de sacos aproximadamente del año 2010, existió un crecimiento de 8.4 millones de sacos aproximadamente que representa un 8.9% de incremento en todo el periodo analizado. (Anexo N° 3)

3.2.2 Demanda Mundial de Café.

3.2.2.1 Consumo de Café.

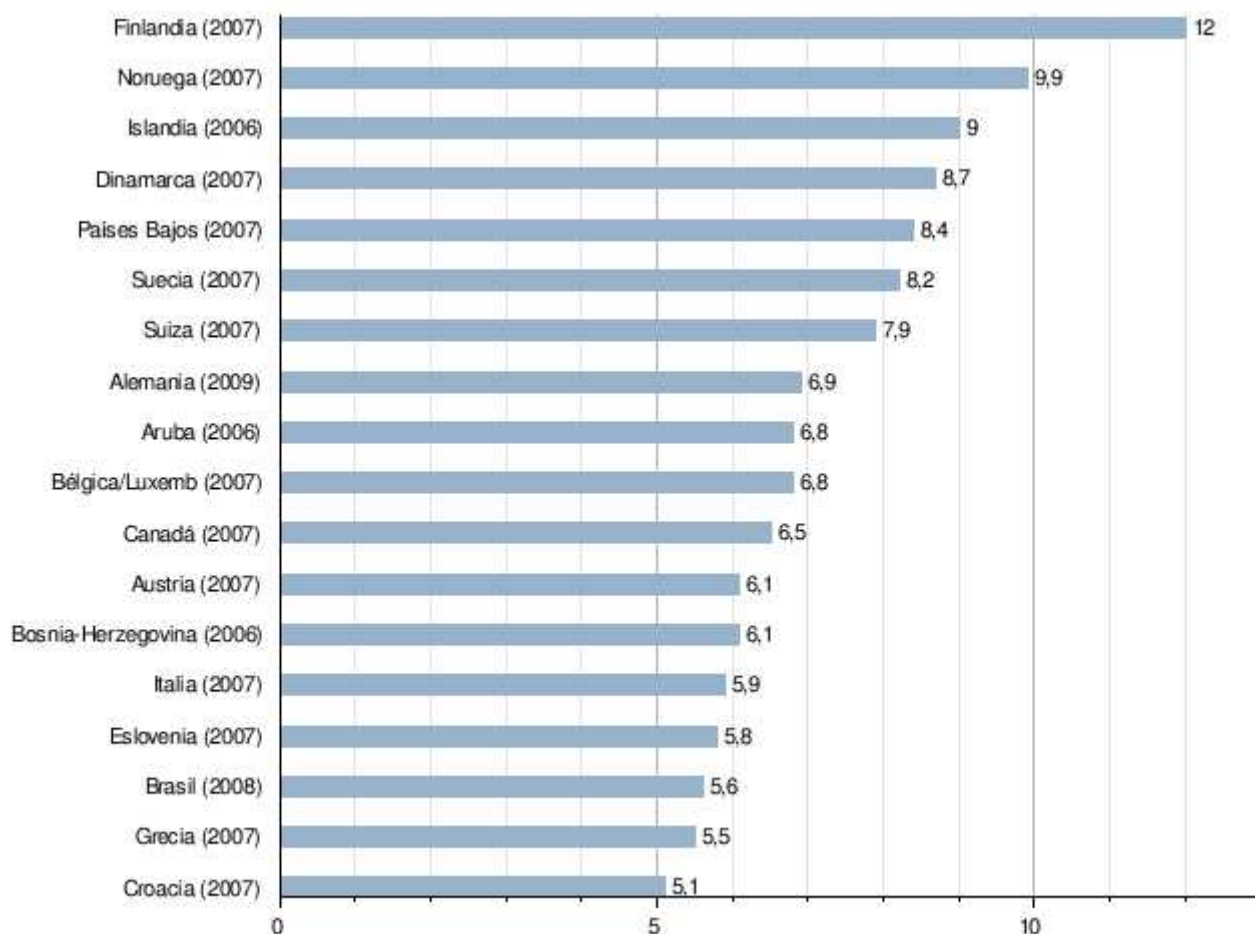
El consumo de café en los países desarrollados tiene su antecedente, por ello la demanda de distintas calidades de café ha estado en función de la tradición cultural de los consumidores. Francia por ejemplo, posee una predilección por los cafés robustas, Alemania denota una inclinación por los cafés suaves (suaves colombianos) y Suiza. En el caso de España, Reino Unido y Japón, la tendencia es hacia un mayor consumo de cafés fuertes, su demanda se caracteriza por las robustas y arábigos no lavados. En cambio en Estados Unidos y Canadá existe una fuerte tradición de consumo de mezclas de distintas calidades de café, donde el precio presenta un papel importante para establecer la proporción en que participa cada una de las calidades en la mezcla. Por tanto, estos países tienen cierta predilección por los cafés suaves.⁶⁷

Se establece que el café es principalmente consumido en los países desarrollados del Hemisferio Norte, y mucho menos en los países productores del sur excepto en Brasil y Etiopía. Según la Organización Internacional del Café, el consumo del café es tradicionalmente más alto en los países nórdicos, especialmente en Finlandia donde el consumo per capita llegó a 12Kg en el año 2007; otros países miembros de la Unión Europea (UE) con un consumo per capita elevado, luego están los Países

⁶⁷ Martínez, Morales Aurora C. "DEMANDA DE CAFÉ". <http://www.monografias.com/trabajos35/demanda-del-cafe/demanda-del-cafe.shtml>.

Bajos. El consumo de café está aumentando rápidamente en Irlanda y el Reino Unido, quienes son tradicionalmente países consumidores de té.⁶⁸ El siguiente gráfico muestra el consumo de café en kilogramos por persona y año de aquellos países con un consumo superior a 5 kg/persona/año.

GRÁFICO N° 3.1
CONSUMO DE CAFÉ DE PAÍSES CON UN MAYOR CONSUMO
(KILOGRAMOS/PERSONA/AÑO)



Fuente: EarthTrends - International Coffee Organization (ICO). 2008. Historical Coffee Statistics. — Elaboración gráfica por Wikipedia

Estilos y ritmo de vida más acelerados, hace que la demanda mundial de café siga creciendo, el consumo de café se ha duplicado en China (desde el 2002, a casi

⁶⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9>.

600,000 sacos, según datos de la Organización Internacional del Café), también la infusión se ha incrementado en otros mercados emergentes como Rusia, Sudáfrica, Corea del Sur, Arabia Saudita y Ucrania. Donde el crecimiento económico ha sido fuerte, han contribuido a mantener el consumo de café con firmeza en una senda ascendente. El consumo mundial de café aumentó un 2,4 por ciento a un récord de 134 millones de sacos de 60kg el año 2010 y se ve la tendencia al alza constante a pesar de la subida de los precios. "No hay impacto (de los altos precios) en términos de una reducción de la demanda. La demanda sigue siendo muy dinámico".⁶⁹

El desarrollo económico en los países productores de café ha llevado a la urbanización y un pronunciado cambio en la demanda global de café, donde los grandes exportadores son ahora los principales nuevos consumidores, es el ejemplo de Brasil, el principal productor mundial de café, es el segundo mayor consumidor gracias a su creciente clase media, podría superar a Estados Unidos como el mayor consumidor hacia el final de esta década.⁷⁰

3.2.2.2 Exportación Mundial de Café.

En términos cuantitativos las exportaciones se equiparan a la demanda externa, tiene su importancia relativa dentro de la demanda total. Los países exportadores están conformados por: Angola, Bolivia, Brasil, Burundi, Camerún, República Central Africana, Colombia, República Democrática de Congo, Costa Rica, Cote d'Ivoire, Cuba, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Etiopía, Gabón, Ghana, Guatemala, Guinea, Haití, Honduras, India, Indonesia, Jamaica, Kenia, Liberia, Madagascar, Malawi, México, Nicaragua, Nigeria, Panamá, Papua New Guinea, Paraguay, Filipinas, Rwanda, Sierra Leona, Tailandia, Tanzania, Timor-Leste, Togo,

⁶⁹ Hun, Nigel / Reuters, Londres. (2011). "EL MUNDO ANHELA CAFÉ CADA VEZ MAS, A PESAR AL ALZA DE PRECIOS". <http://www.taipeitimes.com/News/biz/archives/2011/05/29/2003504400>.

⁷⁰ Kaffee, Neumann - (Reuters) San Paulo (Sábado, 26 de Junio de 2010). "Países exportan y consumen más café". <http://www.cnnexpansion.com/economia/2010/06/25/cafe-aumento-consumo-paises-emergentes>.

Uganda, Venezuela, Vietnam, Yemen, Zambia, Zimbabwe y otros (Guinea Ecuatorial, Guyana, Lao (PDR of), Nepal, Sri Lanka y Trinidad & Tobago).⁷¹

El volumen de exportaciones mundiales de café acumuladas desde el año 2000 a 2010 se han situado entre 89 – 97 millones de sacos, tal como se observa en el Anexo N° 4, se estima una proporción aproximada de 60% - 40% entre arábicas y robustas, respectivamente. Hay que destacar que las exportaciones se dispararon de 91 a 96 millones de sacos en el año 2007, y se ha mantenido alrededor de esa cantidad hasta el año 2010. El volumen bajo en exportación mundial de café del año 2003 y 2005, tuvo sus orígenes; el primero fue a consecuencia de la sobre oferta de los primeros años de la década del 2000, y que tuvo su efecto en la caída de precios y exportación del año mencionado; el segundo se origina por los cambios climáticos que repercutió en la baja exportación del Brasil como el primer exportador de café, sólo participa con 29% (el 2002 estuvo participando con 38%). El volumen total de las exportaciones efectuadas el año 2010 fue de 96,8 millones de sacos, lo que representa un aumento del 1% con respecto a los 95,9 millones de sacos de 2009; en vista de los precios relativamente remuneradores del año 2010.

3.2.2.3 Países Importadores de Café a Nivel Mundial.

Los países importadores de café son: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos de América, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Japón, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Suecia, Suiza, Tunisia y Comunidad Europea.⁷²

En el año 2008, se importó por un valor de \$us21.534 millones en café, equivalente a 6,7 millones de toneladas aproximadamente. Entre los principales países importadores de café en el mundo tenemos según Trade Map (septiembre 2009): a

⁷¹ Organización Internacional del Café. (2012). <http://www.ico.org>

⁷² Ídem.

Estados Unidos de América con un valor 4,2 millones de dólares equivalente a 1,6 millones de toneladas, Alemania con 3,3 millones de dólares equivalente a 1,1 millones de toneladas, Francia con 1,4 millones de dólares equivalente a 319 mil toneladas, Italia con 1,4 millones de dólares equivalente a 474 mil toneladas, Japón con 1,3 millones de dólares equivalente a 394 mil toneladas, Bélgica con 1,2 millones de dólares equivalente a 385 mil toneladas, Canadá con 788 mil dólares equivalente a 191 mil toneladas, España con 676 mil dólares equivalente a 157 mil toneladas.⁷³

3.2.3 Comparación de la Oferta - Demanda de Café a Nivel Mundial.

CUADRO N° 3.1
OFERTA / DEMANDA DE CAFÉ A NIVEL MUNDIAL
(Expresado en miles de sacos de 60 kg.)

Años	Oferta	Demanda
2000	112.983	115.079
2001	107.732	114.104
2002	123.216	119.034
2003	106.334	117.898
2004	116.333	121.463
2005	111.352	121.472
2006	128.973	133.638
2007	116.652	131.386
2008	128.295	134.316
2009	122.940	135.044
2010	134.226	145.229

Fuente: Organización Internacional de Café.
Elaboración propia.

La oferta de café esta dado exclusivamente por la producción, mientras tanto la demanda esta dado por la exportación y el consumo de países productores. Tal como se observa en el Cuadro N° 3.1. Los dos primeros años de la última década, la oferta y demanda del comercio mundial café fue precaria, en el 2002 se produce una sobreoferta del Brasil y Vietnam, que provocó una crisis en el precio; los siguientes años se va estabilizando, y a partir del 2007 la demanda de café se va elevando en

⁷³ Instituto Boliviano de Comercio Exterior. (2010). "PERFIL DE MERCADO DE CAFÉ". Pág. 5.

países desarrollados, en países emergentes del Asia y países productores, hasta llegar a una demanda de 145 millones de sacos con una oferta de 134 millones de sacos y solo 20 millones en los inventarios de los importadores, implica un equilibrio muy pobre.⁷⁴

3.2.4 Determinación del Precio de Café Convencional.

Para determinar el precio del café, se utiliza como marco de referencia el precio que rige en el momento de la negociación, en dos mercados principales en el mundo que son la Bolsa de: New York Board of Trade (NYBOT) para el Café Arábica, y la London International Financial Futures and Options Exchange (LIFFE) para el Café Robusta. Existen también mercados de futuros más pequeños en Brasil, Francia, India y Japón, pero tienen poca importancia a nivel mundial.⁷⁵

De acuerdo al análisis de comportamiento de precios, se establece, en periodos de precios bajos del grano en la Bolsa tanto de Nueva York como de Londres son más duraderos que los periodos de precios altos, derivado de múltiples factores de carácter económico, social, político y climático, tales como las condiciones del propio cultivo sometido a los cambios climáticos, la acumulación de inventarios en países productores e importadores, y los movimientos especulativos de las grandes transnacionales.⁷⁶ Esta incertidumbre afecta a toda la cadena de producción, procesamiento y comercialización del grano en cada país productor, siendo el sector de los pequeños caficultores los que sienten más sus efectos negativos. Existen otros factores externos que al igual que los factores anteriores afectan la determinación del precio en las Bolsas de Nueva York y Londres, entre los cuales se destacan:⁷⁷

⁷⁴ Osorio Nestor- Agencia EFE. (2009). "OIC: Crisis de economía mundial no debería afectar consumo de café".

⁷⁵ Morales M, Carmen. (2004). "EL MERCADO DE CAFÉ DESDE LA PERSPECTIVA DE UNA ORGANIZACIÓN CAMPESINA MEXICANA". Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Madrid España.

⁷⁶ Aguirre Saharrea, Francisco. 2005. "SITUACIÓN DE LA CAFETICULTURA MUNDIAL Y NACIONAL". <http://www.laneta.apc.org/tosepan>.

⁷⁷ Celis, Fernando y Ruiz, Eligio. (2007). "MERCADO Y PRECIOS DEL CAFÉ, CICLO 2007-2008": Políticas Cafetaleras en México.

- 1) La disminución de las tasas de interés en EEUU propician que mayores capitales se orienten hacia las Bolsas.
- 2) La vulnerabilidad del dólar, lleva a aumentos de precios en materias primas por mayor demanda y factores geopolíticos.
- 3) La especulación en la Bolsa del café en Nueva York, dado por el aumento o disminución del precio del petróleo y otras materias primas, además de los problemas climatológicos que pueda sufrir los grandes productores de café.

3.2.4.1 Bolsa de Londres LIFFE.

La LIFFE nace de la fusión del Mercado de Contratos de Opciones de Londres y de la London Commodity Exchange. En el 2001 el conjunto fue comprado por Euronext, pero sigue conociéndose por el nombre de LIFFE, por otro lado el contrato para el café Robusta se conoce como contrato de Bolsa N° 406 y data de 1958 con ligeras variaciones. Si se habla del origen para café Robusta, este está comprendido en 22 países, en su mayoría africanos y asiáticos, pero también la Robusta de Brasil. Desde 1992, las cotizaciones de futuros del café en la Bolsa de Londres son en \$us/tonelada; sin embargo, el volumen de operaciones de futuros de Café Robusta es mucho menor que el que se produce para los Cafés Arábicas.⁷⁸

3.2.4.2 Bolsa de Nueva York NYBOT.

La primera Bolsa de Café de Nueva York se fundó en 1882 para negociar los contratos de futuros del café Arábica brasileño. En la actualidad, y desde 1998, es la NYBOT quien se ocupa del Café Arábica Suave y Otros Suaves, y permite las entregas de café de 19 países productores. Las cotizaciones del café en la Bolsa de Nueva York se refieren al Café Arábica y son en centavos de dólar por libra o

⁷⁸ García Muñoz, Karina Olivia. (2008). "Programa de Desarrollo de Proveedores, para la comercialización del café bajo el sistema de Comercio Justo: el caso de San Mateo Piñas y Santa María Coixtepec, Oaxaca". Tesis, Universidad Tecnológica de la Mixteca. http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/10691.pdf.

\$us/100 libras. El contrato que se suscribe en las ventas a futuro de la Bolsa de Nueva York *NYBOT* se conoce como contrato “C”.⁷⁹

3.2.4.3 Cálculo de los Precios Indicativo Diario de Grupo y Compuesto.

Para calcular los precios de café de acuerdo a su tipo, el Director Ejecutivo de la OIC obtendrá todos los días de mercado (día en que están abiertos y en actividad por lo menos dos de los mercados de café correspondientes a cada tipo) los precios de cada uno de los mercados de café que existen. A continuación se señalan los mercados para cada tipo de café:⁸⁰

a) Tipo Suaves Colombianos.

- Mercado Tipo de café Nueva York Colombian Excelso UGQ
- Bremen/Hamburgo Colombian Excelso European preparation

b) Tipo Otros Arábicas Suaves.

- Nueva York Costa Rica Hard Bean
- El Salvador Central Standard
- Guatemala Prime Washed
- Mexico Prime Washed
- Bremen/Hamburgo Costa Rica Hard Bean
- El Salvador Strictly High Grown
- Guatemala Hard Bean
- Nicaragua Strictly High Grown

c) Tipo Arábicas Naturales Brasileños y Otros Arábicas

- Nueva York Brasil Santos
- Bremen/Hamburgo Brasil Santos

⁷⁹ Ídem.

⁸⁰ <http://www.ico.org>

d) Tipo Robusta:

- Nueva York Côte d'Ivoire Grade 2
- Indonesia EK Grade 4
- Uganda Standard
- Vietnam Grade 2
- El Havre/Marsella Cameroon Grade 1
- Côte d'Ivoire Grade 2

Los siguientes porcentajes son tomados para la determinación del **precio indicativo del grupo, para cada tipo café:**⁸¹

- Suaves Colombianos: 30% Nueva York y 70% Alemania
- Otros Suaves: 40% Nueva York y 60% Alemania
- Brasil y Otros Naturales: 80% Nueva York y 20% Alemania
- Robustas: 25% Nueva York y 75% Francia

El cálculo del precio indicativo compuesto se da a partir del 1 de octubre de 2001.

Los siguientes coeficientes de ponderación determinan su cálculo:⁸²

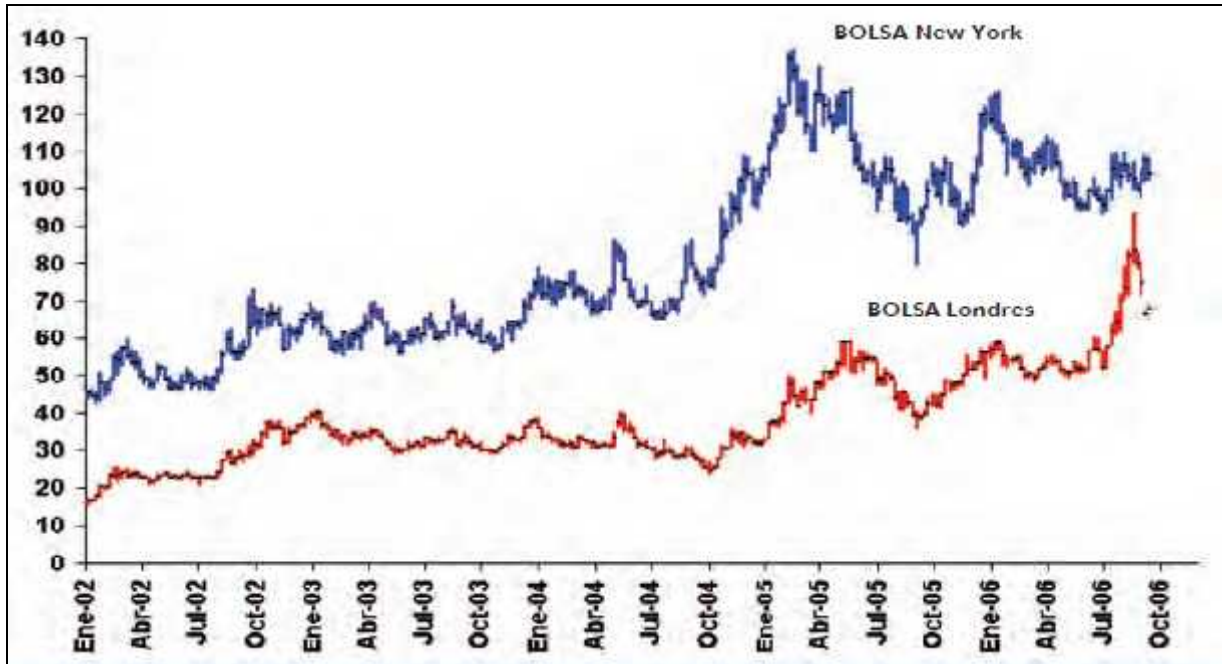
- Suaves Colombianos: 15%
- Otros Suaves: 30%
- Brasil y Otros Naturales: 20%
- Robustas: 35%

⁸¹ Ídem.

⁸² Ídem.

3.2.5 Evolución y Análisis de los Precios.

GRÁFICO N° 3.2
EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN EN BOLSA ARÁBICOS - ROBUSTAS
(Ctvs. \$us/Lb)



FUENTE: Comercialización del Café de Colombia.

La primera década del siglo XXI ha representado un gran reto para países productores de café. La crisis de los precios de 2002, en términos reales más bajos de la historia, reconfiguró la industria cafetera de buena parte de los países productores, en particular de aquellos más dependientes del café como fuente de divisas. Donde la producción total ha excedido la demanda, los grandes volúmenes de producción de Brasil y Vietnam, sumados a la acumulación de inventarios que empezaron a ser manejados por los países consumidores, generaron un superávit en el mercado del café que afectó negativamente el panorama de precios. Estas circunstancias, llevaron a que las cotizaciones de café en la Bolsa de Nueva York

alcanzaran niveles cercanos a los 40 Cts.\$us/Lb en febrero de 2002 para el Contrato "C"⁸³.

Después de la peor crisis del año 2002 en el precio del café, los precios del grano han presentado un comportamiento general al alza, lo cual refleja un panorama fundamental sólido, caracterizado por un consumo superior a la oferta, como se ve en la gráfica N° 3.5, las cotizaciones del café muestran variaciones de corto plazo sustentadas por las operaciones de especuladores y efectos climáticos en las cosechas de Brasil. No obstante, a partir de 2003 el precio de equilibrio del mercado presenta una tendencia de crecimiento consistente, sustentado. En la Bolsa de Nueva York los precios tuvieron un incremento a comienzos de 2006, hasta alcanzar un máximo de 129,6 Cts.\$us/lb; la recuperación en las cotizaciones de la Bolsa el 2003 y 2006 se ha presentado gradual y consistente, que aseguran la estabilidad en los precios internacionales, situación que genera un relativo equilibrio entre la oferta y la demanda de café a nivel mundial en los próximos años.⁸⁴

El 2006 tuvo un cierre importante en el precio del café en 132.8 Cts.\$us/lb, es muy importante para el sector cafetalero; más aun se disparó el precio el 2008 y 2009 llegando a la cotización máxima de 199 Cts.\$us/lb. La demanda del grano de café sobrepasa a la oferta, debido principalmente a la disminución de la producción total de los principales productores de café; una de las causas fundamentales es la falta de renovación de las plantas viejas de café, que en algunos casos sobrepasan los 30 años. El incremento del precio del café del contrato C en la Bolsa de New York, es una referencia que garantiza buenos ingresos a los productores de café especialmente a las organizaciones económicas campesinas, en la mayoría de los casos comercializan dentro el comercio justo y/o directamente con el importador de

⁸³ Se conoce como contrato "C", al contrato que se suscribe en las ventas a futuro en la Bolsa de Nueva York NYBOT.

⁸⁴ Capítulo II. Comercialización del café de Colombia: en defensa de la calidad del grano y el ingreso de los productores <http://www.infocafes.com/descargas/estadistica/127.pdf>.

los países industrializados. Es una gran oportunidad para invertir en la renovación de los cafetales y equipos necesarios para el prebeneficio.⁸⁵

En el caso de las cotizaciones de la Bolsa de Londres para el café robusta, se presentaron importantes fluctuaciones con una tendencia general al alza. Las bajas exportaciones de Vietnam, Indonesia y Costa de Marfil llevaron a una limitada oferta de físico y por lo tanto a un inesperado descenso en los volúmenes de cafés certificados en esta Bolsa. El precio de los cafés robustas se disparó a partir de agosto de 2006, llegando a niveles que no se veían desde hace siete años. La tonelada de café robusta para la posición de septiembre sobrepasó los 2.024 \$us/ton, es decir, niveles cercanos a los 91,8 Cts.\$us/lb, tal como se observa en la gráfica. Esta situación dio soporte al mercado de los arábigos, ahora que el arbitraje entre los precios de los arábigos y las robustas bajó sustancialmente. De diferenciales que alcanzaron los 90,0 Cts.\$us/lb el año 2004, lo que incentivó el uso de café robusta en reemplazo de los arábigos, se ha pasado a una diferencia de tan sólo 20 Cts.\$us/lb el año 2006. Esta situación, se da entre los cafés arábigos y robustas son sustitutos y a su vez complementarios, debido a la flexibilidad en las mezclas para la preparación de café, estos dos orígenes tienen un grado de sustituibilidad ligado al comportamiento de los precios, son complementarios en la medida que los dos son necesarios y los precios de uno de ellos repercuten en la tendencia de los otros. A este respecto, como se mencionó anteriormente, el aumento en las cotizaciones de café robusta en agosto de 2006 dio soporte a los precios de arábigos en Nueva York.⁸⁶

3.3 AGRICULTURA ORGÁNICA.

Los antecedentes históricos indican, que el uso contemporáneo del término “agroecología” es utilizado desde los años de 1970, pero la práctica es tan antigua, como los orígenes de la misma agricultura, porque en un principio todo era natural o

⁸⁵ Idem.

⁸⁶ Idem.

ecológico, no se utilizaban agroquímicos, ni técnicas productivas que degradan los agroecosistemas.⁸⁷

La agricultura ecológica se define como la ciencia y el arte empleado para la obtención de productos agropecuarios y forestales sanos y altamente nutritivos. Se basa en un manejo racional y sostenible de los recursos naturales y el medio ambiente, que produzca rendimientos estables; se beneficia de los ciclos ecológicos, prescinde de pesticidas, fertilizantes sintéticos y OMG's (transgénicos). La agricultura ecológica responde a normas de producción y normas de calidad, mediante las cuales se diferencia de la agricultura tradicional y agricultura convencional. El fuerte desarrollo que ha tenido la agricultura orgánica desde la década de los 80, se debe a prácticas durante décadas de la agricultura convencional que han originado serios problemas en el medio ambiente y el suelo.⁸⁸

La agricultura ecológica, en Bolivia, toma como base y se complementa con la agricultura tradicional de pueblos indígenas y campesinos de las culturas andinas y amazónicas, las mismas son revalorizadas el conocimiento, tecnología ancestral y locales, que tienden estar en armonía con la naturaleza. La transformación del cultivo hacia la agricultura orgánica, implica transformar prácticas culturales de muchos años y llevar un control documental muy detallado de la producción para poder verificarla y darle seguimiento, condiciones indispensables para lograr la certificación y por lo tanto el ingreso al mercado.⁸⁹

3.4 PRODUCCIÓN ORGÁNICA MUNDIAL.

La tendencia mundial del consumo de productos agrícolas orgánicos ha sido ascendente, al registrar tasas de crecimiento productivo por encima del 20% anual.

⁸⁷ Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (2007). "SISTEMATIZANDO NUESTRAS EXPERIENCIAS DE CAMPESINO A CAMPESINO". Pág. 13.

⁸⁸ Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) (2001). "ESTUDIO DE MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS BOLIVIANOS". Pág. 21

⁸⁹ Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (2007). "SISTEMATIZANDO NUESTRAS EXPERIENCIAS DE CAMPESINO A CAMPESINO". Pág. 13

Ciertamente, las ventas de estos alimentos crecieron en varias zonas del mundo: de 10 mil millones de dólares a 20 mil millones de dólares entre 1997 y 2000. Para el caso del café orgánico, el mercado representa por lo menos US\$ 10.000 millones de dólares anuales del comercio orgánico mundial. Dentro del mercado de los productos orgánicos, el café es uno de los productos con mayor demanda y en la década de los noventa alcanzó tasas de crecimiento entre el 10 y 30% anuales.⁹⁰

Se estima que las ventas totales mundiales de los productos orgánicos, en el 2006, ascendieron a \$us35 mil millones; en promedio, la tasa de crecimiento mundial de las ventas está alrededor del 13% y para el 2007 se estima un total de ventas por \$us41 mil millones (Ver Cuadro 3.1). Se presume que el mercado mundial de productos orgánicos sobrepasará los \$us100,000 millones en el año 2014.⁹¹

CUADRO N° 3.2
VENTAS MUNDIALES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS (*)

Año	Ventas Mil millones \$us.	Tasa de Crecimiento
2007	40.3	15.14%
2006	35	16.67%
2005	30	11.11%
2004	27	10.20%

Fuente: Elaboración propia a base al Mercado Mundial de Productos Orgánicos.
Prompex Perú.

(*) Estimados

La producción ecológica es una alternativa viable y sostenible en el ámbito medioambiental, social y económico para pequeños y medianos productores en todo el mundo, debido a la creciente demanda de estos productos desde mercados internacionales, tales como: la Unión Europea, los Estados Unidos, Japón y Canadá. Sin embargo, en los últimos años, se ha ido incrementando la lista de países productores, encontrándose algún tipo de producción orgánica en todos los

⁹⁰ Ramos, Aurelio (2002). "DISPONIBILIDAD DE LOS CONSUMIDORES A LA COMPRA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS Y SENSIBILIDAD DE PRECIOS EN COLOMBIA. Casos Madera y Café". Pág. 35.

⁹¹ Promoción de Productos Orgánicos La Paz; (2007). "ALIMENTOS ORGÁNICOS": Una Nueva Opción Productiva y de Exportación.

continentes. En el 2006, la superficie total a nivel mundial de cultivos orgánicos fue de aproximadamente 30.5 millones de hectáreas, Australia/Oceanía es la zona que concentra la mayor cantidad de hectáreas al contar con 11.8 millones de hectáreas de cultivos orgánicos (39% del total).⁹²

Las principales causas para el crecimiento del mercado de productos orgánicos son por la demanda y oferta.

3.4.1 Causas de la Demanda de Productos Orgánicos.

El crecimiento de la demanda de productos orgánicos en el mercado mundial se debe principalmente por las siguientes causas:⁹³

- ✓ Mayor incertidumbre y preocupación por los alimentos, uso de contaminantes (agroquímicos), gripe aviar, encefalitis bovina (enfermedad de las vacas locas), organismos genéticamente modificados, entre otros.
- ✓ Mayor interés y conciencia en los temas ecológicos, manejo sostenible de recursos, cambio climático, etc.
- ✓ Mayor interés por la salud y la nutrición.
- ✓ Mayor preferencia por la calidad de los productos.

3.4.2 Causas de la Oferta de Productos Orgánicos.

El crecimiento de la oferta de productos orgánicos en el mercado mundial se debe principalmente por las siguientes causas:⁹⁴

- ✓ Mayor disponibilidad de productos orgánicos en: Bio-supermercados, supermercados, mercados convencionales, tiendas de descuento, etc.
- ✓ Mayor publicidad y marketing de los productos orgánicos.

⁹² Ídem.

⁹³ V Seminario ASOCAM, Managua/Nicaragua (2002). "PRODUCCIÓN ORGANICA CAMPESINA Y ACCESO A MERCADOS". Pág. 1

⁹⁴ Ídem. Pág. 10.

- ✓ Mayores precios: en promedio 20% más en relación a los productos convencionales.

3.5 NORMAS INTERNACIONALES QUE RIGEN LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA MUNDIAL.

La agricultura orgánica se incrementa año tras año, básicamente por el crecimiento de la concientización y exigencia de los consumidores por alimentos y productos sanos limpios saludables que mejoren su calidad de vida salud y protección con el medio ambiente. La agricultura orgánica está definida por las Normas Básicas internacionales no gubernamentales establecidas por la Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Orgánica (IFOAM) y CODEX ALIMENTARIUS (165 países miembros de FAO + OMS); Son normas creados como marco de referencia para organizaciones nacionales y grupos de certificación que quieren desarrollar sus propias normas.⁹⁵

Las certificadoras internacionalmente reconocidas cumplen con los requerimientos en la Norma ISO - 65, que establece las características de los procedimientos de una certificadora. La mayoría de las certificadoras pueden certificar un producto para distintos mercados (doméstico, europeo, EEUU; para el Japón se requiere una certificadora japonesa). Entre las normas más relevantes están:⁹⁶

- El Reglamento CEE No. 834/2007 y su aplicación CEE No.889/2008 de la Unión Europea.
- Las normas NOP del National Organic Program de los EEUU.
- Los estándares JAS del Japón.
- Y otros.

⁹⁵ Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) (2001). "ESTUDIO DE MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS BOLIVIANOS". Pág. 9.

⁹⁶ V Seminario ASOCAM, Managua/Nicaragua (2002). "PRODUCCIÓN ORGANICA CAMPESINA Y ACCESO A MERCADOS". Pág. 5.

A nivel nacional se debe cumplir con el respectivo Reglamentación del Sistema Nacional de Control de Producción Ecológica en Bolivia Ley N° 3525.

3.6 PRODUCCIÓN ORGÁNICA EN BOLIVIA.

La producción orgánica en Bolivia comenzó con las organizaciones de pequeños productores. En la actualidad, la principal institución de este tipo, es la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB), creada en 1991 por iniciativa y necesidad de las propias organizaciones de pequeños productores tradicionales, con la finalidad de mejorar el nivel de producción y autoabastecimiento de los productos orgánicos, a través de la agricultura sostenible.

La organización de productores AOPEB son las que actualmente exportan productos orgánicos certificados principalmente al mercado europeo, estadounidense y japonés, con perspectivas altamente positivas. Esta organización matriz de productores ecológicos, actualmente agrupa a 56 organizaciones a nivel nacional, entre asociaciones, cooperativas, empresas y ONG's, distribuidos en ecosistemas del altiplano, valle y trópico, que representan a 30 mil productores ecológicos y en transición, distribuidos en las diferentes regiones de Bolivia:⁹⁷

- ✓ En la zona tropical y subtropical hay productores de Cacao, Café, Frutas tropicales, castaña y otros.
- ✓ En los Valles están los productores de Maíz, Trigo, Amaranto, Frutas del valle, miel y otros.
- ✓ En el Altiplano los productores de Quinoa, Papa, Oca, Camélidos y otros.

⁹⁷ Ídem.

GRÁFICO N° 3.3
BOLIVIA: PRODUCTOS ORGÁNICOS POR REGIÓN



FUENTE: Departamento de Promoción Económica ALADI.

Los principales productos orgánicos certificados que se exportan en volúmenes son: quinua, café, castaña y cacao, también se ha comenzado a exportar: cebolla blanca, nueces, amaranto, maca, frijoles, frutas tropicales, sésamo, infusiones de hierbas, frutas deshidratadas y grano soya, aunque, la exportación de éstos últimos, no supera el 3% de las exportaciones bolivianas de alimentos orgánicos. En el cuadro 3.2, se observa que el año 2006, la superficie cultivada de la producción ecológica en Bolivia alcanzó a 1,069,560 hectáreas, que involucra a 6,800 productores entre familias y organizaciones. Con una producción certificada total de 21,846 toneladas,

de quinua, café, cacao, castaña, amaranto y frijol que son los principales productos. La producción ecológica está a cargo de los pequeños productores y no de grandes empresas, muchos de los cuales son grupos familiares liderados por mujeres.⁹⁸

CUADRO N° 3.3
BOLIVIA: ESTIMACIÓN EN EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA CERTIFICADA

Año	Número de Productores o fincas	Superficie Cultivada (Has)	Volumen Certificado (ton)	Volumen Exportado (ton)
1995	2.308	12.369	602	513
1996	2.500	15.800	909	773
1997	2.978	22.509	1.442	1.226
1998	3.152	22.800	1.877	1.596
2000	5.240	31.026	6.503	5.528
2002	6.500	364.100(*)	7.950	6.758
2005	6.991	735.052(*)	12.902	9.500
2006(p)	6.800	1.069.560(*)	21.846	

Fuente: AOPEB.

(*) Incremento de superficie se debe a la inserción de áreas de recolección de Castaña, que en el año 2006, corresponden 1.028.556 has, con una producción total de 4.580 t y las áreas de cultivo corresponden a 41.004 has, con una producción total de 17.261 t.

(p) Datos aun parciales, ya que no incluyen otras operaciones realizadas por otras certificadoras.

El principal mercado de los productos ecológicos bolivianos lo constituye en la actualidad el mercado Europeo y el de Estados Unidos, y se tuvo una exportación el año 2005 de unas 9,500 toneladas métricas, con un valor aproximado de US\$ 25.9 millones, con un crecimiento promedio anual de 15%, y un valor proyectado para el año 2025 de US\$ 452 millones.⁹⁹

3.7 PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN BOLIVIA.

En Bolivia el cultivo de café se remonta al año 1780 introducido por los esclavos de la realeza africana que huían del Brasil, en principio el café servía como cultivo de lindero para marcar los límites de la propiedad rural; a partir del año 1950 se constituye como una producción rentable, con excedentes que son destinados a la

⁹⁸ Ídem.

⁹⁹ <http://www.del.org.bo/info/archivos/CAFES.doc>

exportación. La producción de café en Bolivia se desarrolla en zonas cálidas, semicálidas con precipitaciones pluvial de 1.400 a 1.500 mm anuales, se caracteriza por una diversidad de flora, fauna y microclimas ideal para la producción de cafés de altura de alta calidad. Cuyas zonas de producción está situada entre los 450 y 1.800 m.s.n.m.¹⁰⁰

La producción de café en Bolivia está distribuida en los siguientes departamentos:

CUADRO N° 3.4
BOLIVIA: PRINCIPALES REGIONES CAFETALERAS

Departamento	Producción en (%)	Provincias	Municipios
La Paz	95.4	Caranavi: Nor Yungas: Sud Yungas: Franz Tamayo: Inquisivi: Larecaja:	Caranavi. Coroico, Coripata. Asunta, Chulumani, Irupana. Apolo. Circuata, Licoma, Cajuata. Guanay.
Santa Cruz	2.5	Ichilo: José Miguel de Velasco:	Yapacaní, San Carlos, Buena Vista. San Ignacio de Velasco.
Cochabamba	1.0	Provincia Chapare: Carrasco:	Coloma. Chimoré.
Tarija	0.5	Arce:	Bermejo
Beni	0.4	José Ballivián: Vaca Díez: Itenez Moxos:	San Borja. Guayaramerin, Riberalta.
Pando	0.2	Nicolás Suárez	Santa Cruz, Costa Rica

Fuente: Elaborado en base a Diagnóstico del Sistema de café en Bolivia.

En el cuadro N° 3.4, se observa que el 95% de la producción cafetalera de Bolivia se concentra en los Yungas del departamento de La Paz. El restante 5% se produce en los departamentos de Santa Cruz, Beni, Pando, Cochabamba y Tarija. La superficie

¹⁰⁰ Ministerio de Desarrollo Rural Agropecuario y Medio Ambiente (2008). "EXPERIENCIAS DEL CULTIVO DE CAFÉ EN BOLIVIA". Pág. 15

de café cultivada en estos departamentos asciende aproximadamente a 29.815 hectáreas en el 2010 (ver Cuadro N° 3.18), donde trabajan alrededor de 20.000 familias de manera directa y alrededor de 12.000 familias de manera indirecta, con una producción aproximada de 28.918 toneladas.¹⁰¹

Las zonas tradicionales del café, ubicadas en los Yungas de La Paz, abarca el 70% de superficie sembrada, las variedades mas como Típica, presenta una vida productiva de aproximadamente 20 años y con cosechas escalonadas durante el año, los cafetales generalmente se encuentran en franjas, a una altitud de 1.000 y 1.900 m.s.n.m., estas condiciones han generado la obtención de café de alta calidad.¹⁰²

3.7.1 Variedades de Café Cultivadas.

En las zonas cafetaleras de Bolivia se cultiva la especie *coffea arábica*, con una predominancia de la variedad típica o criolla en especial en la región de los Yungas del Departamento de La Paz predominando esta variedad, que representa aproximadamente el 85% a 90%.

Entre las nuevas variedades (como se observa en el cuadro 3.5) se cuenta con Caturra (rojo y amarillo), Catuai (rojo y amarillo), Catimor y Mundo Novo, que fueron introducidos por Programas estatales a finales de la década de los 70.¹⁰³

¹⁰¹ Ídem.

¹⁰² Barrientos Zamora, Rolando (2000). "EL CULTIVO DEL CAFÉ EN LA REGION DE LOS YUNGAS". Pág. 35

¹⁰³ Ídem. Pág. 26.

CUADRO N° 3.5
BOLIVIA: VARIEDADES DE CAFÉ CULTIVADAS

Variedad	Tamaño de Planta	Tamaño de grano	Rendimiento	Exigencia al Abonamiento	Distancia metros	Altura m.s.n.m. ideal
Típica/Criolla	Alta	Grande	Medio a bajo	Baja	2.00 x 2.50	1000-2000 (1800)
Catuai	Mediana a baja	Mediano	Alto	Mediana a alta	1.50 x 2.00	800-1400 (1000-1500)
Caturra	Baja	Mediano	Alto	Mediana a alta	1.25 x 2.00	1400-1800 (600-1500)
Catimor (tolerante a la Roya)	Baja	Mediano a grande	Muy alto	Mediana a alta	1.50 x 2.00	Menos que 1200
Mundo Novo	Mediana	Grande	Alto	Mediana a alta	2.00 x 2.50	600- 1000

FUENTE: Información a partir de la experiencia de la caficultura peruana.

En el cuadro 3.6, se describe las características especiales de café que posee cada variedad existente en los Yungas de La Paz, que predomina la típica y la más comercial.

CUADRO N° 3.6
VARIEDADES DE CAFÉ EXISTENTES EN LOS YUNGAS DE LA PAZ

Especie / Variedad	Características
Especie Arábica variedad Típica.	Agradable bouquet, exquisito sabor, acentuada acidez, demasiado aroma y leve cuerpo. Alta calidad. Punto de referencia para comparación de calidad de otras variedades. 1% de cafeína.
Variedad Bourbon	Buen sabor, buena acidez, leve aroma, abundante cuerpo, 1% de cafeína, buena calidad.
Variedad Mondo Novo	Aroma leve, notorio cuerpo, acidez leve y ligeramente suave. Buena calidad.
Variedad Caturra	Leve aroma, poca acidez y notorio cuerpo, buena calidad.
Variedad Catuai	Tueste bueno uniforme, leve aroma, buena acidez y poco cuerpo.

Fuente: Ministerio de Desarrollo Rural agropecuario y Medio Ambiente; "Experiencias del Cultivo de Café en Bolivia", 2008.

3.7.2 Principales Destinos de las exportaciones de Café.

En el año 2008, Bolivia exportó café al mundo por un valor de \$us15 millones, equivalentes a 4.400 toneladas aproximadamente. El principal destino de las

exportaciones bolivianas fue Estados Unidos de América con 34%, seguido por Alemania con 20% y Bélgica con el 15%; también se puede observar que el producto más exportado en su totalidad es el café sin tostar. A continuación se detallan a los principales países demandantes de café:

CUADRO N° 3.7
BOLIVIA: PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIONES
AÑO 2008 (Expresado en dólares y kilogramos).

Países importadores	Valor (\$us)	Volumen (kg)	Productos más importantes (%)
Estados Unidos de América	5.121.133	1.381.211	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (83%); los demás, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción (17%).
Alemania	3.014.894	892.529	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (95%); los demás, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción (5%).
Bélgica	2.205.089	683.729	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (100%).
Francia	1.241.148	376.080	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (100%).
Países Bajos	738.331	217.904	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (90%); los demás, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción (10%).
España	595.036	204.442	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (99%); café tostado, molido sin descafeinar (1%).
Canadá	476.605	118.075	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (100%).
Federación de Rusia	385.460	138.704	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (100%).

FUENTE: INE, IBCE. Elaboración propia.

Los países principales que importaron café boliviano en mayor volumen el año 2010 son: Bélgica con 1,3 millones de kilogramos, Estados Unidos de América con 944,7 mil kilogramos, Alemania con 816,2 mil kilogramos, Países Bajos con 392 mil kilogramos y el Reino Unido con 244,6 mil kilogramos.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Instituto Nacional de Estadística (2012).

3.8 ETAPA PRODUCTIVA.

El proceso de producción del café, que se realiza en la región, presenta características similares entre todas las unidades económicas de pequeños productores, la cual se describe a continuación.

3.8.1 Cosecha y Poscosecha.

3.8.1.1 Recolección.

La maduración del fruto de café se presenta por lo general a las 32 a 33 semanas después de la floración, adelantándose en las zonas bajas y retrasándose en las zonas altas.¹⁰⁵

3.8.1.2 Procesado.

Existen dos métodos para el procesado: el seco y el húmedo.

- **Procesado en seco**, se utiliza en la mayoría de las regiones con producción de café y actualmente es la más común, por ejemplo Brasil emplea extensamente este método, pero se está sustituyendo gradualmente en aquellas localidades donde hay disponible suficiente agua. La fermentación en seco, sin ningún lavado anterior, requiere más o menos 16 horas, después de lo cual los granos se lavan, se escurren, se secan al sol o en secadoras rotatorias. El café sin descascarar, preparado por el método seco, generalmente debe humedecerse antes de que se puedan eliminar las cáscaras.¹⁰⁶

- **Procesado en húmedo**, este proceso consiste en el lavado de granos con agua que consiste en el despulpado, fermentado, lavado y clasificación, secado y el curado del café.¹⁰⁷

¹⁰⁵ Ídem.

¹⁰⁶ Ídem. Pág. 12

¹⁰⁷ Ídem.

- ✓ **Despulpado**, el despulpado de la cereza debe hacerse el mismo día de la recolección para evitar cualquier daño de los frutos, que consiste en quitar la pulpa de las semillas.
- ✓ **Fermentación**, el propósito de la fermentación es para eliminar la pulpa que se adhiere a las cubiertas de los granos, generalmente se completa en 18 a 24 horas pero puede requerir hasta 80 horas donde la temperatura del aire es baja y la altitud de los tanques es elevada. Los granos muy maduros pueden requerir tan sólo unas 12 horas para completar la fermentación.
- ✓ **Lavado**, el lavado se realiza para eliminar las sustancias residuales del mucílago que todavía se encuentran adheridas al pergamino del grano. Esta labor se debe efectuar cuando el café está en el “punto apropiado de fermentación” (café cortado), y toda la demora ocasiona pérdida de peso en el grano y disminución de calidad en la bebida.
- ✓ **Secado**, se utilizan dos métodos de secado, el secado a sol o el secado mecánico por medio de aire caliente. El secado al sol consiste en tender los granos sobre una capa delgada y se mezclan ocasionalmente para darles un secado uniforme; el secado dura por lo menos ocho a diez días; mientras los secadores mecánicos son rotatorios a energía eléctrica que generan aire caliente de 80 a 85°C sobre los granos húmedos, durante las primeras horas, después se mantiene una temperatura de 75 °C, el secado se completa a de 20 a 24 horas.
- ✓ **El curado**, consiste en el descascarado o pelado de la cubierta del grano, eliminado por pulimento las cáscaras plateadas y finalmente su clasificación. El descascarado, pulido y parte de la clasificación se realizan por medio de maquinaria. Estas operaciones se pueden llevar a cabo en forma separada, o el descascarado y el pulido se pueden combinar. La parte mecánica de la clasificación incluye la separación de los granos por peso y tamaño. Los granos, finalmente, son seleccionados a mano para eliminar los granos negros, piedras y otro material extraño.

3.8.2 Selección.

La selección o escogido del grano durante el secado se realiza generalmente a mano que a máquina para eliminar las impurezas y los granos malos o deformes. Además, el grano de café también se selecciona por tamaño.¹⁰⁸

3.8.3 Almacenamiento.

Para asegurar un buen almacenado del grano, esta debe tener una humedad mínima de 10% hasta un máximo de 12,5%, estableciéndose que:¹⁰⁹

- ✓ Se guarda el café en sacos de yute o de polietileno limpios, y se pesa cada saco registrando el peso total entregado por productor.
- ✓ Se almacena los sacos en lugares secos, protegidos de la lluvia y bien ventilados, para evitar que absorban humedad (niebla, condensación, etc.), sobre tarimas de madera.
- ✓ El almacén debe estar completamente libre de contaminantes (combustibles, detergentes, fertilizantes, venenos, alimentos y otras sustancias) que podrían afectar la calidad del grano con el olor.
- ✓ No se debe mezclar en el almacén los distintos tipos de grano: café pergamino, cerezas secas o granos.
- ✓ Se recomienda realizar el almacenamiento en filas de sacos de café, lo que permite la circulación libre de aire, y facilita el manejo de los sacos.
- ✓ Los granos de café verde bien seco, se puede almacenar durante algunos años antes de tostarse, pero repercute en la calidad.

El café se muestrea y se cata antes de que sea enviado al comercio. El mejor color para los granos crudos es el de verde - azulado a verde - grisáceo.¹¹⁰

¹⁰⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9>

¹⁰⁹ Ídem.

¹¹⁰ <http://www.abcagro.com/herbaceos/industriales/cafe4.asp>

3.8.4 Transporte.

El transporte adecuado al centro de acopio o al proceso de beneficiado seco es importante, para cuidar la calidad final del grano de café, se recomienda:¹¹¹

- ✓ El camión debe estar limpio y libre de sustancias contaminantes.
- ✓ Evitar el traslado junto con otros productos o materiales que pueda perjudicar la calidad del grano.
- ✓ Contratar un camión exclusivo para el transporte de café ecológico, para garantizar un transporte limpio y seguro.
- ✓ Los sacos de café debe cubrirse durante el transporte.
- ✓ Cargar y descargar cuando el tiempo es seco, o en un interior.

Una vez el café preparado y listo para la exportación (descascarillado, clasificado y seleccionado), el café se transporta en contenedores limpios, impermeables, secos, inodoros que deben mantenerse lejos del calor, en lugar fresco y protegido del sol y del clima. Para evitar cambios de temperatura durante el transporte.¹¹²

CUADRO N° 3.8
INFORMACIÓN GENERAL DEL CAFÉ

INFORMACIÓN GENERAL	
Producto:	Café verde en grano
Granos enteros:	Sanos sin rajados
Color de grano:	Verde
Humedad:	11%
Cultivo:	Perenne
Beneficiado:	Manual y Mecanizada

¹¹¹ Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia (2006). "MANUAL DE CALIDAD DE CAFÉ" Para las Familias Cafetaleras de FECAFEB. Pág. 86

¹¹² Ídem.

Empaque:	Bolsas de fibra vegetal (Yute)
Peso unitario:	69 kg. Neto
Volumen:	17,25 TM. En contenedor de 20'
Capacidad de producción:	250 TM. / Año
FICHA TÉCNICA	
Nombre científico	Coffea arábica
Origen	Bolivia
Familia	Rubiaceae
Variedad	Arábica criolla
Periodo vegetativo	Arbustos perennes
Época de plantación	Octubre – Diciembre
Época de cosecha	Abril, Mayo, Junio, Julio y Agosto
Departamentos productores:	La Paz (Yungas) y Santa Cruz
Clima	Sub tropical 15 – 25° C
Rendimiento producción	1,2 – 1,5 TM. / Ha.
MANEJO TÉCNICO	
Sistema de siembra	Almacigo y plantación
Densidad de plantación	1.200 plantas por ha. Asociado con especies maderables y frutales para sombra.
Fertilización	Con la aplicación de estiércol animal y compost vegetal.
Principales Plagas	La broca de cafeto.
Principales enfermedades	La roya de cafeto
PRE BENEFICIADO DEL CAFÉ ECOLÓGICO	
Despulpado	El grano maduro o café cereza (guinda), es desprovisto más su pulpa del grano, mediante maquinaria.

Fermentación	El grano se pone a fermentar durante 24 horas como máximo para disolver el mucílago que cubre los granos.
Lavado	Los granos del café son lavados con agua limpia.
Secado	El café se extiende sobre mesas y se expone a los rayos solares hasta obtener un secado parejo con una humedad de 12%.
Almacenado	El café seco adquiere el nombre de pergamino y es envasado en sacos de fibra vegetal para su almacenaje y esta listo para el proceso de beneficiado en seco.
<i>BENEFICIADO ECOLÓGICO</i>	
El beneficiado ecológico realizado en la planta beneficiadora de la empresa sigue los siguientes pasos: pelado de la cascarilla del grano (pergamino), clasificado por tamaño y pesos (se eliminan impurezas), una selección manual y el envasado final el café (oro verde).	

FUENTE: Agrícola Cafetalera Buena Vista AGRICABV SA. Elaboración propia.

3.9 CORREDORES DE COMERCIO INTERNACIONAL.

Un corredor de comercio internacional es un conjunto formado por cuatro componentes que interactúan entre sí y con el entorno, a fin de permitir que se lleve a cabo tanto las exportaciones como importaciones de un país. Los cuatro componentes que hace a un corredor de comercio internacional son:¹¹³

- ✓ Normas y prácticas comerciales y financieras.
- ✓ Exigencias gubernamentales.
- ✓ Infraestructura, vehículos, equipos e instalaciones.
- ✓ Actores.

¹¹³ Documento de la CEPAL (1992). "LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES LATINOAMERICANAS".

3.9.1 Normas y Prácticas Comerciales y Financieras.

La actividad cafetalera nacional está debidamente reglamentada, estas disposiciones legales usualmente no son cumplidas por los actores del comercio cafetalero o de lo contrario desconocen la existencia de la norma. Es así, los comercializadores intermediarios buscaban el beneficio propio para exportar sin importar la calidad del grano de café, mezclaban con granos de baja calidad con tal de cumplir la cantidad comprometida. Ocurría especialmente a finales de los 90, se la llamó café sorpresa, y se castigó con 25 puntos por debajo de la cotización oficial; esto trajo muchos problemas especialmente a los productores. A razón de este problema el Gobierno Nacional del año dos mil, emitió un Decreto Supremo de normar la promoción de la calidad del café, consolidación y apertura de mercados internacionales. El decreto argumentaba que “la calidad del café boliviano de exportación es objeto de observaciones, debido a condiciones de producción y comercialización del producto, traducido en el castigo del precio afectando negativamente a los ingresos del sector cafetalero, situación que obliga a procesos eficientes de explotación y beneficio del café, la finalidad es garantizar la calidad del producto”¹¹⁴. A partir de la norma los agentes de la actividad cafetalera se esforzaron por tener eficiencia en la producción, prebeneficio y beneficio del café, con la finalidad de garantizar la calidad del producto y contar con un certificado de calidad, que está a cargo del Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG).¹¹⁵

También se establece la devolución de las cargas impositivas que pesan sobre los bienes de exportación, a través del Certificado de Devolución Impositiva (CEDEIM).¹¹⁶

¹¹⁴ Presidencia de la República de Bolivia (2000). “DECRETO SUPREMO N° 25811”.

¹¹⁵ Ídem.

¹¹⁶ Presidencia de la República de Bolivia (1993). “DECRETO SUPREMO N° 23574”

3.9.2 Exigencias Gubernamentales.

Las exigencias gubernamentales está referido a los requisitos que debe presentar el exportador para iniciar una operación de exportación, se realizan en oficinas de la Cámara Nacional de Exportadores (CANEB) y sus oficinas regionales a nivel nacional, mediante el Sistema Informático SIDUNEA ++, los requisitos son:¹¹⁷

- ✓ Factura comercial dosificada por el Servicio Nacional de Impuestos Nacionales (SIN).
- ✓ Declaración Única de Exportación (DUE).
- ✓ Certificado de Origen (cuyo objeto es que las mercancías de exportación cumplan las normas de origen establecidas en los acuerdos comerciales) para el café son: a) Certificado de Origen – ICO a cargo de Cámaras Departamentales de Exportadores (solicitar No. de inscripción ICO, aporte a la ICO según volumen de exportación a 0.20 cts. \$us/saco de 60 Kg., certificado de SENASAG para café procesado). b) Certificado de Calidad del Café de Exportación a cargo de IBNORCA (certificado voluntario a requerimiento del exportador, Declaración Única de Exportación DUE, aporte a la cuenta IBNORCA 0.20 cts.\$us/saco de 60 Kg.).

3.9.3 Infraestructura.

Los exportadores de café boliviano utilizan al menos tres corredores de comercio internacional:¹¹⁸

- ✓ El primero comienza en los centros de producción o mercados primarios de acopio y termina en la ciudad de El Alto, por el camino Caranavi – La Paz.

¹¹⁷ Viceministerio de Comercio y Exportaciones (2008). "GUIA DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN".

¹¹⁸ Documento de la CEPAL (1992). "LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES LATINOAMERICANAS".

- ✓ El segundo corredor está determinado entre el trayecto de la carretera entre la ciudad de El Alto y el puerto marítimo de Arica (Chile), el producto es transportado por empresas de transporte internacional, cuyas empresas tienen un representante en el puerto, quienes deben programar juntamente con el agente portuario la descarga y consolidación de la carga en el puerto. Posteriormente la empresa naviera se encarga de asignar el contenedor y el sello de la misma para su posterior embarcación.
- ✓ El tercer corredor comprende el trayecto marítimo que parte del puerto de Arica a los puertos de destino.

**CUADRO N° 3.9
LA PAZ: CORREDORES DE COMERCIO INTERNACIONAL
PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ**

Etapa Productiva y Cadena de Distribución		
Actividad	Ejecución	
	Canal	Corredor
Corredor de Comercio Internacional en Bolivia (Yungas - El Alto)		
Producción de café	Productores	
Cosecha	Productores	
Pre-beneficio	Productores	
Transporte terrestre, Yungas - El Alto	Procesador/Exportador	Transporte privado
Beneficio	Procesador/Exportador	
Corredor de Comercio Internacional de Bolivia - Chile (El Alto - Arica)		
Consolidación del café al contenedor		Empresa de Transporte Internacional
Transporte terrestre El Alto - Arica		Agente Naviero
Recepción del contenedor en Arica	Importador	Empresa Naviera
Corredor de Comercio Internacional a Europa (Transporte Marítimo)		
Cargue del contenedor al buque		
Recepción de la carga en destino		

FUENTE: Elaboración propia en base a información de CEDLA.

En la mayoría de los casos la infraestructura en nuestro país es precaria.

3.9.4 Actores.

Los actores que intervienen en el corredor están agrupados de acuerdo con la naturaleza de los servicios que prestan. En este sentido los relacionados con la distribución física del producto son los productores, rescatadores, transportistas, tanto nacionales como internacionales y del transporte marítimo; la promoción, negociación y venta de los mismos está a cargo de los gerentes de las empresas exportadoras y en algunos casos del directorio de las organizaciones de los productores de café que exportan; el financiamiento y el seguro del producto está a cargo de las entidades bancarias. Los actores que apoyan el cumplimiento de las exigencias gubernamentales son la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia que a su vez delegó a las cámaras departamentales en este caso para La Paz es la Cámara de Exportadores de La Paz CAMEX, la Fundación para el Desarrollo Empresarial (FUNDEMPRESA), SENASAG, la Organización Internacional del Café (ICO), la Aduana y las Agencias Portuarias.¹¹⁹

3.10 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Un canal de comercialización está definido como el conjunto de agentes económicos que realizan las actividades necesarias para que un artículo producido por un fabricante en una parte este disponible para su utilización o consumo en otra. A su vez un canal puede dividirse en cadenas y flujos. Las cadenas corresponden a secuencias en que los actores y las actividades pueden ser ordenados consecutivamente o cronológicamente en el tiempo, los flujos corresponden a secuencias en que no es posible establecer un orden temporal.¹²⁰

Los socios de cada organización cafetalera ejecutan el proceso desde la cosecha hasta la etapa de prebeneficio. A partir de esta etapa es ejecutado por los responsables de comercialización donde cada procesador y exportador tienen sus

¹¹⁹ Ídem.

¹²⁰ Documento de la CEPAL (1992). "CANALES, CADENAS, CORREDORES Y COMPETITIVIDAD": Un enfoque sistémico y su aplicación a seis productos latinoamericanos de exportación.

propios canales de comercialización, las diferencias son mínimas entre sí, tales como el embarque al país de destino y las calidades del producto que se exporta (café convencional y café orgánico); desde allí los importadores son dueños del café.¹²¹

**CUADRO N° 3.10
CANAL DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ EN
GRANO.**

Etapa Productiva y Cadena de Distribución			Flujo de las Negociaciones de las Condiciones de Venta		
Actividad			Cadena de Propiedad del Producto	Actividad	
Descripción	Ejecución	Contratación		Descripción	Ejecución
Producción de café	Productores		Productor	Acuerdo sobre la forma	Productores y
Cosecha	Productores		Productor	de fijar precios del café	procesadores/exportadores.
Pre-beneficio	Productores		Productor	pergamino y pago.	
Transporte a El Alto		Transporte Privado		Establecimiento de	Bolsa del café de New
Beneficio	Proces/Export.*		Proces/Export.	precios de referencia del	York.
Consolidación café	Proces/Export.		Proces/Export.	café.	
Transporte Arica		Emp. Transp. Inter.	Proces/Export.	Identificación de los	Brokers
Recepción contenedor		Agente Naviero	Proces/Export.	compradores.	
Cargue al buque		Empresa Naviera	Proces/Export.	Negociación de precios de café.	Brokers
Transporte marítimo			Importador		
Recepción de la carga en destino	Importador		Importador		

FUENTE: Elaboración propia en base a información de CEDLA.

* Procesadores/Exportadores

3.10.1 Liderazgo y Coordinación.

En las exportaciones del café boliviano el liderazgo lo tienen los agentes especializados denominados Brokers, quienes se encargan de establecer nexos comerciales entre las empresas exportadoras bolivianas y los importadores de los países industrializados quienes generalmente hacen la compra del grano de café, y

¹²¹ Ídem.

excepcionalmente se dan casos en que los exportadores tratan directamente con los compradores (es decir con los tostadores). A comparación de otras transacciones comerciales, en el negocio del café hay un nivel de confianza muy alto, corrientemente no se demandan cartas de crédito por parte de los exportadores a los importadores. Las transacciones se efectivizan sobre la base de la muestra representativa del café, se acuerda el precio tomando en cuenta la cotización de la bolsa de New York y el mes de entrega del café en puerto, en este caso FOB¹²² Arica, una vez presentado el juego de documentos de embarque, el importador transfiere el dinero, antes de haber recibido en su almacén la mercadería que tarda aproximadamente 45 días. Esta confianza dada en las exportaciones de café lo generan los brokers, que son agentes que intermedian la negociación y por su parte brindan garantías tanto a los importadores como a exportadores sobre el cumplimiento del contrato.¹²³

Las empresas nacionales exportadoras de café no gozan de buena reputación en el exterior debido a la falta de seriedad con la que actúan y por incumplir constantemente las condiciones estipuladas en el contrato, es por esta razón que los importadores prefieren tratar directamente con los brokers; son personas conocidas en el ámbito del comercio internacional de café, de prestigio y credibilidad y brindan las garantías necesarias a importadores y exportadores sobre el cumplimiento del contrato.¹²⁴

3.10.2 Flujo de Negociaciones de las Condiciones de Venta.

El primer flujo de negociación en el café se realiza entre los productores de café y los intermediarios; la negociación se enmarca en un mercado de oligopsonio, porque los intermediarios en la mayoría de las veces fija el precio local del grano de café con

¹²² «franco a bordo, puerto de carga convenido» Cláusula en el comercio internacional en la cual el comprador se compromete a pagar todos los gastos que se incurran luego de puesta la mercadería en el puerto de embarque. <https://www.bancosantander.es/cssa/Satellite>

¹²³ CEPAL (1992). "CANALES, CADENAS, CORREDORES Y COMPETITIVIDAD": Un enfoque sistémico y su aplicación a seis productos latinoamericanos de exportación.

¹²⁴ Ídem.

referencia a la cotización diaria en la Bolsa de New York. La realidad dentro las organizaciones cafetaleras es diferente, el acopio que realiza es en calidad de consignación, el precio no se fija hasta el momento de colocar el café al mercado internacional y haber firmado un contrato, por esta razón los asociados no entregan la totalidad de su producción a las asociaciones que exportan, porque no reciben el dinero en el instante, mientras los intermediarios pagan al contado. Los exportadores generalmente negocian con los Brokers para colocar el café verde al mercado internacional, posteriormente entre el Broker y el importador, y por último entre el exportador y el importador para ponerse de acuerdo en el precio, cantidad, fecha de entrega y forma de pago.¹²⁵

3.10.3 La Cadena de Distribución Física.

La cadena de distribución física comienza con los productores cafetaleros, que llevan el café hasta los centros de acopio o mercados primarios, donde el productor vende el café a los intermediarios, quienes lo trasladan en camiones hasta la ciudad de El Alto para venderlo a los exportadores, una vez adquirido por los exportadores, estos contratan una empresa de transporte internacional para llevar el café hasta el puerto marítimo, y allí se contrata una empresa naviera para trasladar el café hasta el puerto de destino.¹²⁶

3.10.4 La Cadena de Propiedad y Flujo de Riesgos.

Inicialmente el pequeño productor es el propietario del café, el cual lo vende en el mercado primario de café al intermediario, que es el nuevo propietario del producto, este traslada el producto a la ciudad y lo transfiere al exportador para su posterior exportación y otorgándole la propiedad final del grano de café al importador.¹²⁷

¹²⁵ Documento de la CEPAL (1992). "LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES LATINOAMERICANAS".

¹²⁶ Ídem.

¹²⁷ <http://www.oas.org/DSD/publications/Unit/oea34s/ch024.htm>

El flujo de riesgos está en manos de los propietarios del café, un caso distinto ocurre con las organizaciones, el asociado es el propietario del producto hasta el momento de firmar el contrato, entonces, el flujo de riesgos está a cargo del productor asociado, la asociación sólo cobra comisión por los servicios prestados, lo que significa que los productores asociados asumen plenamente los riesgos comerciales. Este hecho no le conviene al productor campesino, motivo por el cuál en algunos casos vender el café a los intermediarios.¹²⁸

3.11 DIFERENCIAS Y VENTAJAS DEL CAFÉ CONVENCIONAL Y EL CAFÉ ORGÁNICO.

El café convencional, es aquel donde todo el sistema de producción es tradicional, en el cual usan productos químicos, además con este sistema se pierde el carácter agro forestal, y se obtienen altos rendimientos. El café orgánico, es aquel sistema de producción sostenible, en el cual no se utilizan productos químicos, donde se utilizan métodos naturales, de acuerdo con la reglamentación vigente y según con la verificación de organismos certificadoras autorizadas.¹²⁹

De lo mencionado se establece que existen **diferencias** en la forma de producción de ambos cafés:¹³⁰

CAFÉ CONVENCIONAL	CAFÉ ORGÁNICO
Es comercializado a través de la intermediación tradicional.	Se lo comercializa a través del llamado comercio justo o mercado alternativo.
Su modo de cultivo es el tradicional, donde intervienen fertilizantes y agroquímicos.	Su método de cultivo es parecido a lo tradicional, la diferencia esta en el uso de abono orgánico (evitan el uso de fertilizantes y agroquímicos).
Este tipo de café no cuenta con ningún tipo de certificación.	Este tipo de café sí cuenta con un certificado, que certifica el producto orgánico.

¹²⁸ CEPAL (1992). "CANALES, CADENAS, CORREDORES Y COMPETITIVIDAD": Un enfoque sistémico y su aplicación a seis productos latinoamericanos de exportación.

¹²⁹ Ídem.

¹³⁰ Ideas Básicas sobre el Café Orgánico. (2004). <http://www.jornada.unam.mx>

Al no contar con este certificado, existe incertidumbre en los precios de bajar o subir.	La certificación hace que los productores obtengan mayores precios con relación al convencional.
La calidad de grano de café no es uniforme en su totalidad, sino es dudosa.	Tiene mayor garantía de ofrecer granos de café de calidad.
No cuidan el medio ambiente, ya que trabajan con medios que dañan el medio ambiente.	Este sistema respeta y protege el medio ambiente.

Entre las **ventajas** de café convencional y café orgánico se puede mencionar lo siguiente:¹³¹

Café Convencional	Café Orgánico
Obtienen altos rendimientos.	Premio por producir café orgánico.
Cuenta con un alto nivel de promoción en el ámbito nacional e internacional.	Posibilitar el saber producir abono orgánico.
	Protección y conservación de la biodiversidad.
	Mejora el ingreso del productor a través del sobreprecio.
	Orientado a mejorar la calidad de vida de productores y consumidores.

El café orgánico es considerado como alternativa definitiva en cuanto a beneficios económicos y ecológicos para organizaciones campesinas, a pesar de las fuertes inversiones en mano de obra que implica, la producción de café orgánica. Los métodos tradicionales prácticamente se imponen en el cultivo de café en Bolivia, siendo un país no impactado por agroquímicos y fertilizantes que degradan la tierra; se considera que nuestro país es potencialmente de producción ecológica.¹³²

¹³¹ Ídem.

¹³² <http://www.aopeb.org>

3.12 MUNICIPIO DE CARANAVI.

El Municipio de Caranavi se encuentra ubicado en la Provincia del mismo nombre del departamento de La Paz, situada al noroeste de Bolivia, en la zona subandina, región amazónica, sector conocido como faja de Yungas Alto, cuyo referente natural es la Cordillera Oriental o Real que atraviesa Bolivia desde el norte hasta el sudeste regulando el clima de las fajas altitudinales, posee una extensión territorial de 3.710 km² cuyas alturas oscilan entre 393 (Suapi) y 1600 m.s.n.m. (Alto Illimani) y geográficamente se halla comprendida entre las coordenadas 68° 00` y 67°, 37` de longitud oeste y 15° 15` y 16° 15` de latitud sur.¹³³ La región de Caranavi corresponde a las características de bosque subtropical húmedo, con topografía accidentada y pendientes variables mayores al 6%, con microclimas ideal para la producción de cafés de altura de alta calidad de 1.000 a 1.800 m.s.n.m.¹³⁴

El Municipio de Caranavi está conformado por los cantones: Choro, Taypiplaya, Santa Fé, Alcoche, Villa Elevación, Incahuara de Ckullu Ckullo, Carrasco, Uyunense, Inicua Bajo, Santa Ana de Caranavi, Suapi, Santa Ana de Alto Beni, San Pablo, Chojña, Santa Rosa, Belen, Eduardo Abaroa, Calama, Alto Illimani, Rosario, Entre Ríos y Carrasco. El Municipio de Caranavi limita al norte con el Municipio de Guanay, al sud con Coroico y al oeste con Achocalla y el Municipio de Guanay.¹³⁵

La población se encuentra repartida en un total de 750 comunidades y el promedio de tamaño de hogar es de 4 a 6 miembros; la población total del municipio es de 51.153 personas, de las cuales 28.092 son hombres y 23.061 son mujeres.¹³⁶ Caranavi es zona de colonización de origen aymará. Las familias cafetaleras, según la memoria histórica, tienen influencia de varias culturas, donde lo autóctono y lo foráneo se articularon dando lugar a relaciones sociales muy particulares (los originarios eran Lecos, y posteriormente llegaron los Mosevenes); actualmente, más del 80% de la población es aymará y quechua, y el 30% emigrante del interior del

¹³³ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE CARANAVI (PDM 2007 – 2011). Pág.1.

¹³⁴ ILDIS-FAO (1994). "AGROINDUSTRIA Y PEQUEÑA AGRICULTURA". Pág. 170.

¹³⁵ Quina Mamani, Ángel M (2010). "ATLAS DE BOLIVIA". Pág. 56.

¹³⁶ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA INE. Censo (2001).

país (potosinos, sucrenses). El idioma principal es el español, y los colonos también hablan aymará y quechua. Las comunidades originarias responden a diferentes estructuras comunales (cooperativas, asociaciones, y comunidades), su organización es sindical.¹³⁷

La Provincia Caranavi constituye actualmente el eje de integración espacial de las subregiones de Coroico, Guanay, Teoponte y Palos Blancos. La infraestructura caminera troncal, que se encuentra en relativa buenas condiciones, es vital para su vinculación con el mercado. Lo cual le otorga un peso específico en el ordenamiento espacial, con perspectivas a constituirse en el espacio adecuado para la instalación de una ciudad intermedia.¹³⁸

Caranavi es una región donde se cultiva café de la especie Coffea arábica, con predominancia de la variedad Típica o Criolla que abarca 90% de la producción; se cultiva bajo sombra con sistemas agroforestales (combinación de árboles maderables y frutales). La mayor fuente de ingresos de la zona proviene de la producción de café y cítricos.¹³⁹

3.12.1 Manejo Espacial.

3.12.1.1 Uso del Suelo.

De acuerdo a su uso, el espacio territorial del Municipio Caranavi, se distribuye en tierras cultivables (que incluye áreas con cultivos y en descanso), incultivables, de pastoreo, urbana, centros poblados, forestales y otros (ver cuadro 4.1).¹⁴⁰

Las áreas con cultivos representan aproximadamente el 54,46 % (131.644,71 hectáreas) con relación a la superficie total del municipio y son aptas para desarrollar las labores agrícolas; las de pastoreo representan aproximadamente el 6,35 % (15.341,32 hectáreas) de la superficie total y son suelos disponibles para la crianza

¹³⁷ Línea de Base Proy. Café – FDTA (2005). “TRÓPICO HÚMEDO”. Pág. 5.

¹³⁸ ILDIS-FAO (1994). “AGROINDUSTRIA Y PEQUEÑA AGRICULTURA”. Pág. 170.

¹³⁹ Ídem.

¹⁴⁰ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE CARANAVI (PDM 2002 – 2006). Pág.6.

de ganado y la siembra de forrajes perennes y anuales; los suelos en descanso (suelos en barbecho) alcanzan el 13,55 % de la superficie y representan 32,756.19 hectáreas; los forestales, áreas donde existe plantaciones de árboles con especies nativas e introducidas, representan el 3,30 % de la superficie (7.986,90 hectáreas); las tierras sin uso corresponden a áreas donde es difícil desarrollar labores agrícolas y ganaderas principalmente, se tienen a las serranías con pendientes pronunciadas, presencia de afloramientos rocosos, ríos y cárcavas, representan el 22% de la superficie total del municipio (53.186,75 hectáreas). Por ultimo están las tierras urbanas, superficie destinada a las viviendas concentradas y representan el 0,34% (832,86 hectáreas).¹⁴¹

**CUADRO N° 3.11
CARANAVI: DISTRIBUCIÓN DEL USO Y OCUPACIÓN DEL SUELO.**

Área	Superficie (Has)	Superficie (Km ²)	Porcentaje (%)
Con Cultivos	131.644,71	1.316,18	54,46
Pastoreo	15.341,32	153,38	6,35
Descanso	35.756,19	327,49	13,55
Forestal	7.896,90	79,85	3,30
Construcciones (Urb.)	832,86	8,33	0,34
Sin uso	53.186,75	531,77	22,00
TOTAL	241.748,73	2.417,00	100,00

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Caranavi (PDM 2002-2006).

El uso del suelo en el Municipio tiene como actividades principales: el desarrollo de la producción agrícola propia de los yungas principalmente en café, cítricos, bananos, papaya, arroz, entre otros, también actividad ganadera en pequeña escala. El desarrollo de estas actividades productivas muestra un comportamiento diferenciado según la zona alta, media o baja, como veremos más adelante.¹⁴²

¹⁴¹ Ídem.

¹⁴² Ídem.

3.12.1.2 Acceso y Tenencia de la Tierra.

En Caranavi, según el Plan de Desarrollo Municipal (2002), la propiedad esta acreditada por el título ejecutorial, otros documentos de transacción (compra-venta) y herencia. Existen 15,792 familias con terrenos en propiedad, de las cuales el 75,3% corresponde a la modalidad de asentamiento (colonización), 16,6% a la modalidad de herencia y el resto 8,1% a transacciones de compra y venta (Cuadro 3.12).

En el Municipio el 98,10 % indican que tienen el derecho propietario de sus tierras aunque solo el 75 % de las familias cuentan con los respectivos títulos de propiedad, de este total el 84% de los títulos esta a nombre del jefe de la familia y el resto 16 % de los título esta a nombre de la mujer (esposa/viuda/hijas).¹⁴³

**CUADRO 3.12
CARANAVI: ORIGEN DE LA PROPIEDAD EN LA PROVINCIA.**

Provincia Caranavi	Familias con propiedad	Herencia	Asentamiento Colonización	Compra
TOTAL	15.792	2.621	11.892	1.279

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Caranavi (PDM 2002-2006).

3.12.2 Estructura de Producción de las Zonas.

3.12.2.1 Características Generales de las Zonas.

La **zona baja** está conformada por las poblaciones de Belén, Santa Ana de Alto Beni, Santa Rosa, Eduardo Abaroa, Inícu y Suapi ; zona ubicada en la región norte del municipio de Caranavi entre 350 y 700 m.s.n.m., con temperaturas que oscilan 25 y 30 grados centígrados y con precipitaciones pluviales de 2000 3000 mm, por año mayores y más frecuentes que en la zona alta.¹⁴⁴

Los principales componentes de la producción en lo que se refiere a la actividad agrícola es diversa que están orientados al mercado como: el café, plátano, papaya,

¹⁴³ Plan de Desarrollo Municipal de Caranavi (PDM 2002-2006). Pág. 8.

¹⁴⁴ Plan de Desarrollo Municipal de Caranavi (PDM 2007-2011). Pág. 12.

arroz, cítricos, palta, mango; la yuca, las hortalizas y otros cultivos anuales están destinados al autoconsumo y los excedentes al mercado. El área de cultivo llega al 90% e incluso al 100% en algunos lotes. Esta zona se caracteriza por la existencia de recursos forestales, donde se realiza la reforestación y control de recursos maderables.¹⁴⁵

La zona media está conformada por las poblaciones: Villa Elevación, Taipiplaya, Santa de Caranavi, Uyunense, José Carrasco, Carrasco la Reserva, Caranavi, Rosario Entre Ríos, San Lorenzo, San Pablo, Santa Fe y Alcoche; situada en la parte central del municipio de Caranavi entre 700 y 1.200 m.s.n.m., y con temperaturas que oscilan entre 20 y 27 grados centígrados. Los recursos hídricos que se presentan en la zona son tan importantes especialmente en los cultivos de: el café, bananos, arroz, mango, achiote, cítricos y otros.¹⁴⁶

La zona alta comprendida por las poblaciones: Alto Illimani, Incahuara de Ckullu Kullu, Choro, Chojña y Calama; zona situada en la parte sur del municipio de Caranavi, que presenta serranías altas y medias que circundan el valle con altitudes que van de los 1.200 a los 1.700 m.s.n.m., con temperaturas que fluctúan entre 16 y 20 grados centígrados y con precipitaciones promedias anuales de 1500 mm. Sector donde resaltan serranías altas, bosques secundarios poco densos y cultivos muy esparcidos. En esta zona, el cultivo de mayor importancia es la coca seguido del café, palta, maíz, en menor grado el té y los cítricos.¹⁴⁷

En Caranavi, y en los Yungas, la propiedad es de carácter familiar, con sucesión hereditaria por vía masculina, pero mientras que en los Yungas la tierra proviene de la Reforma Agraria, en Caranavi la propiedad tiene su origen en la dotación efectuada por el Instituto Nacional de Colonización a principios de los sesenta.¹⁴⁸

¹⁴⁵ ILDIS-FAO (1994). "AGROINDUSTRIA Y PEQUEÑA AGRICULTURA". Pág. 172.

¹⁴⁶ Plan de Desarrollo Municipal de Caranavi (PDM 2007-2011). Pág. 12.

¹⁴⁷ Ídem.

¹⁴⁸ ILDIS-FAO (1994). "AGROINDUSTRIA Y PEQUEÑA AGRICULTURA". Pág. 172.

3.12.2.2 Tamaño y Estructura de la Propiedad.

La tenencia de la tierra en las comunidades colonas es privada, con una superficie total de 12 y 15 hectáreas por familia, pero por efecto de sucesión hereditaria esta extensión ha ido disminuyendo. Estudios realizados dan cuenta que en la actualidad se puede encontrar parcelas hasta de 4 hectáreas, pero existen minifundios menores a una hectárea. El uso del suelo tiene correspondencia con potencialidades del mismo, disponibilidad de tierra, necesidades de consumo y requerimientos del mercado, es así que una familia tipo, utiliza un 45% de sus tierras en sus cultivos, un 4.2% para pastoreo, 13% de bosque natural, 6.1% bosque forestal, 11% superficie en descanso o barbecho, y tiene un 20% de superficie no utilizada. Mas del 80% de los terrenos son en pendiente según (PDM 2002, Caranavi).¹⁴⁹

La superficie cultivada se encuentra en función del tamaño de las familias, de sus necesidades alimenticias y de su fuerza de trabajo. En las parcelas de los sindicatos agrarios y propiedades privadas cada propietario ubica sus cultivos a su conveniencia y criterio, muchas veces iniciando el chaqueo a partir del camino principal y avanzando hacia el interior de su parcela (dentro de los límites de sus parcelas). Además de los chacos, donde se producen cultivos para la subsistencia y cultivos comerciales, las familias cuentan con espacios alrededor de sus viviendas, lugar donde se ubican entre 5 y 10 árboles frutales y también crían animales domésticos. Las comunidades están por lo general dispersas, cuentan con un radio urbano a razón de dotación de servicios básicos y necesidad de conformar espacios sociales de convivencia, como, escuelas, local de reuniones comunales, centro de ceremonias religiosas, canchas de fútbol y otros relacionados a la interacción social.¹⁵⁰

¹⁴⁹ Línea de Base Proy. Café – FDTA (2005). “TRÓPICO HÚMEDO”. Pág. 6.

¹⁵⁰ Ídem.

3.12.3 Población Dedicada a Actividades Económicas.

Según el Censo del 2001, la mayoría de la población se dedica a las actividades relacionadas con la agricultura, la pecuaria y la pesca, alcanzando a un 69, 86 % (Cuadro 3.13).

CUADRO N° 3.13
CARANAVI: PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA POBLACIÓN.

Categoría	Actividad	%
Principales actividades económicas	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	59,1
	Construcción	10,3
Principales grupos ocupacionales	Agricultura, pecuaria, pesca	69,86
	Servicios, vendedores	9,44

Fuente: INE, 2005.

Otra característica que se encuentra, en la población de Caranavi, es que la mayoría de la población empleada es trabajador independiente con remuneración, alcanzando en total a 16.860 habitantes (Cuadro N° 3.14)

CUADRO N° 3.14
CARANAVI: POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR Y TIPO DE REMUNERACIÓN.

Categoría	Actividad	Población
Condición de actividad	Población en edad de trabajar	36.012
	Población económicamente activa	23.527
Población ocupada por categoría en el empleo	Asalariados	4.029
	Independientes con remuneración	16.860
	Independientes sin remuneración	698
	Población en edad escolar que trabaja	2.387

Fuente: INE, 2005.

3.12.4 La Producción en la Parcela y/o Finca.

La producción de cultivos depende de la altitud de las tierras. En las partes altas produce coca, banano, cítricos pero sobre todo café, en las partes bajas produce

cacao, arroz, maíz, fréjol, plátanos, mangos, caña de azúcar y también café. Los productos más importantes son el café, coca y cacao por el ingreso económico que les genera la venta de estos productos. La siembra de alimentos básicos (Cuadro 3.15) como el maíz, arroz, yuca y banano, el cultivo comercial de árboles frutales, producción de café, y la cría de animales domésticos (porcinos y aves) son acciones que caracterizan a la producción familiar.¹⁵¹

**CUADRO N° 3.15
CARANAVI: PRINCIPALES PRODUCTOS SEGÚN LA ÉPOCA.**

Producto	Época
Cítricos	Abril, Mayo, Junio y Julio
Plátano	Todo el año
Café	Mayo, Junio y Julio
Arroz	Marzo, Abril y Septiembre, Octubre
Cacao	Febrero a Marzo
Papaya	Todo el año
Palta	Diciembre a Enero
Mango	Diciembre a Febrero
Achiote	Octubre, Abril

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Caranavi (PDM 2002-2006).

Según el PDM-Caranavi (2002-2006) la producción de animales menores (cerdos y gallinas) en todas las colonias es importante, las mujeres son las encargadas de esta actividad y depende de la disponibilidad de alimento para incrementar la cantidad. Su comercialización, muchas veces, reporta un importante ingreso económico para la familia y pueden cubrir con este ingreso necesidades básicas inmediatas. En Caranavi, por las características fisiográficas de su ubicación, no se tiene ninguna maquinaria agrícola mecanizada que los productores puedan utilizar en forma mancomunada y/o individual para sus labores agrícolas, por tanto acuden a sus herramientas manuales para la labranza primaria, secundaria, siembra y cosecha no utilizan animales de carga para transportar sus productos.¹⁵²

¹⁵¹ Copa Escalante, Emilia (2007). Tesis Post Grado CATIE "EL ROL DE LA FAMILIA, EN ESPECIAL DE LA MUJER EN LA PRODUCCIÓN, CERTIFICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN CARANAVI, BOLIVIA".

Pág. 42.
¹⁵² Idem.

3.13 ORGANIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES.

En el Municipio de Caranavi, las familias cafetaleras están agrupados en Organizaciones Económicas Campesinas (OECA's) estructuradas en Asociaciones, Cooperativas y CORACA's (Corporaciones Agrarias Campesinas); todas estas organizaciones están aglutinadas en la Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia (FECAFEB) por un total de 35 organizaciones, que representa a 9.000 familias cafetaleras organizadas. Todas estas organizaciones son exportadoras de café.¹⁵³

**CUADRO N° 3.16
ORGANIZACIONES AFILIADAS A FECAFEB.**

Asociaciones	Cooperativas	Coracas
AECAR	ALTO SAJAMA	CORACA Carrasco
AIPAC-AB	ANTOFAGASTA	CORACA Chulumani
AIPEP	CELCCAR	CORACA Irupana
AIPRACC	CENCOOP	PREAFILIADAS
APCA APOLO	CIANA	APAIC
APCERL	CIAPEC	SAN IGNACIO
APROCAFE	COAINE	CAIM
ARPEA Asunta	ILLAMPU	COACS
ASOCAFE	MEJILLONES	PASYBOL
CENAPROC	SAN JUAN	PROCASY
SUMAJ CAFÉ	UPROAGRO	CERRO PELADO
APROCAVIC	VILLA ORIENTE	
AGROCAM		

Fuente: Elaboración propia en base a información de FECAFEB.

En el municipio de Caranavi existen 25 organizaciones afiliadas a FECAFEB, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

¹⁵³ Entrevista a Policarpio Alí C. (2009). Departamento de Comercialización "FECAFEB".

**CUADRO N° 3.17
ORANIZACIONES AFILIADAS DEL MUNICIPIO DE CARANAVI A FECAFEB.**

Sigla	Organización
AECAR	Asociación Ecológica de Caficultores del Rosario.
AIPEP	Asociación de Productores Ecológicos de Pumiri.
AIPRACC	Asociación de Productores Ecológicos Central Caranavi.
ALTO SAJAMA	Cooperativa de Comercialización y Servicio Alto Sajama.
ANTOFAGASTA	Cooperativa Integral Agropecuaria Antofagasta Ltda.
APROCAFE	Asociación de Productores de Café.
ASOCAFE	Asociación de productores de Café Taypiplaya.
CELCCAR	Central Local Cooperativas Agropecuarias Caranavi Ltda.
CENAPROC	Central Asociados productores de Café.
CIANA	Cooperativa Integral Agropecuaria Nueva Alianza.
CIAPEC	Central Integral Agropecuaria de Productores Ecológicos Ltda.
COAINE	Cooperativa Agropecuaria Integral Nor Este.
CORACA CARRASCO	Corporación Agropecuaria Campesina Carrasco La Reserva CRC.
ILLAMPU	Cooperativa Corpus Christi.
MEJILLONES	Cooperativa Agropecuaria Mejillones.
SAN JUAN	Cooperativa Agropecuaria Cafetalera San Juan Ltda.
UPROAGRO	Unión de Productores Agropecuarios.
VILLA ORIENTE	Cooperativa Agropecuaria Villa Oriente.
AGROCAM	Asociación Agropecuario Calama.
APAIC	Asociación de Productores Agropecuarios Integral de Café.
SAN IGNACIO	Cooperativa San Ignacio.
CAIM	Cooperativa Agropecuaria Integral Moscovia Ltda.
COACS	Cooperativa Agropecuaria de Comercialización "2 de Septiembre" Ltda.
Coop. Villa Montes	Cooperativa Villa Montes Caranavi.
Coop. Cerro Grande	Cooperativa Cerro Grande.

Fuente: Elaboración propia en base a información de FECAFEB

Cada organización cuenta con instrumentos jurídicos (estatuto orgánico, reglamento interno, libro de actas), normas y reglamentos propios (reglamento de producción orgánica, organigrama, manual de funciones, entre otros), además de un Directorio. El tamaño de cada organización varía de año en año (es a consecuencia de nuevos registros de productores o por desafiliación de productores). Los productores nuevos de una organización, ingresan bajo la categoría “en transición”, esta categoría

equivaldría al de “preafiliada” en FECAFEB; después de 3 años en la organización y estar cumpliendo con las normas de la certificación orgánica se alcanza la categoría de “productores orgánicos” en la organización y en FECAFEB, las organizaciones que cumplen con todas los requisitos y normas, previa evaluación de los dirigentes, tienen la categoría de “Afiliados”.¹⁵⁴

3.14 OFERTA DE CAFÉ ORGÁNICO.

3.14.1 Superficie Cultivada de Café Orgánico.

CUADRO N° 3.18
SUPERFICIE CULTIVADA
(En Hectáreas)

Años	Sistema Tradicional			Orgánico*
	Bolivia	La Paz	Caranavi*	Caranavi
1998	23.653	22.400	17.920	1.792
1999	24.330	23.000	18.400	2.576
2000	24.528	23.200	18.560	2.784
2001	24.852	23.500	18.800	4.700
2002	24.990	23.646	18.917	5.675
2003	25.776	24.440	19.552	7.821
2004	26.456	25.130	20.104	10.856
2005	27.277	25.956	20.765	12.459
2006	27.907	26.590	21.272	13.827
2007	28.678	27.366	21.893	15.325
2008	29.334	28.023	22.418	17.935
2009	30.380	29.023	23.218	18.575
2010	29.815	28.443	22.754	18.090

Fuente: INE, MDRyT. Elaboración propia.

* Son datos estimados.

Desde el año 1998 al 2010, la superficie cultivada de café en Bolivia, fue de 23.653 a 29.815 hectáreas, donde la superficie se incrementa en 6.162 hectáreas, a una tasa de crecimiento medio de 1,79% por año, como se observa en el Cuadro N° 3.18. La superficie cultivada, en los años analizados se observa, que todos los años existe crecimiento a excepción del 2010 que disminuye 565 hectáreas, según fuentes a Fecafeb, los productores de los Yungas priorizan el cultivo de coca por su

¹⁵⁴ Ídem.

rentabilidad a corto plazo. El 95% del cultivo a nivel Nacional se encuentra en el Departamento de La Paz, el 76% le corresponde al Municipio de Caranavi, y con relación a lo departamental a Caranavi le corresponde aproximadamente el 80% de la superficie cultivada de café.

Respecto a la superficie cultivada de café orgánico certificada en el Municipio de Caranavi, se establece que a partir de los primeros años de la década de los 2000 se va intensificando el cultivo de café orgánico año tras año, hasta llegar en los tres últimos años al 80% de la superficie certificada que abarca aproximadamente 18 mil hectáreas; según fuentes autorizadas de Biolatina, Fecafeb y Aopeb.

A comparación con países sudamericanos productores de café, la superficie cultivada, por ejemplo en 1999 es: en Perú aproximadamente a 230 mil hectáreas, Ecuador con 350 mil hectáreas, Venezuela con 288 mil hectáreas y Colombia con una tradición cafetalera que abarca 869 mil hectáreas.¹⁵⁵

3.14.2 Producción de Café.

En Bolivia la producción de café se halla ubicada principalmente en el departamento de La Paz, específicamente en la región de los Yungas y norte del departamento. La Provincia Caranavi es el abanderado como primer productor de café en el país, llamado también capital cafetalera de Bolivia, cuya producción esta aproximadamente con 75% a 80% de la producción nacional, según datos analizados del INE, MDRyT FECAFEB, CAFÉ CALIDAD, AOPEB y BIOLATINA.

¹⁵⁵ Café Peruano. <http://www.monografias.com/trabajos35/cafe-peruano/cafe-peruano.shtml?monosearch>

**CUADRO N° 3.19
PRODUCCIÓN DE CAFÉ
(En Toneladas Métricas).**

Año	Sistema Tradicional			Orgánico*
	Bolivia	La Paz	Caranavi*	Caranavi
1998	22.614	21.700	17.360	1.736
1999	26.958	25.921	20.737	2.903
2000	27.858	26.782	21.426	3.214
2001	24.285	23.200	18.560	4.640
2002	24.635	23.600	18.880	5.664
2003	25.225	24.220	19.376	7.750
2004	25.558	24.577	19.662	10.617
2005	26.016	25.046	20.037	12.022
2006	26.114	25.154	20.123	13.080
2007	26.699	25.752	20.602	14.421
2008	27.403	26.464	21.171	16.937
2009	28.407	27.433	21.946	17.557
2010	28.918	27.927	22.342	17.762

Fuente: INE, MDRyT. Elaboración propia.

* Son datos estimados.

La producción de café en nuestro país, tuvo un comportamiento ondulante, es así se observa un crecimiento pronunciado de hasta 19,2% en el año 1999; también se ve un decrecimiento muy atenuado de -12,8% en el año 2001. Estos cambios obedecen por lo general a las oscilaciones del precio internacional del café, heladas y enfermedades que han afectado a los cultivos de café. La producción de café en Bolivia osciló 22.614 a 28918 toneladas, siendo esta última la máxima producción del año 2010. El 96,2% de la producción cafetalera de Bolivia se concentra en la región de los Yungas del departamento de La Paz, y la Provincia Caranavi le corresponde el 77% de la producción a nivel nacional.

Respecto a la producción orgánica Nacional, se deduce, que no existen glosas específicas para productos orgánicos, y no es posible tener estadísticas oficiales de producción histórica. Según análisis de bibliografías consultadas y fuentes de instituciones mencionadas anteriormente, se establece que la producción orgánica en la región de Caranavi desde 1998 a 2010 creció a una tasa promedio de 21%, llegando a producir café orgánico por una cantidad de 17.762 toneladas.

3.14.3 Rendimiento en la Producción de Café.

**CUADRO N° 3.20
RENDIMIENTO EN LA
PRODUCCIÓN DE CAFÉ (En Kg/Ha).**

Años	Bolivia	Caranavi
1998	956	969
1999	1.108	1.127
2000	1.136	1.154
2001	977	987
2002	986	998
2003	979	991
2004	966	978
2005	954	965
2006	936	946
2007	931	941
2008	934	944
2009	935	945
2010	970	982

Fuente: INE, MDRyT. Elaboración propia.

El rendimiento de la producción de café en nuestro país está alrededor de 982 Kg/Ha, tal como se observa en el cuadro N° 3.20. El año 2000 la producción tuvo el rendimiento más alto de 1.136 Kg/Ha, a partir de este año el rendimiento va bajando, una de las principales causas es la falta de renovación de los cafetales viejos que tienen de 20 a 30 años según las entrevistas realizadas a los productores cafetaleros. También se observa que a nivel Nacional el rendimiento en la producción de café es menor, respecto a la región de Caranavi que corresponde el 80% respecto al departamento de La Paz.

El rendimiento promedio en Colombia, Costa Rica y Brasil alcanzan a 25 qq/ha (1150kg/ha) hasta 40qq/ha (1840kg/ha).¹⁵⁶

¹⁵⁶ Idem.

3.15 DEMANDA DE CAFÉ ORGÁNICO.

3.15.1 Exportación de Café.

**CUADRO N° 3.21
EXPORTACIONES DE CAFÉ.**

Años	Bolivia		La Paz	Porcentaje
	Volumen (TM)	Valor (Millones de \$us)	Volumen (TM)	
1998	5.842,37	14,94	5.824,84	99,70%
1999	7.191,15	13,85	7.155,84	99,80%
2000	6.317,82	10,37	6.300,12	99,70%
2001	4.220,35	5,83	4.203,06	99,60%
2002	4.594,10	6,18	4.587,20	99,80%
2003	4.466,41	6,21	4.449,36	99,60%
2004	5.442,39	9,13	5.424,97	99,70%
2005	5.052,50	11,19	5.052,27	100,00%
2006	5.646,44	13,86	5.611,85	99,40%
2007	5.250,27	13,94	5.224,14	99,50%
2008	4.407,41	14,93	4.406,95	100,00%
2009	5.147,27	16,48	5.127,14	100,00%
2010	4.585,28	15,32	4.582,71	99,90%

Fuente: INE, FECAFEB. Elaboración propia.

En Bolivia, la actividad cafetalera se ha constituido en un sector económicamente importante, fuente principal de ingresos para los pequeños productores; tal es así en la exportación de café orgánico. Actualmente el café es un producto representativo que ocupa el cuarto lugar dentro de las exportaciones no tradicionales. En el Cuadro N° 3.21, se observa que las exportaciones totales del país, ha llegado a su máximo nivel el último año de la década de los 90 en términos de volumen a 7,2 mil toneladas con un valor de 13,8 millones de dólares. Pero en términos monetarios el máximo valor alcanzado fue en el año 2009 por 16,5 millones de dólares, con un volumen de 5,15 mil toneladas. El 2001 el mercado mundial del café entró en una crisis de precios hasta el 2003 afectando a la exportación en volumen y en valor. A partir del 2004 entra en recuperación ascendente en el precio del café por tanto en el valor de las exportaciones, en cuanto al volumen, existen pequeñas oscilaciones en subidas y

bajadas, excepto el año 2008 baja abruptamente a 4,41 mil toneladas aproximadamente, para luego subir y nuevamente bajar a 5,58 mil toneladas el año 2010. La falta de renovación de cafetales viejos, por tanto el rendimiento en la producción es bajo, y el cambio de cultivo a la producción de la coca (la cosecha de esta, es de tres hasta cuatro veces al año y por el precio alto de la misma)¹⁵⁷.

La exportación de Café orgánico no tiene una partida que especifica esta cualidad; actualmente es exportada con las siguientes partidas arancelarias NANDINA:¹⁵⁸

- 090119000 Los demás Cafés sin tostar sin descafeinar
- 0901211000 Café tostado en grano, sin descafeinar
- 0901212000 Café tostado, molido, sin descafeinar
- 0901900000 Los demás, sucedáneos del Café que contengan Café en cualquier proporción.

CUADRO N° 3.22
EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO
(En Toneladas Métricas).

Años	Bolivia	La Paz	Caranavi*
1998	0,87	0,87	0,86
1999	1,08	1,08	1,02
2000	3,13	2,68	2,15
2001	2,76	2,76	2,21
2002	0,68	0,68	0,54
2003	13,66	13,66	10,92
2004	0,48	0,32	0,25
2005	4.938,11	4.937,87	3.950,30
2006	5.646,44	5.611,85	4.489,48
2007	5.250,27	5.224,14	4.179,31
2008	4.407,41	4.406,95	3.525,56
2009	5.119,27	5.118,37	4.094,70
2010	4.585,28	4.582,71	3.666,17

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Elaboración propia.
* Estimados

¹⁵⁷ <http://www.larazon.com/> (2009).

¹⁵⁸ Instituto Boliviano de Comercio Exterior. (2008) "EXPORTEMOS" N° 22. Pág. 3.

Las exportaciones de café orgánico de Bolivia, tal como se observa en el Cuadro N° 3.22, los mejores volúmenes exportados son en los años 2006 y 2007 con un volumen de 5.646.440Kg y 5.250.265Kg respectivamente. Esta exportación prácticamente en su totalidad pertenece al departamento de La Paz (región de los Yungas y el Norte del departamento) con un 99.7%, de este porcentaje según fuentes de FECAFEB, CAFÉ CALIDAD, AOPEB; la provincia Caranavi exporta el 75% de café orgánico a mercados internacionales.

3.16 PRECIOS DEL CAFÉ.

El precio del café juega un papel muy importante en el mercado mundial del café, se constituye en la mayor preocupación para los países productores como también para los países consumidores.

3.16.1 Fijación de Precios.

Para fijar el precio del café se utiliza como marco de referencia el precio que rige en el momento de la negociación, en la Bolsa de Londres para las Robustas o en la de Nueva York para las Arábicas. Este precio será la base para determinar el precio final, que puede verse aumentado o disminuido en función de la calidad del café que se está negociando.¹⁵⁹ El café boliviano toma como referencia precios de la Bolsa de New York, es considerado como café suave colombiano, por su calidad y sus atributos que posee.¹⁶⁰

3.16.2 Precio de Exportación.

Para el precio de café orgánico de exportación, se toma como referencia la cotización del café en la Bolsa de New York. El café boliviano en la actualidad es

¹⁵⁹ <http://www.nuestrocafe.com>

¹⁶⁰ Entrevista, encargado Departamento de Comercialización (2009)."FECAFEB".

considerado en la Bolsa como café suave colombiano (según el Departamento de Comercialización de FECAFEB). A continuación se tiene la cotización del precio del café.

**CUADRO N° 3.23
PRECIO A FUTURO DE REFERENCIA
DE CAFÉ EN LA BOLSA DE NEW YORK.**

Año	Precio (Ctv.\$us/lb)
1998	142,83
1999	116,45
2000	102,6
2001	72,05
2002	64,9
2003	65,33
2004	81,44
2005	115,73
2006	116,8
2007	125,57
2008	144,32
2009	177,43
2010	225,46

FUENTE: <http://www.ico.org>. Elaboración propia.

Tal como se puede observar en el cuadro 3.21, después de la crisis del año 2002 del café en el precio en todo el mundo, a partir del 2003 los precios del grano han presentado un comportamiento general al alza, hasta llegar en un promedio el 2010 a 225.46 Ctv.\$us/lb; lo cual refleja un ingreso sólido para el productor cafetalero, donde el consumo o demanda es superior a la oferta.

3.17 COSTO DE CERTIFICACIÓN DE CÁFE.

El proceso de certificación orgánica en nuestro país es realizado por tres empresas privadas especializadas: BOLICERT (Nacional) y dos extranjeras: BIOLATINA (Perú) e IMO-CONTROL (Suiza).¹⁶¹

¹⁶¹ Raux, Jean (2009). "ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS PARA LAS REGIONES DE LOS YUNGAS Y DEL TRÓPICO DE COCHABAMBA". Pág. 7.

En el Municipio de Caranavi, las organizaciones productores trabajan con la certificadora BIOLATINA aproximadamente con un 65% e IMO-CONTROL con un 35%, según dirigentes de las organizaciones productoras de café.

Hecha la entrevista a la Gerente de Bio Latina Bolivia, indica:¹⁶²

- 1) El trabajo de certificación por día es de \$us.150, el trabajo por parcela o lote dura un promedio de dos a dos horas y media, en el día se realiza 5 lotes.
- 2) Del total de asociados de una Asociación, Cooperativa o Coraca; se realiza un muestreo del 25% a 30%, (de acuerdo al número de socios, mayor a 100 = 30%) para la visita de una certificadora.
- 3) Si la organización no posee el Sistema de Control Interno S.C.I. La visita se la realiza a todas las parcelas es decir al 100% de los cafetales.
- 4) Si la organización posee el S.C.I. la visita a la parcela se la realiza 2 veces al año, una visita programada y la otra adicional.

Se estableció un promedio de 143 socios, de 16 organizaciones cafetaleras representativas de la provincia Caranavi que asciende a 2288 socios. Como se indicó en el inciso 2), se toma el muestreo de 30% que corresponde a 43 socios, al cual se elije aleatoriamente para la verificación correspondiente en aproximadamente 9 días de acuerdo a los incisos 1) y 2) el costo asciende a \$us2.700. También se hace el cobro por el certificado a \$us200, que hasta el año 2003 tenía un costos de \$us100, y el resumen del plan de producción a \$us100 tal como se ve en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 3.24
COSTO DE CERTIFICACIÓN
DE CAFÉ ORGÁNICO.**

Detalle	\$us
Visitas (2 veces al año Prom. 43 socios)	2.700
Certificado	200
Resumen Plan de Producción	100
TOTAL	3.000

Fuente: Elaboración propia en base a datos de BIO LATINA.

¹⁶² Micaela Cabrera (2010). "GERENTE DE BIOLATINA". Entrevista personal.

Según BIOLATINA, los costos se mantuvieron durante la última década.

3.18 INVERSIÓN PÚBLICA.

La Inversión Pública ejecutada por el Gobierno Municipal de Caranavi correspondiente a los años de 2000 a 2009, se tomó en cuenta las inversiones directas en: elaboración de proyectos en producción de café, apoyo a la producción, viveros comunales para café, construcción de plantas de desmucílago de café, construcción de plantas pre beneficio de café, construcción de centros de acopio de café, construcción secadoras de café, control de fitosanitario, micro riego, etc. En las inversiones indirectas se tomó en cuenta las aperturas, mantenimientos, mejoramientos y emergencias en caminos; luego tenemos la construcción y mantenimiento de puentes vehiculares así como el de los peatones, etc.

La inversión ejecutada por el Municipio de Caranavi, presenta un monto acumulado de Bs27.876.804,62; como se puede observar por año en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 3.25
INVERSIÓN PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE CARANAVI
EN APOYO AL SECTOR CAFETALERO.**

Gestión	Inversión Pública (Bs.)
1998	810.725,34
1999	976.087,20
2000	1.528.617,05
2001	688.365,74
2002	1.718.360,46
2003	389.301,52
2004	965.616,23
2005	1.946.562,09
2006	1.905.101,25
2007	2.861.963,18
2008	4.209.024,11
2009	4.896.960,00
2010	4.980.120,45
TOTAL	27.876.804,62

Fuente: Min. Economía y Finanzas. Elaboración propia.

3.19 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

3.19.1 Modelo Econométrico.

La implementación de un modelo econométrico sirve para la evaluación y estudio del tema en cuestión. En este caso estamos analizando la exportación de café orgánico del Municipio de Caranavi y las variables que explican al tema.

Para el análisis econométrico vamos a recurrir al software Eviews, habitualmente se la utiliza para este tipo de trabajo. De acuerdo a los datos que se tiene para cada variable, no es factible trabajar con todas las variables, sólo trabajaremos con tres variables, y se plantea el siguiente modelo:

$$YEXPC = \beta_0 + \beta_1PREC + \beta_2SUP_2 + \mu$$

Donde:

EXPC: Exportación de café orgánico (en toneladas), variable dependiente.

PREC: Precio de café (en Ctv. \$us/lb), variable independiente.

SUP: Superficie Cultivada (en hectáreas), variable independiente.

Aplicando el Método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), para la estimación del modelo, se tiene:

**CUADRO N° 3.26
MODELO ECONÓMICO.**

Dependent Variable: EXPC
Method: Least Squares
Date: 03/26/12 Time: 13:25
Sample: 1998 2010
Included observations: 13

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
PREC	6.882826	8.339321	0.825346	0.4284
SUP	0.257653	0.061202	4.209842	0.0018
C	-1605.250	852.6018	-1.882766	0.0891
R-squared	0.777848	Mean dependent var		1840.267
Adjusted R-squared	0.733418	S.D. dependent var		2078.430
S.E. of regression	1073.126	Akaike info criterion		16.99371
Sum squared resid	11515996	Schwarz criterion		17.12409
Log likelihood	-107.4591	Hannan-Quinn criter.		16.96692
F-statistic	17.50714	Durbin-Watson stat		1.327736
Prob(F-statistic)	0.000541			

FUENTE: Software Eviews.

- ✓ Se observa que el parámetro estimado PREC no es significativo porque es mayor al 95%, mientras que la variable SUP cumple con las condiciones de significancia menor a 95% (p-valor menor que 0.05) de 0.0018 con lo que la capacidad del modelo es explicada por esta variable.
- ✓ La significatividad conjunta es muy alta (p-valor de la F muy pequeño) de (0.000541), que debe ser menor que 0.05.
- ✓ El R^2 y el R^2 ajustado son 0.78 y 0.73 respectivamente es óptimo con lo que la variabilidad explicada es buena.

Logaritmizando la ecuación tenemos el siguiente cuadro:

CUADRO N° 3.27
MODELO ECONÓMICO LOGARITMIZADO.

Dependent Variable: LOG(EXPC)
Method: Least Squares
Date: 03/26/12 Time: 11:58
Sample: 1998 2010
Included observations: 13

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOG(PREC)	4.643790	1.739054	2.670297	0.0235
LOG(SUP)	3.388266	0.805901	4.204318	0.0018
C	-48.33661	8.877878	-5.444613	0.0003
R-squared	0.787337	Mean dependent var		3.964357
Adjusted R-squared	0.744805	S.D. dependent var		4.252597
S.E. of regression	2.148278	Akaike info criterion		4.566384
Sum squared resid	46.15097	Schwarz criterion		4.696757
Log likelihood	-26.68150	Hannan-Quinn criter.		4.539587
F-statistic	18.51142	Durbin-Watson stat		2.254181
Prob(F-statistic)	0.000435			

FUENTE: Software Eviews.

- ✓ Una vez logaritmizado el modelo se establece que las variables que explican es significativo al 95%.
- ✓ El precio de cotización del café en la Bolsa de New York (PREC), tiene una alta sensibilidad en el sector cafetalero ante una variación del 1% tiene una incidencia de 4.6%, lo cual implica que es una variable importante para la exportación del café orgánico.
- ✓ La superficie cultivada (SUP) de café orgánico es una variable fundamental y determinante para poseer un volumen mayor de producción de café para la exportación. Por cada unidad o porcentaje de variación en la superficie cultivada, ésta tiene una incidencia en 3.4% en la exportación de café orgánico.

3.20 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

3.20.1 Conclusión General.

- ✓ El café Orgánico de Altura de nuestro país, es muy requerido en el mercado externo (Países Desarrollados) por las cualidades especiales que posee el café proveniente de la región de los Yungas; debido a la cantidad demandada, a los productores les es imposible cumplir con las cantidades de volúmenes requeridos a consecuencia de la cantidad limitada de la superficie cultivada que sólo alcanza a 29.815 hectáreas hasta el 2010 (mientras en Perú es de 230 mil Ha, en Colombia de 869 mil Ha, en el año 1999); que se ve reflejada en la baja producción y el rendimiento de café promedio en nuestro país es 21qq/ha, es menor en comparación a otros países productores (Colombia, Costa Rica y Brasil alcanzan a 25qq/ha hasta 40qq/ha). A esto se adhiere el cambio en la producción de algunos productores a la coca que es mucho más rentable económicamente.

3.20.2 Conclusiones Específicas.

- a) El 76% aproximadamente de la superficie cultivada de café en nuestro país se encuentra en el Municipio de Caranavi, el 19% está en las demás regiones del departamento de La Paz. Se concluye que en la región de Caranavi se encuentra la mayor cantidad de cafetales a pesar de la expansión de otros cultivos como es el caso de la coca. La superficie cultivada es una variable significativa para el tema de estudio tal como se lo demuestra en el modelo econométrico, porque esta variable influye en la exportación de café orgánico.
- b) La producción de café en el Municipio de Caranavi es la que lidera a comparación con otras zonas productoras de nuestro país, con el 77% a nivel Nacional.

- c) La inversión pública ejecutada del Municipio de Caranavi en el sector cafetalero no incide significativamente en el modelo por que su inversión total es baja.
- d) El precio del café es fundamental para la exportación, porque es un incentivo más para las organizaciones productores para extender el cultivo del café.

3.20.3 Recomendación General.

- ✓ Se recomienda a los productores de café orgánico, aprovechar la coyuntura de los precios altos de referencia de la Bolsa de New York que se tiene desde el 2008, así también solicitar una mayor facilidad de crédito al gobierno para ampliar la superficie cultivada, y tener una mayor producción por lo tanto una mayor exportación de café orgánico, la demanda es alta por sus cualidades y atributos de café de altura, hace que sea de calidad. También se recomienda mayor atención del Estado Nacional, en infraestructura caminera a las colonias o comunidades productoras e infraestructura productiva.

3.20.4 Recomendaciones Específicas.

- a) Concientizar a otros productores agrícolas, sobre los beneficios del cultivo del grano de café para transformar su producción y ampliar la superficie cultivada en especial en la producción orgánica, para tener una producción considerable café y aumentar los ingresos de los caficultores. Aprovechando las condiciones favorables de los diversos pisos ecológicos, microclimas y altitudes propicios para el cultivo de café orgánico y producir café de calidad de altura, que es muy requerido por países compradores.

- b) Para una buena producción, se debe tener capacitación constante a los productores sobre el manejo y cuidado del cafetal, del proceso de prebeneficio y beneficio, del uso e innovación de la tecnología. A través de la asistencia técnica especializada en cada uno de estos procesos, infraestructura y organización para lograr resultados eficientes a corto plazo.
- c) Se debe dar mayor atención y prioridad al sector cafetalero por parte del Estado, en especial a los pequeños productores. En infraestructura caminera servicios básicos. Para facilitar el proceso de productivo del café.
- d) Los productores de café deben estar actualizados sobre los precios en la bolsa de valores (a través del internet), para tomar buenas decisiones respecto a la inversión (en renovar plantaciones viejas o ampliar la extensión del cultivo del café, en adquirir herramientas o maquinaria, etc.) que facilite el proceso productivo del café.

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre Saharrea, Francisco. 2005. "Situación de la cafecultura mundial y nacional". (Extraído: viernes 14 de mayo de 2010 a hrs. 18:15). Disponible en: <<http://www.laneta.apc.org/tosepan>>.

Asamblea Constituyente, Honorable Congreso Nacional (2008). "NUEVA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO".

Asociación de Cafés Especiales de Bolivia ACEB. Disponible en: <<http://www.del.org.bo/info/archivos/CAFES.doc>>

Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia AOPEB; (2007). "SISTEMATIZANDO NUESTRAS EXPERIENCIAS DE CAMPESINO A CAMPESINO". Impresión: Axioma Gráfica, La Paz Bolivia.

Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia AOPEB. (Extraído: martes 11 de mayo de 2010 a hrs. 17:15). Disponible en: <<http://www.aopeb.org>>.

Barrientos Zamora, Rolando. (2002). "EL CULTIVO DE CAFÉ EN LA REGIÓN DE LOS YUNGAS". Producciones Cima, La Paz Bolivia.

Café Peruano. (Extraído: martes 09 de agosto de 2011 a hrs. 17:15). Disponible en: <<http://www.monografias.com/trabajos35/cafe-peruano/cafe-peruano.html?monosearch>>.

Cámara de Exportadores CAMEX. (Extraído: jueves 29 de octubre de 2010 a hrs. 14:15). Disponible en: <http://www.camexbolivia.com/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=55&Itemid=105>.

Campero M., José Ramón. (2008). ¿A QUIÉN BENEFICIA EL DESARROLLO AGROPECUARIO EN BOLIVIA?. Alianza Boliviana de la Sociedad Civil para el Desarrollo Sostenible.

Capítulo II. Comercialización del café de Colombia: en defensa de la calidad del grano y el ingreso de los productores. (Extraído: martes 16 de marzo de 2010 a hrs. 11:40). Disponible en: <<http://www.infocafes.com/descargas/estadistica/127.pdf>>.

Celis Fernando y Ruiz Eligio. (2007). “Mercado y Precios del Café, Ciclo 2007-2008”: Políticas Cafetaleras en México. México: CNOC.

Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. Cámara de Diputados. (2001). “EL MERCADO DEL CAFÉ EN MÉXICO”. (Extraído: martes 22 de noviembre de 2011 a hrs. 18:34). Disponible en: <<http://www.infocafes.com/descargas/estadistica/150.pdf>>

Constitución Política del Estado. (2004).

Copa Escalante, Emilia (2007). “EL ROL DE LA FAMILIA, EN ESPECIAL DE LA MUJER EN LA PRODUCCIÓN, CERTIFICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN CARANAVI, BOLIVIA”. Tesis Post Grado CATIE Centro Agronómico de Investigación y Enseñanza. Turrialba Costa Rica.

Cuba Rojas, Pablo. (2006). “TEJIDO SOCIAL PRODUCTIVO Y DESARROLLO ECONÓMICO EN MUNICIPIOS”. Predicciones a través del análisis Multivariado. IESE-UMSS.

De la Riva Gómez, Arturo. (2008). REVISTA “CIENCIA Y COMUNIDAD” N° 10.

Deloitte S.L. (2007). “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS”. Editorial Espasa Calpe. Madrid España.

Documento de la CEPAL (1992). “LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES LATINOAMERICANAS”. (Extraído: jueves, 24 de noviembre de 2011 a hrs. 10:00). Disponible en: <<http://www.oas.org/osde/publications/unit/oea33s/ch39.htm>>.

Documento de la CEPAL (1992). “CANALES, CADENAS, CORREDORES Y COMPETITIVIDAD”: Un enfoque sistémico y su aplicación a seis productos latinoamericanos de exportación. (Extraído: viernes, 6 de marzo de 2009 a hrs. 14:34). Disponible en: <<http://www.oas.org/osde/publications/unit/oea33s/ch39.htm>>

Ekelund, Robert B. y Hébert, Robert F. (1992). “HISTORIA DE LA TEORÍA ECONÓMICA Y SU MÉTODO”. Editorial: MacGraw – Hill S.A., Madrid España.

“El Modelo de las 5 fuerzas de Porter”, (Extraído: lunes 26, junio de 2009, Hrs. 17:30) Disponible en <<http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk16.htm>>.

Empresa Latinoamericana de Certificación BIOLATINA. (Extraído: jueves 29 de octubre de 2010 a hrs. 14:30). Disponible: <<http://www.biolatina.com>>.

FAO – Labrador y Altieri; (2001). “Agricultura Orgánica”. (Extraído: lunes 26, Octubre 2009, Hrs. 11:30). Disponible en <<http://www.fao.org>>.

Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia FECAFEB. (Extraído: jueves 29 de octubre de 2010 a hrs. 14:28). Disponible: <<http://www.fecafeb.com>>.

Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia FECAFEB; (2006). “MANUAL DE CALIDAD DE CAFÉ”, para las familias cafetaleras de FECAFEB; Impresión Holding S. R. L.

García Muñoz, Karina Olivia. (2008). "Programa de Desarrollo de Proveedores, para la comercialización del café bajo el sistema de Comercio Justo: el caso de San Mateo Piñas y Santa María Coixtepec, Oaxaca". Tesis, Universidad Tecnológica de la Mixteca. (Extraído: viernes 30 de diciembre de 2011 a hrs. 14:50). Disponible: <http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/10691.pdf>.

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández C. Carlos y Baptista L. Pilar. (2006). "METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN". Cuarta Edición, McGraw-Hill Interamericana. Editorial Ultra S.A. México D. F.

Honorable Congreso Nacional. (2006). "LEY N° 3525 DE REGULACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA Y FORESTAL NO MADERABLE ECOLÓGICA". Gaceta Oficial de Bolivia.

Honorable Congreso Nacional. (1993). "LEY N° 1489, LEY DE EXPORTACIONES". Gaceta Oficial de Bolivia.

Hun, Nigel / Reuters, Londres. (2011). "EL MUNDO ANHELA CAFÉ CADA VEZ MAS, A PESAR AL ALZA DE PRECIOS". (Extraído: viernes 30 de diciembre de 2011 a hrs. 16:40). Disponible en: <<http://www.taipetimes.com/News/biz/archives/2011/05/29/2003504400>>.

<http://www.abcagro.com/herbaceos/industriales/cafe4.asp>. (Extraído: martes 30 de marzo de 2011 a hrs. 16:10).

<http://www.cepco.org>. (Extraído: martes 30 de marzo de 2011 a hrs. 16:26).

<http://www.fairtrade.net>. (Extraído: martes 16 de marzo de 2010 a hrs. 11:10).

<http://www.fecafeb.com>. (Extraído: martes 30 de marzo de 2011 a hrs. 17:00).

<http://www.gestiopolis.com/>. (Extraído: viernes 15 de octubre de 2010 a hrs. 14:40).

<http://www.ibce.org.bo/ibce/perfil.asp>. (Extraído: martes 30 de marzo de 2011 a hrs. 16:35).

<http://www.ico.org>. (Extraído: martes 10 de enero de 2012 a hrs. 16:00).

<http://www.ine.gob.bo>. (Extraído: martes 10 de enero de 2012 a hrs. 13:00).

<http://www.larazon.com/>. (2009). (Extraído: jueves 22 de diciembre de 2011 a hrs. 14:30).

<http://http://www.min.desarrollorural.gob.bo>. (Extraído: martes 30 de marzo de 2011 a hrs. 16:30).

<http://www.nuestrocafe.com>. (Extraído: sábado 30 de octubre de 2011 a hrs. 17:30).

<http://www.spcafe.org.mx>. (Extraído: Lunes 16 de julio de 2012 a hrs. 17:00).

<http://www.oas.org/DSD/publications/Unit/oea34s/ch024.htm>. (Extraído: jueves 01 de marzo de 2012 a hrs. 14:15).

http://html.rincondelvago.com/ventaja-competitiva-de-las-naciones_m_porter_1.html. (Extraído: martes 16 de marzo de 2010 a hrs. 11:22).

<http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9>. (Extraído: jueves 01 de marzo de 2012 a hrs. 14:00).

IDEAS BÁSICAS SOBRE EL CAFÉ ORGÁNICO. (Extraído: jueves 5 de marzo de 2009 a hrs. 13:50). Disponible en: <<http://www.jornada.unam.mx /2004/08/30/eco-f.html>>

ILDIS – FAO. (1994). “AGROINDUSTRIA Y PEQUEÑA AGRICULTURA”. Editor ILDIS.

Instituto Boliviano de Comercio Exterior IBCE. (2010). "PERFIL DE MERCADO DE CAFÉ" (Extraído: jueves 22 de diciembre de 2011 a hrs. 14:00). Disponible en: < <http://www.ibce.org.bo/ibce/perfil.asp>>.

Instituto Boliviano de Comercio Exterior IBCE.; (2008). "EXPORTEMOS" N° 22; Impresión: Artes Gráficas Sagitario S. R. L., La Paz Bolivia.

Instituto Boliviano de Normalización y Calidad IBNORCA. (Extraído: jueves 29 de octubre de 2010 a hrs. 14:16). Disponible en: <http://www.ibnorca.org/01_snos/03_estrag.html>.

Instituto Nacional de Estadística INE. Censo (2001).

Kaffee, Neumann - (Reuters) San Paulo (Sábado, 26 de Junio de 2010). "Países exportan y consumen más café". (Extraído: viernes 30 de diciembre de 2011 a hrs. 10:15). Disponible en: <<http://www.cnnexpansion.com/economia/2010/06/25/cafe-aumento-consumo-paises-emergentes>>.

Krugman, Paul. (2001) "ECONOMÍA INTERNACIONAL"; Tercera Edición, Editorial MacGraw – Hill, S.A. Madrid España.

La Razón. (21/09/2008) "EL CAFÉ ORGÁNICO SE ABRE PASO CON SELLO DEL COMERCIO JUSTO", (Extraído: jueves 5 de marzo de 2009 a hrs. 14:25). Disponible :<<http://www.boliviahoy.com/article.php?storyid=7275>>.

Larraín B, Felipe. y. Sachs, Jeffrey D. (2002). "MACROECONOMÍA" en la economía global. Segunda Edición; Impreso en R.R. Donnelley América Latina.

Línea de Base Proy. Café – FDTA.; (2005). "TRÓPICO HÚMEDO"

Martínez Morales Aurora C. "DEMANDA DE CAFÉ". (Extraído: lunes 10 de octubre de 2011 a hrs. 18:00). Disponible en: <<http://www.monografias.com/trabajos35/demanda-del-cafe/demanda-del-cafe.shtml>>.

Ministerio de Desarrollo Rural, Agropecuario y Medio Ambiente MDRA y MA. (2008) “EXPERIENCIAS DEL CULTIVO DE CAFÉ EN BOLIVIA”. Edición: Unidad de Producción Agropecuaria Agroforestal y Pesca, Impresión JICA.

Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras. (Extraído: jueves 29 de octubre de 2010 a hrs. 14:00). Disponible en: <<http://www.min.desarrollorural.gob.bo>>.

Ministerio de Planificación del Desarrollo. (2006). PLAN NACIONAL DE DESARROLLO “BOLIVIA DIGNA, SOBERANA, PRODUCTIVA Y DEMOCRÁTICA PARA VIVIR BIEN” 2006-2010.

Morales M, Carmen. (2004). “EL MERCADO DE CAFÉ DESDE LA PERSPECTIVA DE UNA ORGANIZACIÓN CAMPESINA MEXICANA”. Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España.

Organización Internacional del Café. (Extraído: viernes 10, de febrero de 2012, Hrs. 17:39) Disponible en < <http://www.ico.org>>.

Osorio Nestor- Agencia EFE. (2009). “OIC: Crisis de economía mundial no debería afectar consumo de café”. (Extraído: viernes 30, de diciembre de 2011, Hrs. 16:45) Disponible en <<http://www.guiadelcafe.com/oic-crisis-de-economia-mundial-no-deberia-afectar-consumo-de-cafe/>>.

Plan de Desarrollo Municipal de Caranavi PDM 2002 – 2006.

Plan de Desarrollo Municipal de Caranavi PDM 2007 – 2011.

Plan Nacional de Desarrollo. (2006) “BOLIVIA DIGNA, SOBERANA, PRODUCTIVA Y DEMOCRÁTICA PARA VIVIR BIEN” 2006-2010. Edición en digital.

Presidencia de la República. (2000). “DECRETO SUPREMO N° 25811”. (Extraído: viernes 24, de septiembre de 2010, Hrs. 14:39). Disponible en <<http://www.senavex.gob.bo/>>.

Presidencia de la República de Bolivia (1993). “DECRETO SUPREMO N° 23574”. (Extraído: viernes 24, de septiembre de 2010, Hrs. 14:50). Disponible en <<http://www.senavex.gob.bo/>>.

Promoción de Productos Orgánicos La Paz. (2007). “ALIMENTOS ORGÁNICOS”: Una Nueva Opción Productiva y de Exportación. (Extraído el jueves 5 de marzo de 2009 a hrs. 14:30). Disponible en: <http://www.0706_organicolapazpro.bo>.

Porter, Michael E. (1991). “LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES”; Editorial Plaza y Janes Editores S. A. Impreso en España.

Quina Mamani, Ángel M. (2010). “ATLAS DE BOLIVIA”. Primera Edición, La Paz Bolivia.

Ramos, Aurelio. (2002). “DISPONIBILIDAD DE LOS CONSUMIDORES A LA COMPRA DE PRODUCTOS ECOLOGICOS Y SENSIBILIDAD DE PRECIOS EN COLOMBIA. Casos Madera y Café”. Instituto de Investigación y Recursos Biológicos Alexander Von Humboldt.

Raux, Jen (2009). “ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS PARA LAS REGIONES DE LOS YUNGAS Y DEL TRÓPICO DE COCHABAMBA”. Programa de Apoyo a la Política Sectorial para implementar el Plan Nacional de Desarrollo Integral con Coca en Bolivia (PAPS).

Red Café. “EL LADO VERDE DEL CAFÉ”. (Extraído: jueves 5 de marzo de 2009 a hrs. 14:30) Disponible: <<http://www.redcafe.org/elladoverdedelcafe.htm>>.

Salvatore, Dominick. (1991). “ECONOMÍA INTERNACIONAL”. Tercera Edición: Editorial Prentice – Hall, México D.F.

Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI); (2001). "ESTUDIO DE MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS BOLIVIANOS" (Extraído: jueves 5 de marzo de 2009 a hrs. 14:15) Disponible en: <http://6-02_estudio_de_mercado_de_productos_bolivianos_organicos>.

Tamames, Ramón y Gallego, Santiago. (2002). "DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS". Editorial Alianza.

V Seminario ASOCAM. "PRODUCCIÓN ORGÁNICA CAMPESINA Y ACCESOS A MERCADOS". (Extraído: viernes 26 de marzo de 2009 a hrs. 16:30) Disponible en: <http://www.codexalimentarius.net/index_es.stm>.

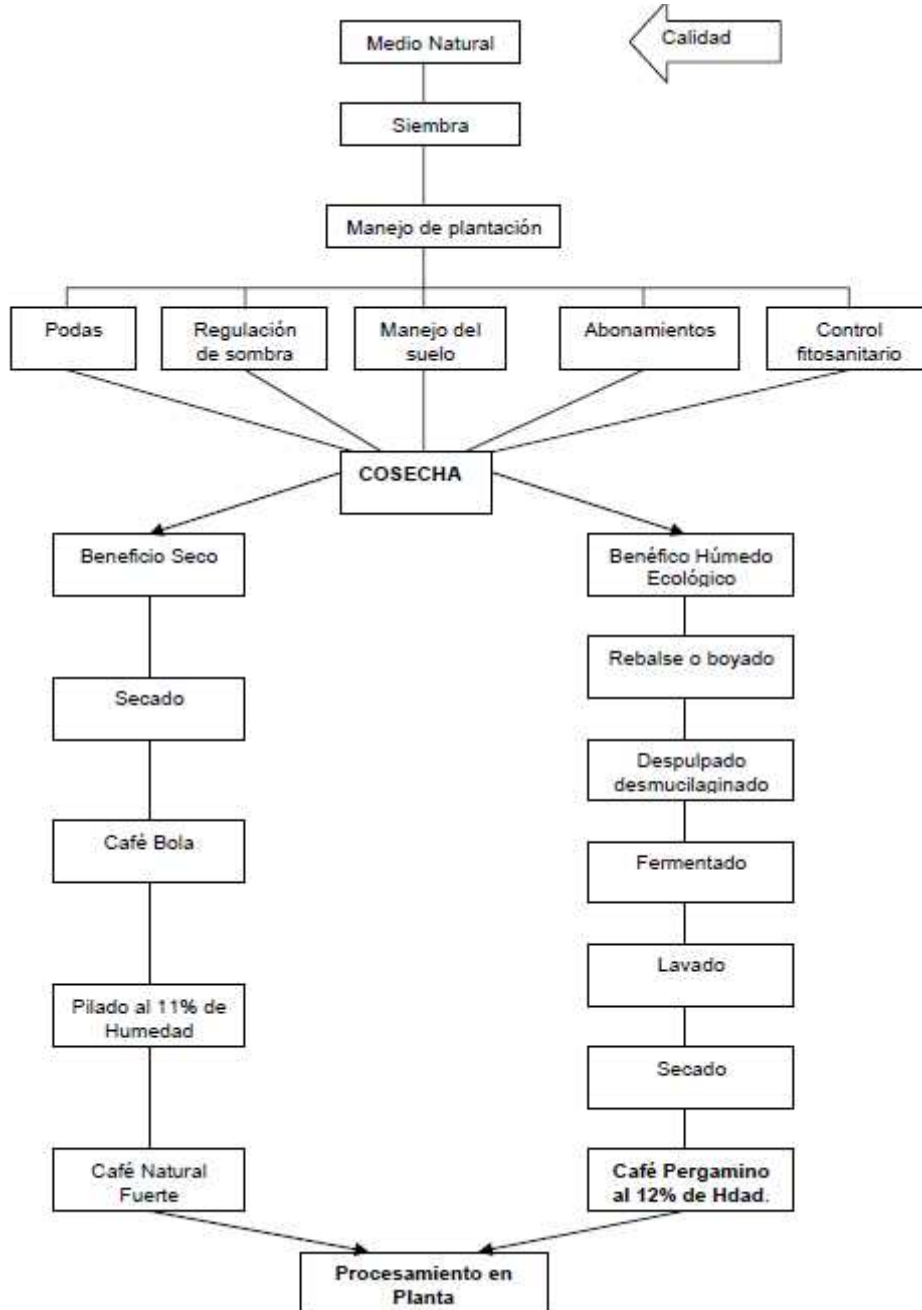
Viceministerio de Comercio y Exportaciones (2008). "GUIA DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN". (Extraído: martes 22 de noviembre de 2011 a hrs. 20:05) Disponible en: <<http://www.produccion.gob.bo/system/files/PUBLICACIONES/Gu%25EDa%2520de%2520Procedimientos%2520para%2520la%2520Exportaci%25F3n.pdf>>.

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA

ANEXOS

ANEXO 1.

Control de Calidad – Procesamiento Post Cosecha



FUENTE: OFIS Manabí (Corporación Ecuatoriana de Cafetaleras y Cafetaleros CORECAF)

ANEXO 2.

MUNDO: PRODUCCIÓN TOTAL DE CAFÉ POR AÑO DE COSECHA 2000/01 A 2010/11 (Miles de saco de 60 Kg).

Country	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
Angola (R)	50	21	57	38	15	25	35	36	38	13	35
Benin (R)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bolivia, Plurinational State of (A)	173	118	149	125	170	129	164	133	135	142	129
Brazil (A/R)	31 310	31 365	48 480	28 820	39 272	32 944	42 512	36 070	45 992	39 470	48 095
Burundi (A)	487	144	454	338	437	103	499	133	412	112	347
Cameroon (R/A)	1 113	686	801	900	727	870	818	795	750	750	600
Central African Republic (R)	113	68	92	43	29	23	114	43	60	93	96
Colombia (A)	10 400	11 962	11 735	11 230	11 573	12 564	12 541	12 504	8 664	8 098	8 523
Congo, Dem. Rep. Of (R/A)	363	423	338	451	360	336	378	416	422	346	301
Congo, Rep. of	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Costa Rica (A)	2 293	2 127	1 893	1 783	1 887	1 778	1 580	1 791	1 320	1 450	1 588
Côte d'Ivoire (R)	4 846	3 595	3 145	2 689	2 268	1 691	2 177	2 317	2 397	1 795	999
Cuba (A)	312	285	239	224	154	52	51	7	12	22	26
Dominican Republic (A)	467	387	455	351	491	310	387	465	645	352	378
Ecuador (A/R)	872	893	732	766	938	1 120	1 167	1 110	691	813	854
El Salvador (A)	1 751	1 686	1 438	1 477	1 437	1 502	1 252	1 505	1 450	1 065	1 859
Ethiopia (A)	3 115	4 044	4 094	4 394	5 213	4 779	5 551	5 967	4 949	6 931	7 500
Gabon (R)	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1
Ghana (R)	76	7	34	13	16	20	29	31	27	32	29
Guatemala (A/R)	4 940	3 669	4 070	3 610	3 703	3 676	3 950	4 100	3 785	3 835	3 950
Guinea (R)	400	236	328	366	316	525	473	323	505	502	360
Haiti (A)	420	403	374	374	365	356	362	359	359	351	349
Honduras (A)	2 667	3 036	2 496	2 968	2 575	3 204	3 461	3 842	3 450	3 575	4 326
India (R/A)	4 370	4 604	4 776	5 534	4 159	4 090	4 563	4 319	3 950	4 764	5 033
Indonesia (R/A)	6 987	6 833	6 731	6 404	7 536	9 159	7 483	4 474	9 612	11 380	9 129
Jamaica (A)	37	31	37	37	21	34	40	20	32	25	21
Kenya (A)	1 002	991	945	673	736	660	826	652	541	630	658
Liberia (R)	12	12	12	5	6	5	7	7	14	8	8
Madagascar	362	147	445	435	522	599	587	614	728	457	525
Malawi (A)	63	60	42	48	21	24	17	19	21	17	16
Mexico (A)	4 815	4 438	4 351	4 201	3 867	4 225	4 200	4 150	4 651	4 200	4 850
Nicaragua (A)	1 595	1 115	1 200	1 547	1 130	1 489	1 425	1 903	1 442	1 831	1 804
Nigeria (R)	49	44	50	46	45	69	51	42	50	34	42
Panama (A)	170	160	140	172	90	176	173	176	149	138	108
Papua New Guinea (A/R)	1 041	1 063	1 085	1 155	998	1 268	807	968	1 028	1 038	867
Paraguay (A)	42	20	26	52	26	45	20	28	21	20	20
Peru (A)	2 676	2 829	3 000	2 686	3 425	2 489	4 319	3 063	3 872	3 286	3 976
Philippines (R/A)	341	263	255	293	355	432	441	446	587	730	189
Rwanda (A)	273	296	320	266	450	337	351	224	369	258	305
Sierra Leone (R)	49	79	42	36	15	60	31	40	86	91	30
Tanzania (A/R)	809	624	824	612	763	804	822	810	1 186	709	800
Thailand (R)	1 692	715	732	827	884	999	766	650	376	470	579
Timor-Leste (A)	7	33	37	42	17	24	46	36	48	47	72
Togo (R)	197	112	68	144	166	140	134	125	138	204	161
Uganda (R/A)	3 401	3 158	2 890	2 599	2 593	2 159	2 700	3 250	3 197	2 797	3 290
Venezuela, Bol. Rep. Of (A)	1 450	1 265	1 484	1 421	1 327	1 506	1 571	1 520	932	1 214	1 205
Vietnam (R/A)	14 841	13 093	11 574	15 337	14 370	13 842	19 340	16 467	18 500	18 200	19 467
Yemen (A)	64	62	57	193	206	203	207	165	188	110	144
Zambia (A)	93	100	119	100	110	103	56	61	35	28	13
Zimbabwe (A)	109	121	110	92	120	66	45	31	24	21	12
Other exporting countries 1/	263	307	454	416	428	332	440	442	451	482	554
Total	112 983	107 732	123 216	106 334	116 333	111 352	128 973	116 652	128 295	122 940	134 226

FUENTE: <http://www.ico.org/prices/po.htm>.

1/ Ecuatorial Guinea, Guyana, Lao (People's Dem. Rep. Of), Nepal, Sri Lanka and Trinidad&Tobago.

A: Arábica

R: Robusta

ANEXO 3.

MUNDO: PRODUCCIÓN EXPORTABLE DE CAFÉ POR AÑO DE COSECHA 2000/01 A 2010/11 (Miles de saco de 60 Kg)

Country	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
Angola (R)	30	1	37	23	0	10	5	6	8	0	5
Benin (R)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bolivia, Plurinational State of (A)	113	58	89	65	110	69	104	73	75	82	69
Brazil (A/R)	18 110	17 775	34 730	14 620	24 326	17 404	26 181	18 945	28 332	21 080	28 965
Burundi (A)	485	142	452	336	435	101	497	132	411	111	345
Cameroon (R/A)	1 038	617	732	831	658	801	749	726	681	681	531
Central African Republic (R)	110	65	88	39	26	20	111	40	55	85	88
Colombia (A)	9 000	10 562	10 335	9 830	10 173	11 164	11 141	11 104	7 264	6 698	7 123
Congo, Dem. Rep. Of (R/A)	163	223	138	251	160	136	178	216	222	146	101
Congo, Rep. of	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costa Rica (A)	2 044	1 872	1 668	1 511	1 521	1 420	1 256	1 517	1 075	1 221	1 306
Côte d'Ivoire (R)	4 529	3 278	2 828	2 373	1 951	1 374	1 860	2 000	2 080	1 478	682
Cuba (A)	99	65	15	0	0	0	0	0	0	0	0
Dominican Republic (A)	142	47	115	11	113	0	9	87	267	0	0
Ecuador (A/R)	672	693	582	616	788	970	1 017	960	541	663	704
El Salvador (A)	1 607	1 533	1 285	1 324	1 265	1 299	1 030	1 275	1 218	835	1 629
Etiopia (A)	1 101	1 923	1 860	2 041	2 735	2 170	2 803	3 073	1 901	3 721	4 117
Gabon (R)	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1
Ghana (R)	75	6	33	12	14	19	28	29	25	30	27
Guatemala (A/R)	4 640	3 369	3 770	3 310	3 403	3 376	3 650	3 800	3 450	3 515	3 610
Guinea (R)	350	186	278	316	266	475	423	273	455	452	310
Haiti (A)	80	63	34	34	25	16	22	19	19	11	9
Honduras (A)	2 437	2 836	2 296	2 768	2 345	2 974	3 231	3 382	2 990	3 115	3 866
India (R/A)	3 370	3 537	3 643	4 367	2 909	2 753	3 146	2 819	2 377	3 064	3 283
Indonesia (R/A)	5 311	4 833	4 952	4 571	5 536	6 659	4 650	1 141	6 279	8 047	5 796
Jamaica (A)	25	21	28	28	12	25	31	11	23	16	12
Kenya (A)	952	941	895	623	686	610	776	602	491	580	608
Liberia (R)	7	7	7	0	1	0	2	2	9	3	3
Madagascar	273	19	228	102	55	132	120	147	261	0	58
Malawi (A)	62	59	41	47	20	23	16	18	20	16	15
Mexico (A)	3 510	2 938	2 851	2 701	2 367	2 500	2 200	1 950	2 451	2 000	2 496
Nicaragua (A)	1 419	934	1 015	1 357	940	1 299	1 238	1 714	1 250	1 637	1 536
Nigeria (R)	9	4	10	6	5	29	11	2	10	0	2
Panama (A)	103	93	73	105	23	109	106	109	82	71	41
Papua New Guinea (A/R)	1 039	1 061	1 083	1 153	996	1 266	805	966	1 026	1 036	865
Paraguay (A)	22	0	6	32	6	25	0	8	1	0	0
Peru (A)	2 476	2 629	2 780	2 466	3 205	2 269	4 099	2 843	3 622	3 036	3 726
Philippines (R/A)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rwanda (A)	271	294	319	265	449	336	350	223	368	257	304
Sierra Leone (R)	44	74	37	31	10	55	26	35	81	86	25
Tanzania (A/R)	794	609	809	585	726	757	775	763	1 139	662	753
Thailand (R)	1 192	215	232	327	384	499	266	150	0	0	79
Timor-Leste (A)	7	33	37	42	17	24	46	36	48	47	72
Togo (R)	195	110	66	142	164	138	132	123	136	202	159
Uganda (R/A)	3 259	3 017	2 750	2 468	2 473	2 024	2 560	3 110	3 057	2 657	3 150
Venezuela, Bol. Rep. Of (A)	266	31	197	80	0	50	53	0	0	0	0
Vietnam (R/A)	14 440	12 632	11 055	14 731	13 674	13 042	18 423	15 467	17 417	16 617	17 884
Yemen (A)	64	62	57	47	70	65	69	35	58	0	14
Zambia (A)	93	99	118	100	110	102	55	60	34	28	13
Zimbabwe (A)	105	117	106	88	116	62	41	27	20	17	8
Other exporting countries 1/	219	263	252	269	249	148	259	261	260	291	359
Total	86 353	79 946	95 016	77 041	85 515	78 801	94 552	80 278	91 589	84 294	94 749

FUENTE: <http://www.ico.org/prices/po.htm>.

1/ Ecuatorial Guinea, Guyana, Lao (People's Dem. Rep. Of), Nepal, Sri Lanka and Trinidad&Tobago.

A: Arábica

R: Robusta

ANEXO 5.

LISTA DE PAÍSES PRODUCTORES DE CAFÉ ORGÁNICO

Actualmente los siguientes países producen en forma certificada café orgánico: Brasil, Colombia, Indonesia, Timor Oriental, Papua Nueva Guinea, Bolivia, Venezuela, India, Perú y.....

PAÍS	FUENTE	AÑO	UNIDAD	ESTIMADO
Costa Rica	FAS	1999	Sacos	6000 a 8000
Honduras	Com.Personal	1998	Sacos	<100
Guatemala	FAS	1998	Sacos	165000
Nicaragua	IFOAM	1996	Tm	500
Philippines	ITC	1996	Tm	2000
México	ITC	1996	Tm	30000
El Salvador	ITC	1996	Ha	4900

FUENTE: Elaboración propia en base a datos de FAO. Año 2000.

ANEXO 6.

LISTA DE PRODUCTORES CERTIFICADOS DE COMERCIO JUSTO Y CRITERIOS PARA SER ADMITIDO EN EL REGISTRO

LATINO AMÉRICA Y EL CARIBE	ÁFRICA	ASIA
Bolivia	Cameroon	Papua New Guinea
Brasil	Congo	
Colombia	Tanzania	
Costa Rica	Uganda	
República Dominicana		
El Salvador		
Guatemala		
Haití		
Honduras		
México		
Nicaragua		
Perú		
Venezuela		

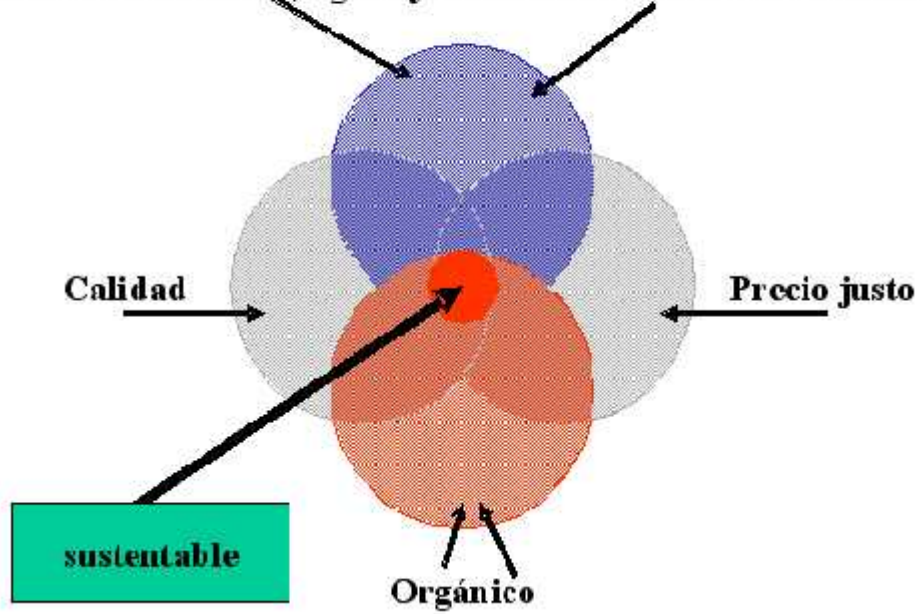
FUENTE: Elaboración propia en base a datos de FAO. Año 2000.

ANEXO 7.

REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL CONCEPTO DE CAFÉ SUSTENTABLE

Calidad sustentable

Conservación suelos, aguas y diversificación al medio ambiente



FUENTE: Consejo Civil para la Cafecultura Sustentable en México.

BIBLIOTECA