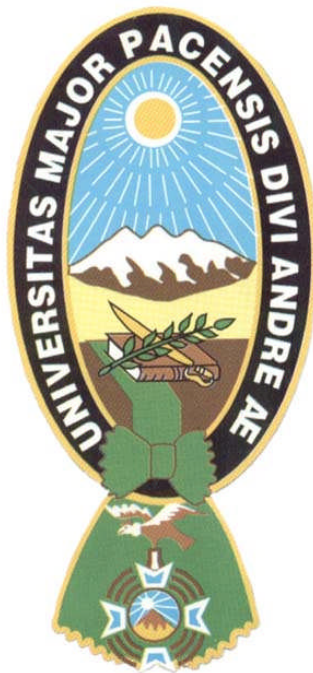


**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE AGRONOMÍA  
CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA**



**TRABAJO DIRIGIDO  
“EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL DE  
ORGANIZACIONES ECONÓMICAS CAMPESINAS CAFETALERAS  
SOCIAS DE LA FECAFEB PARA EL DESARROLLO  
PRODUCTIVO SOSTENIBLE DE CARANAVI-LA PAZ”**

**Univ. Egr. JOHON CARLOS MOSCOSO RODRIGUEZ**

**La Paz – Bolivia  
2011**

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE AGRONOMÍA  
CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA**

**“EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL DE  
ORGANIZACIONES ECONÓMICAS CAMPESINAS CAFETALERAS  
SOCIAS DE LA FECAFEB PARA EL DESARROLLO  
PRODUCTIVO SOSTENIBLE DE CARANAVI-LA PAZ”**

Trabajo Dirigido presentado como requisito parcial  
para optar al Título de  
Ingeniero Agrónomo

**Univ. Egr. JOHON CARLOS MOSCOSO RODRIGUEZ**

**Asesor:**

**Ing. M. Sc. Wilfredo Peñafiel Rodríguez** .....

**Revisor (es):**

**Ing. M. Sc. Gloria Cristal Taboada Belmonte** .....

**Ing. David Choque Avendaño** .....

**Aprobado**

**Presidente Tribunal Examinador** .....

**La Paz – Bolivia  
2011**

## **DEDICATORIA**

*A Dios y la Pachamama Por haberme dado el privilegio de terminar mi carrera Universitaria.*

*A mi Madre, Antonia Rodríguez Medrano, con todo mi Amor, por ser la fuente inagotable de inspiración con su fuerza, ejemplo y sabiduría para guiarme en los diferentes caminos de la vida.*

*A mi Esposa Dalcy e Hijos Carlos J, Daniela G y Bárbara D; fuente de inspiración y trabajo, por su apoyo, comprensión y ayuda incondicional en todo momento.*

*A mis hermanos, por su alegría, apoyo y comprensión*

*En memoria de mi amigo eterno, Mauro Capurro, guía y mentor incansable, compañero de trabajo en las rutas Yungueñas.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Agradezco a la Universidad Mayor de San Andrés, por todos los conocimientos adquiridos, especialmente en la Facultad de Agronomía, a todos los profesores y personal administrativo por su colaboración y asesoría para la elaboración de este trabajo de graduación.*

*Al proyecto FORCAFE ACRA / CICDA, Por su compromiso en desarrollar capacidades para los responsables de las Organizaciones Económicas Campesinas Cafetaleras y por todos los momentos vividos en la ejecución del proyecto.*

*A la FECAFEB, Por su compromiso y trabajo permanente para el desarrollo del sector cafetalero boliviano y por su apoyo en especial al grupo de becarios que participaron en el Programa de Formación FORCAFE.*

*Al equipo FORCAFE y compañeros de trabajo: Christophe, Gualberto (+), Eulogio, Froylan, Nelly, Gerome, Amedeo, Mauro (+), Gladys, Helmut y Tito.*

*A mis amigos en general, por brindarme siempre su apoyo moral, ayuda y por su amistad sincera.*

## **CONTENIDO**

I.	INTRODUCCION.....	1
	1.1. Planteamiento del problema.....	2
	1.2. Objetivos.....	5
	1.3. Metas.....	5
II.	MARCO TEORICO.....	6
	2.1. Contexto Normativo.....	6
	2.2. Marco Conceptual.....	6
	2.2.1. Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia FECAFEB. ....	6
	2.2.2. Organización Económica Campesina OECA. ....	7
	2.2.3. Pequeño productor. ....	7
	2.2.4. Producción orgánica. ....	7
	2.2.5. Producto orgánico certificado. ....	8
	2.2.6. Comercio Justo. ....	8
	2.3. Análisis del contexto del sector cafetalero.....	8
	2.3.1. La crisis internacional del café.....	12
	2.3.2. Comercio Justo, una alternativa para pequeños productores... ..	16
	2.3.3. Acuerdos internacionales para estabilizar el precio del café. ..	17
	2.3.4. Café, el desafío del comercio justo.....	18
	2.3.5. El sector cafetalero boliviano.....	19
	2.3.6. La cadena del café en los Yungas.....	20
	2.3.7. Destino de la producción cafetalera.....	20
	2.3.8. Producción orgánica certificada.....	22
III.	SECCION DIAGNOSTICA.....	22
	3.1. Localización y ubicación.....	22
	3.1.2 Características del lugar.....	23
	3.2. Materiales y métodos.....	23
	3.2.1. Materiales.....	23
	3.2.2. Metodología.....	24

	3.2.2.1. Procedimiento de trabajo.....	25
	3.2.2.2. Variables de respuesta.....	25
IV.	SECCIÓN PROPOSITIVA.....	25
4.1.	Aspectos propositivos del trabajo dirigido.....	27
4.2.	Resultados.....	27
	4.2.1. Distribución del área de producción cafetalera.....	28
	4.2.2. Superficie cultivada de café.....	28
	4.2.3. Destino de la producción cafetalera.....	28
	4.2.4. Destino de las exportaciones bolivianas.....	29
	4.2.5. Evolución del volumen de exportaciones.....	
	4.2.6. Correlación valor/volumen de las exportaciones bolivianas de café.....	30
	4.2.7. Análisis comparativo del precio promedio del valor de las exportaciones.....	31 32
4.3	La organización de pequeños productores cafetaleros.....	35
	4.3.1. Estudio de OECAs cafetaleras en la Provincia Caranavi.....	35
	4.3.2. Evolución de exportaciones de las OECAs.....	36
	4.3.3. Correlación volumen/valor exportación OECAs cafetaleras.....	36
	4.3.4. Evolución del valor exportado por las OECAs.....	37
4.4.	Análisis del comportamiento individual de las OECAs.....	38
	4.4.1. Caso Alto Sajama.....	39
	4.4.2. Caso Coop. Antofagasta.....	40
	4.4.3. Caso ASOCAFE.....	41
	4.4.4. Caso CELCCAR.....	42
	4.4.5. Caso CENAPROC.....	43
	4.4.6. Caso CIANA.....	44
	4.4.7. Caso COAINE.....	45
	4.4.8. Caso CORACA Carrasco.....	46
	4.4.9. Caso Coop. Mejillones.....	47
	4.4.10. Caso PROAGRO.....	48
	4.4.11. Caso San Juan.....	49

4.4.12. Caso Coop. Villa Oriente.....	<b>50</b>
4.5. Composición de mercado de las OECAs. ....	<b>51</b>
4.6. Servicios de comercialización para las exportaciones.....	<b>52</b>
4.7. Certificación de Comercio Justo de las OECAs cafetaleras.....	<b>53</b>
4.7.1. Área de producción estimada de Comercio Justo - FLO.....	<b>54</b>
4.7.2. Socios registrados en Comercio Justo – FLO.....	<b>55</b>
4.7.3. Área de producción promedio por socio.....	
4.7.4. Análisis comparativo de producción y exportación a Comercio Justo.....	<b>55</b>
4.8. Servicios financieros.....	<b>58</b>
V. SECCIÓN CONCLUSIVA.....	<b>60</b>
VI. BIBLIOGRAFIA.....	

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Organizaciones afiliadas a la FECAFEB (Gestión 2001).....	32
Cuadro 2. Organizaciones afiliadas a la FECAFEB (Gestión 2010).....	33
Cuadro 3. Numero de identificación de las OECAs en FLO.....	52
Cuadro 4. Ficha técnica productos de crédito Yungas – Bolivia.....	57



## INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1. Distribución del área de producción cafetalera en Bolivia.....	27
Grafico 2. Destino de la producción cafetalera nacional.....	28
Grafico 3. Principales destinos de las exportaciones bolivianas.....	29
Grafico 4. Evolución del volumen de exportaciones bolivianas.....	30
Grafico 5. Correlación valor/volumen de las exportaciones bolivianas.....	31
Grafico 6. Precio promedio del valor de las exportaciones.....	32
Grafico 7. Evolución de las exportaciones de las OECAs.....	35
Grafico 8. Correlación volumen valor exportaciones OECAs periodo 2001-2009..	36
Grafico 9. Evolución del valor exportado por las OECAs.....	37
Grafico 10. Evolución comercial Coop. Alto Sajama, periodo 2001 – 2009.....	38
Grafico 11. Evolución comercial Coop. Antofagasta, periodo 2001 – 2009.....	39
Grafico 12. Evolución comercial ASOCAFE, periodo 2001 – 2009.....	40
Grafico 13. Evolución comercial CELCCAR, periodo 2001 – 2009.....	41
Grafico 14. Evolución comercial CENAPROC, periodo 2001 – 2009.....	42
Grafico 15. Evolución comercial CIANA, periodo 2001 – 2009.....	43
Grafico 16. Evolución comercial COAINE, periodo 2001 – 2009.....	44
Grafico 17. Evolución comercial CORACA CRC, periodo 2001 – 2009.....	45
Grafico 18. Evolución comercial Coop. Mejillones, periodo 2001 – 2009.....	46
Grafico 19. Evolución comercial Unión PROAGRO, periodo 2001 – 2009.....	47
Grafico 20. Evolución comercial Coop. San Juan, periodo 2001 – 2009.....	48
Grafico 21. Evolución comercial Coop. Villa Oriente, periodo 2001 – 2009.....	49
Grafico 22. Composición de mercado de las OECAs, gestión 2003. ....	50
Grafico 23. Servicios de comercialización para las exportaciones de las OECAs.	51
Grafico 24. Área de producción registrada en condiciones de comercio justo.....	53
Grafico 25. Cantidad de socios de las OECAs con registro FLO.....	54
Grafico 26. Area de producción promedio por socio en cada OECA Cafetalera...	55
Grafico 27. Producción y exportación en condiciones de comercio justo.....	56

## **INDICE DE ANEXOS**

ANEXO 1. Base de datos

ANEXO 2. Registros en la Producción Orgánica Certificada

ANEXO 3. Información sobre la Prima y el Precio Mínimo de Comercio Justo

ANEXO 4. Tabla de conversiones producción de café.

ANEXO 5. Países con producción de café a nivel mundial

## RESUMEN

La caficultura, una de las actividades agrícolas más importantes en la economía a nivel mundial, superada en valor únicamente por el petróleo, genera empleo para millones de personas en todo el mundo, con particular importancia para pequeños productores que tienen en el café la base fundamental de sus ingresos familiares.

En Bolivia, por la importancia para el desarrollo sostenible del sector, la Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia - FECAFEB, es protagonista en la definición de estrategias de consolidación de capacidades técnicas, financieras y de organización de las Organizaciones Económicas Campesinas – OECAs, para lograr comercializar de manera sostenible café de calidad, con el propósito de valorizar el precio del café, mejorar la calidad y sostenibilidad de los sistemas productivos, para lograr exportaciones directas a mejores precios, buscando el fortalecimiento económico e institucional, capacidad de gestión de las organizaciones de base; competitividad en la comercialización; acceso adecuado a servicios financieros y participación en la formulación de políticas locales y nacionales para el desarrollo del sector.

Las Organizaciones Económicas Campesinas Cafetaleras en los Yungas de La Paz, constituidas en figuras jurídicas de Asociaciones, Cooperativas o CORACAs, trabajan de manera sostenida para mejorar la contribución en la economía familiar, procurando aprovechar los potenciales productivos de la zona.

Los resultados del trabajo de la FECAFEB y las OECAs, generaron capacidades en administración y elaboración de estrategias económicas, comprensión del mercado internacional, permitiendo mejorar el poder de negociación de los productores de café organizados.

Diversas acciones contribuyeron a consolidar los mecanismos internos de gestión de las organizaciones económicas campesinas según los principios de democracia y

eficiencia; gestión de la comercialización de las organizaciones económicas campesinas cafetaleras eficiente y coordinada para valorizar mejor la calidad del café; generar espacios de negociación para lograr servicios financieros oportunos, sostenibles y adecuados a las condiciones de las familias y de las organizaciones de pequeños productores, generando capacidades para la formulación de políticas públicas que consideren los intereses de los pequeños productores de los Yungas.

El presente trabajo, analiza los resultados comerciales del trabajo de las OECAs, que contó con el apoyo decidido al sector cafetalero de entidades públicas como privadas, realizando un análisis comparativo de la evolución comercial del sector cafetalero en el periodo 2001-2009, analizando el comportamiento comercial de 12 OECAs cafetaleras de la Provincia Caranavi del Departamento de La Paz, observando la distribución del área de producción cafetalera, superficie cultivada de café, destino de la producción cafetalera, destino de las exportaciones bolivianas, evolución del volumen de exportaciones, correlación valor/volumen de las exportaciones bolivianas de café, análisis comparativo del precio promedio del valor de las exportaciones de las OECAs, evolución de exportaciones, correlación volumen/valor exportación, evolución del valor exportado y servicios financieros.

Los resultados logrados por las Organizaciones, pueden ser comprendidos por la estrategia que permitió introducir su oferta en nichos de mercado, cumpliendo normas internacionales de producción orgánica certificada y el cumplimiento de criterios de comercio justo para pequeños productores.

## I. INTRODUCCION

La caficultura es una de las actividades agrícolas más importantes en la economía a nivel mundial, superada en valor únicamente por el petróleo como fuente de divisas en varios países en desarrollo, generando empleo para millones de personas en todo el mundo a partir del cultivo, procesamiento, comercio transporte y comercialización.

Actualmente el mercado del café está en manos de unas pocas multinacionales, un grupo reducido de unas 20 empresas ha podido hacerse con más de tres cuartas partes del comercio mundial de café, controlando así, toda la cadena de producción. Con el control del comercio, tienen la capacidad de decidir sobre los precios al productor, en esta situación la mayoría de los pequeños productores, recibe un pago inferior a sus costos de producción, situación insostenible en el largo plazo.

La crisis en los precios internacionales del café, genera serias consecuencias para los diferentes sectores involucrados en la actividad, particularmente para pequeños y medianos productores que tienen en el café la base fundamental de sus ingresos familiares.

Esta situación dio lugar al surgimiento de emprendimientos asociativos para encarar la crisis y sus consecuencias a nivel mundial, buscando diferenciar la calidad de su oferta comercial con estrategias de comercialización directa con valor agregado en los mercados nacionales e internacionales, buscando nichos de mercado para café de calidad; con atributos de sostenibilidad ambiental, social y económica para pequeños productores organizados.

En Bolivia, las organizaciones de pequeños productores cafetaleros organizaron la Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia – FECAFEB, una entidad matriz de representación sectorial, responsable de ocuparse de temas de interés de sus organizaciones socias y de los pequeños productores en su conjunto.

La FECAFEB, es protagonista en la definición de estrategias de consolidación de capacidades técnicas, financieras y de organización para comercializar de manera sostenible café de calidad, con el propósito de valorizar el precio del café, mejorar la calidad y sostenibilidad de los sistemas productivos, logrando exportaciones directas a mejores precios, con la finalidad de lograr el fortalecimiento económico e institucional, capacidad de gestión de las organizaciones de base; competitividad en la comercialización; acceso adecuado a servicios financieros y participación en la formulación de políticas locales y nacionales de desarrollo del sector.

### **1.1. Planteamiento del problema**

La cadena productiva tradicional del café, constituida por una red de comerciantes y exportadores locales, no logra salir de la lógica de volúmenes ni impulsar una dinámica de calidad, repercutiendo directamente en bajos precios a los productores de café.

El surgimiento de las OECAS (Organizaciones Económicas Campesinas), constituidas bajo figuras jurídicas: de Asociaciones, Cooperativas o Coracas, responde a la necesidad de buscar soluciones a la crisis y consolidar estrategias asociativas que permitan tener una oferta comercial concertada destinada al mercado internacional.

Las organizaciones campesinas con su amplia experiencia en la organización social y no tanto así en manejo empresarial, tuvieron limitaciones en el desarrollo del mercado del café, generando dependencia de intermediarios para la suscripción de contratos de ventas.

Desde inicios de los años 90, la FECAFEB (Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia) y sus organizaciones cafetaleras base, en alianza con el sector público y privado, logran producir un café de altísima calidad para ventas en condiciones de café orgánico certificado y convencional en calidad extra.

Debido a la falta de capacidades técnicas comerciales, por desconocimiento del mercado y sus requisitos, la oferta de café de las organizaciones bolivianas se caracterizaron por una alta atomización (cada organización de menos de cien socios exporta por su lado de uno a diez contenedores de café).

En esta situación surgió la necesidad de definir estrategias para el desarrollo del sector cafetalero, generando capacidades técnicas en gestión comercial, buscando realizar exportaciones sin depender de la cadena tradicional de intermediarios, para lograr una agricultura familiar integrada al mercado con un alto potencial en términos de riqueza para la región y el país, buscando el desarrollo de las organizaciones económicas productivas locales.

La situación de los campesinos no organizados, genera un poder de negociación muy bajo ante los distintos circuitos de comercialización. Además, la ausencia de servicios financieros formales suficientes y adecuados, implica que los productores dependen de préstamos usureros otorgados por comerciantes intermediarios para gastos de producción y consumo, generando una dependencia financiera que impide capacidad de negociación comercial.

En la cadena “tradicional” de transformación y comercialización de café, el exportador tradicional (y por lo tanto su cadena de intermediarios) no tiene interés ni invierte en calidad, concentra su interés en ampliar volúmenes de acopio (beneficio deficiente y exportación de café “sorpresa”), pagando precios no diferenciados. El cafetalero depende del préstamo otorgado por el intermediario para remunerar su propia mano de obra así como sus gastos de producción; reembolsa este préstamo con la venta de su producto al precio fijado por el mismo intermediario; generando una obligación comercial.

Los precios bajos e inestables no diferenciados según calidades producidas, y costos de transacción altos, genera bajos ingresos y remuneración del trabajo agrícola, que

no permite ni justifica la inversión de tiempo, pago de mano de obra y capital, tanto en la producción como en la transformación. La baja inversión en el sistema de producción conlleva un manejo inadecuado del ecosistema y sus rendimientos son cada vez más bajos y variables, una débil diversificación productiva, una insuficiente inversión de trabajo en los procesos de transformación, y por consecuencia una mala calidad de los productos. Provocando a su vez precios e ingresos bajos e inestables para el productor.

Los productores, no conocen y comprenden la dinámica del mercado internacional ni los mecanismos de formación de precios; consecuentemente el cafetalero recibe precios bajos y no diferenciados según la calidad, por tanto, invierte relativamente poco tiempo y capital en la producción y transformación del café; a raíz de ello, el café boliviano es de mala calidad y su compra riesgosa por parte de los importadores, por esta situación es castigado en el mercado internacional por un diferencial negativo (-USD 25 /Bolsa NY del precio internacional) que los exportadores e intermediarios repercuten sobre el precio al productor.

La falta de capacidades de las bases para analizar los mecanismos de la cadena café, los coeficientes de transformación entre el producto que se entrega a la OECA y el producto exportado, costos operativos de la organización, lógicas del mercado internacional, etc. Sumado a la falta de capacidades de los productores y sus dirigentes en administración y control interno, conlleva a menudo a costos de operación de las OECAS demasiado altos.

Si bien la FECAFEB y sus organizaciones afiliadas son percibidos como actores locales y nacionales imprescindibles, aun tienen muchas dificultades para definir su rol entre lo económico y social.



## **1.2. Objetivos**

### **Objetivo General**

- Evaluar la estrategia comercial de organizaciones económicas campesinas cafetaleras de la FECAFEB para su desarrollo productivo sostenible

### **Objetivos Específicos**

- Evaluar la Gestión de la comercialización de las organizaciones económicas campesinas cafetaleras eficiente y coordinada para valorizar la calidad del café
- Evaluar la evolución comercial de productos orgánicos certificados.
- Evaluar el cumplimiento de normas para pequeños productores organizados en Comercio Justo y su desarrollo comercial.

## **1.3. Metas**

Medir el comportamiento de la evolución comercial en el periodo 2001-2009, de organizaciones cafetaleras de base, dentro de una estrategia comercial de mediano plazo y de relaciones sostenibles con importadores.

Verificar el cumplimiento de normas internacionales de producción orgánica certificada, identificando las certificadoras que desarrollan actividades con las OECAs cafetaleras.

Identificar las OECAs que cuentan con registro de Comercio Justo en FLO (Fairtrade Labelling Organizations International), cumpliendo el “Criterio Genérico de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de Pequeños Productores” y el “Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Café de Organizaciones de Pequeños Productores”.

Observar herramientas financieras desarrolladas para lograr crédito individual y asociativo, tanto de operación como de inversión, para que las organizaciones económicas campesinas logren acceder a un fondo de crédito adecuado a su estrategia de comercialización.

## **II. MARCO TEORICO**

### **2.1. Contexto Normativo**

La ley No. 2008, Ley de Municipalidades, destaca el rol del gobierno municipal de promover y dinamizar el desarrollo humano sostenible, equitativo y participativo del Municipio, a través de la formulación y ejecución de políticas, planes, programas y proyectos concordantes con la planificación del desarrollo departamental y nacional, promoviendo el crecimiento económico local y regional mediante el desarrollo de ventajas competitivas. Preservando y conservando, en lo que le corresponda, el medio ambiente y los ecosistemas del Municipio, contribuyendo a la ocupación racional del territorio y al aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.

El desarrollo del municipio de Caranavi está íntimamente ligado al de su Gobierno Municipal y a la inserción de éste en una propuesta de desarrollo de la región.

### **2.2. Marco Conceptual**

#### **2.2.1. Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia FECAFEB.**

FECAFEB. Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia, creada en 1991, es una organización matriz de alcance nacional, democráticamente constituida, autónoma y sin fines de lucro que apoya y defiende los intereses de las familias de los pequeños productores cafetaleros organizados, facilitando la promoción y comercialización de su café. La FECAFEB a través del trabajo de varios años, ha

logrado impulsar y consolidar la imagen y calidad del café orgánico especial boliviano en muchos países del mundo. (Fuente: FECAFEB).

### **2.2.2. Organización Económica Campesina OECA.**

OECA. Organización Económica Campesina; es una sociedad de economía solidaria cuya naturaleza jurídica es de derecho privado y de carácter social, autogestionario, de participación equitativa en el patrimonio económico, gestión democrática del pequeño productor campesino, indígena u originario, organizado para desarrollar diversas actividades económicas en toda la cadena productiva de bienes y servicios, con el objetivo de proveer beneficio social y económico a sus miembros para vivir bien. Las Organizaciones Económicas Campesinas, Indígenas y Originarias (OECA's) son un conjunto de organizaciones productivas bajo diferentes modalidades jurídicas: Cooperativas, Corporaciones Agropecuarias Campesinas (CORACAS), Asociaciones, Empresas comunales y otras formas asociativas campesinas. La característica principal es la identidad campesina con actividades dirigidas a tomar posición en el mercado y elevar la producción y los ingresos en el área rural. (Fuente: CIOEC Bolivia "Características de las OECAs").

### **2.2.3. Pequeño productor.**

FLO define a un pequeño productor, como aquel que no depende de forma estructural de mano de obra contratada para la producción. (Fuente: Criterios genéricos de comercio Justo para Organizaciones de Pequeños Productores. Fairtrade Labelling Organizations International.).

### **2.2.4. Producción orgánica.**

La agricultura orgánica es un sistema global de gestión de la producción que fomenta y realza la salud de los agro ecosistemas, inclusive la diversidad biológica, los ciclos

biológicos y la actividad biológica del suelo. (Fuente: IFOAM “Los principios de la agricultura Orgánica”).

#### **2.2.5. Producto orgánico certificado.**

Los productos orgánicos certificados son aquellos que se producen, almacenan, elaboran, manipulan y comercializan de conformidad con especificaciones técnicas precisas (normas), y cuya certificación de productos "orgánicos" corre a cargo de una agencia certificadora. Cuando la agencia certificadora ha verificado el cumplimiento de los requisitos para la producción, entonces le concede una etiqueta al producto. La etiqueta puede tomarse como garantía de cumplimiento de los requisitos fundamentales de un producto "orgánico", "biológico" o "ecológico" en su producción. (Fuente: Inforganic. “El futuro de la agricultura”).

#### **2.2.6. Comercio Justo.**

El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, está implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional (Fuente: IFAT Latinoamérica “El Comercio Justo”).

### **2.3. Análisis del contexto del sector cafetalero.**

#### **2.3.1. La crisis internacional del café**

La actual crisis en el mercado del café está destruyendo el medio de vida de 25 millones de productores en todo el mundo. Las previsiones a largo plazo son

pesimistas. Los cultivadores de café de los países en vías de desarrollo que generalmente corresponden a pequeños productores, venden sus granos de café a un precio muy inferior al coste de producción. Mientras los agricultores venden el café asumiendo fuertes pérdidas, los cafés de “marca” se venden al público generando importantes beneficios. La crisis del café es un desastre para el desarrollo y sus efectos se notarán durante mucho tiempo.

La industria del café está inmersa en un proceso radical de cambio. Ha pasado de ser un mercado regulado, en el que los gobiernos jugaban un papel activo, a ser un sistema de libre mercado en el que cualquiera puede participar y en el que el mercado determina el precio del café. Gracias a estos cambios, las grandes compañías cafeteras pueden comprar la materia prima a precios muy bajos.

Para los agricultores de todos los países en vías de desarrollo, el café representaba la esperanza de un futuro mejor. El café es uno de los pocos productos básicos comercializados a escala internacional que se sigue produciendo básicamente en minifundios cultivados por campesinos y no en grandes plantaciones. El 70 por ciento del café mundial se cultiva en granjas de menos de 10 hectáreas; y de éste, la gran mayoría se cultiva en terrenos familiares de 1-5 hectáreas. Incluso en los países en que existen grandes plantaciones, como Brasil, India y Kenia, también hay muchos pequeños productores.

El precio pagado a los agricultores por el café – tanto para robusta como arábica – ha caído espectacularmente. En 1997 se inició un pronunciado declive, llegando a finales de 2001 al precio más bajo en 30 años. En junio de 2002 seguía rondando aún ese nivel. Si se tiene en cuenta la inflación, el precio “real” ha caído drásticamente: ahora equivale al 25 por ciento del nivel que se alcanzó en 1960, lo cual significa que el dinero que los agricultores ganan con el café sólo les permite comprar una cuarta parte de lo que podían comprar hace cuarenta años. Éste es probablemente el precio real más bajo que se haya pagado a los agricultores por el café en los últimos 100 años.

El mercado del café ha cambiado radicalmente, hasta 1989, el café – igual que la mayoría de productos básicos – se comercializaba en un mercado regulado, en su caso por el Acuerdo Internacional del Café (ICA en sus siglas inglesas). Los gobiernos de los países productores y consumidores tenían que acordar unos niveles de producción, definiendo cuotas de exportación para los países productores. El objetivo era mantener un precio relativamente alto y relativamente estable, dentro de una banda de precios entre 1,20 dólares/libra y 1,40 dólares/libra. Para evitar una sobreproducción, los países debían comprometerse a no exceder sus cuotas “justas” de exportaciones de café. No obstante, si los precios subían por encima del umbral superior, los productores podían sobrepasar sus cuotas para satisfacer el aumento de la demanda.

La caída de los precios ha conducido a que muchos agricultores no sean capaces de devolver sus préstamos. La necesidad de saldar las deudas puede significar que los agricultores no puedan esperar a que el precio del café suba, y tengan que aceptar el precio ofrecido por los intermediarios.

En contraste con la caída generalizada de los precios, los cafés “especiales”, nuevos tipos de bebidas de café que se venden con una prima sobre el precio medio del mercado han sido un éxito total. Los vendedores distinguen estos cafés destacando su país de origen, poniendo el énfasis en sus características particulares, o mostrando el compromiso con el cultivo ecológico, el cultivo a la sombra o las prácticas de Comercio Justo. Los agricultores que pueden vender sus productos en estos mercados normalmente obtienen un precio mucho mejor por su cosecha.

En el clima actual, el Comercio Justo se ha convertido en la esperanza de vida para muchos productores. Ha dado impulso a muchos negocios comerciales que operan con beneficios, pero que mantienen el objetivo explícito de mejorar la vida de los agricultores a quienes compran. Lo fundamental del Comercio Justo es un principio básico: el compromiso de pagar a los agricultores un precio justo, uno que cubra sus costos y que sea estable.

El primer café de Comercio Justo se importó en Holanda en 1973 de cooperativas de minifundistas de Guatemala. Treinta años después, casi 200 cooperativas de café que representan a 675.000 agricultores, más de 70 comerciantes y unas 350 compañías cafeteras trabajan según los estándares de la Organización Internacional de Sello de Garantía de Comercio Justo (FLO por sus siglas en Ingles) para introducir productos en el mercado de manera que se garantice que los agricultores reciben por su cosecha unos ingresos dignos.

Con un gran énfasis en la gestión de las cooperativas y en las estructuras organizativas, el Comercio Justo necesita a gente en la cadena de suministro de café que trabaje según unos términos comerciales transparentes y que garantice unas condiciones de producción dignas, al mismo tiempo que se abordan algunos de los obstáculos clave que impiden a los pequeños agricultores el acceso al mercado. Esto incluye medidas tales como la pre financiación parcial de los pedidos para evitar que las organizaciones de pequeños productores tengan que contraer deudas, el pago de una prima por mutuo acuerdo entre los productores, compromisos contractuales que permitan a los agricultores planificar la producción a largo plazo, y la garantía de que se dan condiciones sociales y medioambientales acordes con las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo sobre condiciones laborales.

El estándar FLO para el café es voluntario y se paga con las cuotas por licencias impuestas a los propietarios de las marcas. La garantía de unos términos y condiciones decentes para los agricultores está controlada por FLO en cooperación con organismos nacionales, mientras que organizaciones como Max Havelaar (Holanda, Bélgica, Francia, Suiza, Dinamarca), TransFair USA (América del Norte) y Fairtrade Foundation (Reino Unido) gestionan y promocionan las diferentes etiquetas de certificación en sus respectivos mercados. (Pobreza en tu taza: La verdad sobre el negocio del café OXFAM).

### **2.3.2. Comercio Justo, una alternativa para pequeños productores**

El comercio justo reconoce que, el comercio no es bueno ni malo por sí mismo. Pero la manera de llevarlo a cabo es a la vez una cuestión de gran preocupación, y una oportunidad sin precedentes. El comercio puede contribuir al avance del desarrollo sostenible o entorpecerlo. Dada la rápida destrucción de los recursos naturales de nuestro planeta, no hay duda de cuál ha de ser nuestra elección; para las organizaciones de Comercio Justo, la opción es sencilla: que el comercio sea beneficioso para productores y consumidores depende totalmente de cómo se realizan y cómo se venden los productos.

El Comercio Justo surgió de un movimiento ciudadano descentralizado y de base. Por tanto, no es de extrañar que haya tantas definiciones de lo que es exactamente el Comercio Justo. Sin embargo, aunque existan muchas definiciones, todas ellas confluyen en unos principios básicos siempre presentes en el concepto de Comercio Justo. Así, en octubre de 2001 la red informal FINE estableció una única definición del Comercio Justo aceptada por todos los participantes del movimiento: *“El Comercio Justo es una asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones en el comercio y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados, particularmente en el Sur”*.

Las organizaciones de Comercio Justo (apoyadas por consumidores) se comprometen activamente a apoyar a los productores, a sensibilizar a la opinión pública y llevar a cabo campañas en favor de cambios en las normas y prácticas del comercio internacional convencional. El modelo propuesto por el Comercio Justo ofrece un sistema comercial en el que productores, comerciantes y consumidores comparten las ganancias de manera más igualitaria. Así, el Comercio Justo pretende aumentar tanto los ingresos como las posibilidades de elegir de los grupos



productores, y de manera más general, contribuir a atenuar la pobreza del Sur y devolver la dignidad a los productores.

El Comercio Justo se basa en las capacidades de los productores, por eso las comunidades juegan un papel muy importante a la hora de contribuir a su propio desarrollo. Para conseguir estas metas, el Comercio Justo brinda a los productores marginados un mercado protegido y les ayuda a potenciar las capacidades y conocimientos necesarios para entrar en el mercado convencional de las exportaciones.

La característica fundamental del Comercio Justo es la igualdad y el respeto que se profesan los productores del Sur y las importadoras, tiendas de Comercio Justo, organismos de marcas y consumidores del Norte. Para que los consumidores tomen conciencia de la cultura, la identidad y condiciones de vida de los productores; todos los eslabones de la cadena se adhieren a los principios de Comercio Justo, a la necesidad de transparencia en sus relaciones de trabajo y a la importancia de las actividades de sensibilización y de presión política.

De esta manera, los productores y los importadores han adoptado en común unos principios (también llamados criterios). Los productores del Sur deben al menos comprometerse a funcionar y tomar decisiones de manera democrática en el seno de sus organizaciones. A cambio, las organizaciones de Comercio Justo del Norte se comprometen a dar a los productos del Sur acceso directo al mercado, evitando en lo posible los intermediarios y los especuladores; pagar un precio justo a los productores que cubra sus necesidades vitales y los costes de producción y que además deje un margen para invertir; pagar por adelantado parte del precio (40-50%) para que los productores adquieran las materias primas necesarias para completar un pedido sin endeudarse; mantener relaciones de trabajo y firmar contratos a largo plazo con los productores.

A estos elementos fundamentales de la colaboración, se suelen añadir otros aspectos: La actividad de los productores debe ser sostenible (a nivel económico, medioambiental y social), sus condiciones de trabajo deben ser aceptables, deben contribuir al desarrollo de la comunidad y crear empleos en lo posible. En el caso de plantaciones o fábricas, se deben respetar los derechos fundamentales promovidos por la OIT. Se insiste mucho en que el desarrollo de un producto de exportación no debe poner en peligro la seguridad alimenticia de la zona.

En el Norte, las organizaciones de Comercio Justo también han adoptado otros principios; ofrecen financiación, asistencia y formación a los productores marginados para que adquieran conocimientos en cuanto a gestión y eficiencia de producción y en el futuro puedan acceder al mercado convencional de la exportación.

Otra pieza clave del trabajo de las organizaciones de Comercio Justo es su participación en campañas de sensibilización y de presión política para promover el Comercio Justo y la creación de una estructura comercial internacional que sea de provecho para los productores.

Se da mucha importancia al papel de las mujeres en la toma de decisiones tanto en los grupos de productores del Sur como en las organizaciones de Comercio Justo del Norte. Del mismo modo, se espera también en todo el movimiento un respeto a la identidad cultural de la contraparte.

Los productores de Comercio Justo varían mucho de una zona a otra y de un producto a otro. Pueden ser federaciones de productores, cooperativas, familias, talleres para minusválidos, organismos estatales y empresas privadas. Sin embargo, todos estos grupos tienen una cosa en común: la marginación. Actúan sobre todo en la economía sumergida, donde los salarios y los ingresos son bajos, los beneficios sociales son casi inexistentes y las condiciones laborales son duras. Por razones económicas o geográficas, falta de experiencia o falta de recursos, estos grupos no

tendrían acceso directo al mercado local o mundial sin el apoyo de las organizaciones de Comercio Justo.

Las organizaciones de Comercio Justo consideran como contraparte potencial grupos que busquen fomentar el desarrollo sostenible en su comunidad, proporcionar un ingreso regular a sus socios, promover la participación democrática y respetar otros criterios adoptados conjuntamente, como la emancipación de las mujeres, el respeto de los derechos humanos, del medio ambiente y de la cultura indígena.

Es indudable que las ventajas para los productores son muchas y de diversa índole, tienen un acceso directo a un mercado que no habría sido posible en otras circunstancias; al tener acceso directo al mercado de Comercio Justo, los productores suelen también encontrar salidas en el comercio tradicional gracias a las ferias donde exponen o a visitas a los negociantes tradicionales. En el Comercio Justo fomentan mucho esta práctica para evitar que los productores dependan del sistema.

La mayor parte de los productores venden tan sólo una pequeña parte de su producción al Comercio Justo. El resto se vende en el mercado tradicional según las condiciones de éste. Sin embargo, el simple hecho de que una parte de la producción, por pequeña que sea, se pague a un precio más alto, tiene frecuentemente un efecto dominó en el resto de la producción. La parte comprada a buen precio por las organizaciones de Comercio Justo reduce el volumen de productos disponibles y obliga a los intermediarios a ofrecer precios más altos para obtener las cantidades que quieren. Esto quiere decir que no sólo los productores que tienen la suerte de vender su producción al Comercio Justo obtienen precios más altos sino que los demás, igual de marginados, también se benefician de la existencia del Comercio Justo.

Hay sin embargo un hecho sorprendente: para muchos productores, el aspecto más importante del Comercio Justo no es el precio justo, sino la pre financiación, Esta

ventaja es crucial para los pequeños productores porque así pueden comprar los materiales necesarios para la producción y sobrevivir hasta la cosecha sin tener que acudir a un usurero y caer en el círculo vicioso del endeudamiento.

### **2.3.3. Acuerdos internacionales para estabilizar el precio del café.**

Desde 1962, los países consumidores y los países productores de café firmaron Acuerdos Internacionales del Café (AIC), con el objetivo específico de estabilizar el precio de este producto.

El sistema funcionó de la siguiente manera: *en cuanto el precio bajaba de un cierto nivel, se aplicaba un acuerdo relativo a contingentes que restringía las exportaciones a unos volúmenes fijados con antelación*. Este mecanismo tuvo la intención de fijar un precio mínimo. Pero el Acuerdo dejó de funcionar en 1989, cuando los países productores no se pusieron de acuerdo sobre el reparto de los contingentes, principalmente porque surgieron nuevos países productores de café, que no formaban parte del Acuerdo. De este modo, los países consumidores de Europa del Este y Oriente Medio, que no eran miembros de la Organización Internacional del Café (OIC), importaban café a un precio relativamente barato. Los otros países consumidores que sí eran miembros de la OIC quisieron acabar con esta situación en la que había dos mercados: uno para los países miembros y otro para el resto de países, a esta situación se sumó su deseo de crear otro reparto de distintas variedades de café. Ese fue el golpe de gracia y el mercado del café es libre desde julio de 1989.

En octubre de 1994, se firmó un nuevo AIC, sin adoptar ningún mecanismo de intervención en el mercado. Actualmente, la OIC es un lugar de reunión para consumidores y productores y por tanto una importante fuente de información sobre la evolución del mercado del café. En octubre de 2000 se negoció un nuevo Acuerdo Internacional del Café, el cual entró en vigor en septiembre de 2001. A pesar de la grave crisis que estaba enfrentando el sector del café, durante el proceso de

negociación no se presentó ninguna propuesta para restablecer algún tipo de mecanismo de regulación de los precios.

Finalmente surgieron dos mercados diferentes de café, con diferentes precios: uno, regulado por las provisiones del AIC, y otro fuera de estas regulaciones. En consecuencia, fue imposible continuar con la regulación de los precios, que desde entonces han bajado estrepitosamente. (EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003. European Fair Trade Association. Diciembre 2001).

#### **2.3.4. Café, el desafío del comercio justo.**

El Comercio Justo defiende los intereses de los pequeños cafetaleros, el eslabón más débil de la cadena del café, junto con los trabajadores de las plantaciones; tiene como objetivo final darles la posibilidad de actuar por cuenta propia en el mercado. Al comprar directamente el café a las organizaciones campesinas, evita los intermediarios locales, conocidos por abusar de su posición de fuerza. La venta directa permite a los cafetaleros no sólo recibir un precio más alto, sino también implicarse directamente en las exportaciones de café y conocer mejor el funcionamiento del mercado mundial.

Con un precio mínimo establecido, los cafetaleros ya no dependen del mecanismo de determinación de los precios fijado por el mercado mundial: además de un sobreprecio de 5 centavos de dólar por libra sobre el precio del mercado mundial, los cafetaleros siempre pueden contar con un precio mínimo garantizado.

La decisión deliberada de dar prioridad a productores desfavorecidos requiere a veces ayuda adicional, sobre todo en el caso de las organizaciones campesinas de reciente creación, que no tienen ninguna experiencia en la exportación. Esta ayuda puede tomar distintas formas, tales como la asistencia técnica para mejorar la calidad del café o ayuda para reforzar la organización campesina. La concesión de créditos

es también particularmente importante, puesto que los bancos locales no suelen otorgar préstamos a las organizaciones campesinas.

El lanzamiento de sellos o etiquetas de garantía de Comercio Justo ha supuesto un fuerte estímulo para el comercio del café "justo". Al plasmar sus principios en una marca de Comercio Justo, las organizaciones proponen a las empresas comerciales regulares un modelo que pueden adoptar. Los importadores o tostadores de café que cumplen los criterios establecidos (precios, pre financiación) pueden utilizar la etiqueta, La organización que administra el sello vela por el cumplimiento de los criterios. (EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003. European Fair Trade Association. Diciembre 2001).

### **2.3.5. El sector cafetalero boliviano**

En Bolivia, 23,000 familias dependen de la actividad cafetalera; el sector cafetalero crea cerca de 87,500 empleos temporales en época de cosecha y emplea a aproximadamente 8,000 familias de forma indirecta.

La superficie cultivada es cercana a las 25,000 hectáreas. El 95% del volumen de producción corresponde a los yungas (Coroico, Irupana, La Asunta y Chulumani) y norte de La Paz (Caranavi); el 1% al trópico de Cochabamba (Chapare) y el restante está distribuido en otras zonas como Apolo, Guanay y Cajuata. El potencial de superficie para este cultivo alcanza las 174,000 hectáreas en los yungas y el norte del departamento de La Paz.

En Bolivia se producen diversas variedades de café. En la región de los yungas las principales variedades cultivadas son típica, caturra y catuaí, en un rango de alturas que se sitúa entre los 800 y 1,900 metros sobre el nivel del mar. La producción total se mide en producción equivalente de café verde oro: 66% de café tradicional, 19% de café solidario destinado al comercio justo, 15% de café orgánico y cerca de 1% de café especial o gourmet. Se estima que el volumen total de producción alcanza a

7,000 toneladas métricas de las cuales el 70% es exportado y el 30% corresponde al consumo interno; la región de los yungas concentra la mayor producción de café del país. La principal ventaja comparativa de esta zona es la combinación de suelo, altura y clima que ofrece un café con características organolépticas particulares y diferentes al resto de los cafés producidos en el país.

### **2.3.6. La cadena del café en los Yungas.**

La cadena del café tiene tres eslabones. El primero, relativo a la producción, se relaciona con el cultivo y la cosecha. En este eslabón participan productores campesinos, comunidades campesinas y empresas privadas. En el segundo, relativo a la transformación del café en café torrado o tostado, también participan productores y comunidades campesinas pero también asociaciones de productores. Por último, el tercer eslabón está relacionado con la comercialización en los mercados interno y externo.

En la región de los yungas y el norte de La Paz, el primer eslabón se avoca a las tareas de siembra y manejo de almácigos. Dados los años de actividad cafetalera en el área, la sostenibilidad de este eslabón tiene debilidades por la falta de iniciativas tanto para encarar la renovación de plantaciones como para plantear alternativas para la ampliación de terrenos productivos.

La etapa de la transformación o beneficiado del café no es exclusiva del sector privado. La integración horizontal de las organizaciones económicas campesinas (OECAs) a lo largo de la cadena del café ha potenciado sus posibilidades exportadoras en la medida que éstas cuenten con sistemas propios de transformación. Esta articulación muestra un modelo abierto de relacionamiento productivo en el que las OECAs están integradas verticalmente desde la producción hasta la exportación. Pero también existe participación de actores del sector privado en el eslabón de la comercialización y exportación.

### **2.3.7. Destino de la producción cafetalera.**

De las 7,000 toneladas métricas de producción, el 30% se consume en el mercado interno. Las OECA son responsables del 32% de la exportación, principalmente al mercado solidario y orgánico, participación destacable tanto por el crecimiento relativo de las exportaciones como por la diversificación de los mercados de destino. Por su parte, la empresa privada destina su producción al mercado tradicional y es responsable del 38% del total de la exportación. Las OECA han logrado protagonismo en las exportaciones de café a nichos de mercado, en comparación a empresas privadas tradicionales que trabajan esencialmente a través del comercio convencional.

Las exportaciones bolivianas se concentran en un 70% en cuatro países: Alemania, Holanda, Estados Unidos y Rusia. Los dos últimos mercados se han consolidado por la oferta de producción orgánica y solidaria. Desde 2001, el valor de las exportaciones se incrementó considerablemente gracias a la recuperación de los precios del mercado internacional y al crecimiento de mercados para cafés con atributos especiales.

### **2.3.8. Producción orgánica certificada.**

El café orgánico certificado se encuentra sin discusión en la región de los yungas –la provincia de Caranavi es reconocida como la capital cafetalera de Bolivia–. La certificación lograda por productores a través de sus organizaciones responde al cumplimiento de normas internacionales establecidas para la producción orgánica, sobre la base de un manejo sostenible de los recursos naturales y la ausencia de contaminantes sintéticos. Veintitrés organizaciones de la Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia (FECAFEB) cuentan con certificación orgánica y/o justa.

El manejo sostenible de los recursos naturales inducido por la certificación se relaciona con la producción del café orgánico que favorece la conservación del medio



ambiente a través de sistemas de producción que controlan el uso apropiado de abonos orgánicos evaluados y aprobados por organismos internacionales de certificación. El uso del suelo responde a la vocación productiva de la región, realizando combinaciones con cultivos de menor extensión. La superficie total utilizada por familia productora está entre ocho y diez hectáreas. Esta superficie podría incrementarse para asegurar mayores volúmenes de oferta ante la demanda creciente sin que ello signifique la reproducción de un modelo agroindustrial de mono producción.

La proporción del consumo de café orgánico en los principales países demandantes es, sin embargo, menor al 1%. Según estimaciones del Banco Mundial, el café orgánico representa en promedio el 0.6% del café comercializado en los principales países consumidores. Sin embargo, el rápido crecimiento de este mercado mundial es el motor de incentivo para la producción orgánica de café que asegura un bajo impacto ambiental y el mantenimiento de la fertilidad de los suelos para las próximas generaciones. La participación de países latinoamericanos en la producción de café orgánico, con México, Perú y Brasil concentran más de la mitad de la producción; Bolivia, por su parte, tiene el 4% de la producción latinoamericana.

Los productores de café, por lo general, obtienen simultáneamente las certificaciones orgánica y de comercio justo. El mercado solidario internacional del café favorece exclusivamente a las organizaciones de productores. Este mercado ofrece un precio mínimo fijo, exento de las oscilaciones del precio internacional del café, para favorecer a los productores de escasos recursos organizados en cooperativas, corporaciones o asociaciones y que cumplen con estándares de inclusión, transparencia, asociatividad, salarios justos, limitantes para el trabajo infantil y distribución equitativa de los beneficios. Estas exigencias tienen el objetivo de mejorar la calidad de vida de las familias productoras.

El café de los yungas cumple estas condiciones. Algunas experiencias productivas han demostrado que esta zona cuenta con cafés de alta calidad, competitivos en los

mercados más exigentes demandantes de cafés de sabores exóticos. La característica del café de los Yungas, es su producción a distintas alturas, entre los 450 y los 1,800 metros sobre el nivel del mar. Esta característica permite a los caficultores obtener granos excepcionales, extra finos y exquisitos, cuya calidad empieza a ser reconocida en el mercado internacional.

### **III. SECCION DIAGNOSTICA**

#### **3.1. Localización y ubicación**

La Provincia Caranavi del Departamento de La Paz, forma parte de la Región de los Yungas, constituida por tres provincias del noreste del Departamento: las provincias Nor Yungas, Sur Yungas y Caranavi que abarcan respectivamente a los municipios de Coroico y Coripata, Irupana, Chulumani, La Asunta, Palos Blancos y Caranavi.

##### **3.1.2 Características del lugar**

Esta región sub-andina constituida por valles sub-tropicales escarpados y caracterizados por un ecosistema muy frágil ha sido zona de migración y colonización agrícola proveniente de la zona andina, desde hace siglos en caso de las provincias Nor y Sur Yungas, y desde los años 40 y la reforma agraria de 1952 en caso del valle aluvial de Caranavi. Con una población de aproximadamente 150.000 habitantes, la región (10.157 habitantes en la sección municipal de Coroico y 43.093 en la provincia Caranavi según censo 1992) se ha vuelto una de las zonas más pobladas de la vertiente amazónica de los Andes bolivianos. La mayor parte de la población de esta región vive de actividades agrícolas (83% de la población vive afuera de los centros urbanos y 75% se dedica a la agricultura). (Fuente: CICDA France – ACRA Italia “Proyecto de fortalecimiento de las Organizaciones Económicas Campesinas de los Yungas de La Paz”

## **3.2. Materiales y métodos**

### **3.2.1. Materiales**

Plan de desarrollo Cafetalero FECAFEB

Estadísticas de exportación Cámara de Exportadores CAMEX La Paz

Diagnostico Organizacional Rápido DOR OECAs

Informes de ejecución del proyecto FORCAFE

### **3.2.2. Metodología**

#### ***Metodología general***

Análisis de la estrategia comercial de la FECAFEB y los actores involucrados para su implementación y logro de resultados.

#### ***Metodología específica.***

- Revisión de información generada de los diagnósticos organizacionales rápidos (DORs) de la OECAs, para la justificación de acciones implementadas por la FECAFEB en el marco del Proyecto FORCAFE.
- Análisis del sistema de seguimiento y monitoreo de la ejecución del proyecto FORCAFE, sobre las acciones planificadas e implementadas participativamente en el marco del proyecto FORCAFE de fortalecimiento de las organizaciones económicas campesinas de los Yungas, para que los cafetaleros organizados puedan definir e implementar sus estrategias productivas, comerciales, políticas y conseguir una mejor valorización de la agricultura familiar de la región.
- Evaluación de las estrategias de apoyo a la gestión de la comercialización del café y las respuestas a los problemas identificados.

- Analizar resultados de la implementación de servicios financieros adecuados a las condiciones de las economías cafetaleras, como acción que refuerce la propuesta de comercialización del café.
- Analizar información estadística de volúmenes y valor de exportación, generados por la CANEB (Cámara Nacional de Exportadores) y CAMEX LP (Cámara de Exportadores La Paz).

### **3.2.2.1. Procedimiento de trabajo**

Análisis y evaluación de resultados logrados, de un conjunto de acciones coordinadas por la FECAFEB, con organizaciones de apoyo al desarrollo rural y específicamente apoyo al sector cafetalero, entre las que se pone especial atención a las acciones de:

#### Formación en Gestión Comercial

- Formación de becarios
- Replicas en las OECAs

#### Capacitación en calidad

- Capacitación en CECOVASA
- Capacitación en COCLA

Capacitación en normas internacionales de producción orgánica certificada (NOP/USDA; Reg. 2092/91 Unión Europea).

Capacitación planificada con inspectores de las certificadoras que brindan servicios a las OECAs cafetaleras (IMO Control; Biolatina; Bolicert).

Conformación de SIC (Sistema Interno de Control).

Cumplimiento de requisitos de comercio justo para pequeños productores organizados.

Capacitación en normas y procedimientos de auditorías sociales sobre una estrategia comercial organizada de las OECAs.

Negociación para lograr acceso a servicios financieros adecuados y oportunos

### **3.2.2.2. Variables de respuesta**

- Distribución del área de producción cafetalera.
- Superficie cultivada de café.
- Destino de la producción cafetalera.
- Destino de las exportaciones bolivianas.
- Evolución del volumen de exportaciones.
- Correlación valor/volumen de las exportaciones bolivianas de café.
- Análisis comparativo del precio promedio del valor de las exportaciones.
- Evolución de exportaciones de las OECAs
- Correlación volumen/valor exportación OECAs cafetaleras.
- Evolución del valor exportado por las OECAs.
- Servicios financieros, crédito asociativo e individual; de inversión y crédito operación.

## **IV. SECCIÓN PROPOSITIVA**

### **4.1. Aspectos propositivos del trabajo dirigido.**

Se realizó un seguimiento al conjunto de acciones que desarrollaron pequeños productores cafetaleros organizados, que tienen estrategias asociativas para mejorar sus condiciones de vida.

Las OECAs cafetaleras, lograron vincularse a exigentes mercados de exportación, aprovechando sus potencialidades productivas. El éxito de sus estrategias, logro posicionar el café boliviano en nichos de mercado de especialidad.

La experiencia de FINCAFE generó capacidad de negociación para que las instituciones financieras realicen investigación en tecnologías financieras adecuadas a las actividades del sector cafetalero.

Las OECAs cafetaleras desarrollaron diferentes acciones para mejorar las capacidades técnicas de los responsables de las organizaciones campesinas, entre las cuales destacamos:

- Implementación de un programa de formación, dirigido fundamentalmente en Administración de OECA's para "Técnicos Facilitadores" becarios complementado por un mecanismo de extensión (replica) hacia las bases con capacitaciones específicas a dirigentes en ejercicio de cargos (dirigentes, comercializadores y promotores de las organizaciones), con apoyo metodológico en la preparación y acompañamiento de técnicos del proyecto.

- Realización de giras informativas sobre normas de producción orgánica, normas internas para registros de producción orgánica, dedicado a los promotores e inspectores internos, con participación de las certificadoras orgánicas clientes de las OECAs, con información sobre sistemas de registros de cada empresa (IMO Control y Biolatina).

- El Programa de Servicios Financieros Rurales, FINCAFE, apoyo un estudio sobre alternativas de garantías para créditos a los pequeños productores. La estrategia de FINCAFE como asociación financiera campesina es delegar la administración de los fondos de crédito a una Institución Financiera especializada para la administración de sus fondos, generando capacidades en la negociación de servicios financieros adecuados para los cafetaleros y sus organizaciones.

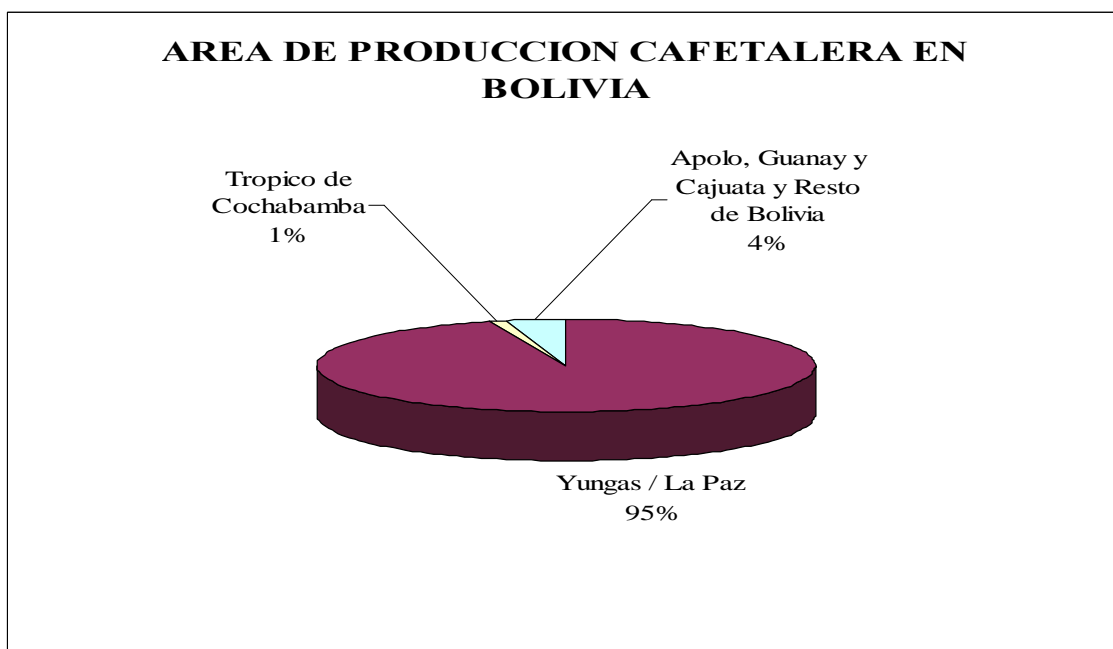
- La FECAFEB, desarrollo actividades para la Concertación de la "Política Cafetalera Boliviana", en coordinación con ANPROCA (Asociación Nacional de Productores de Café) y la FAPCCA (Federación Agraria Provincial de Colonizadores de Caranavi).

- La FECAFEB participo en reuniones de la Comisión ad hoc de la CAN y reuniones de la CANCAFE (Comisión andina de cafetaleros agrupando la FECAFEB, la JNC del Perú y la CORECAF) donde se reflexionaron pautas de políticas cafetaleras andinas.

## 4.2. Resultados.

### 4.2.1. Distribución del área de producción cafetalera.

El 95% del volumen de producción corresponde a los yungas (Coroico, Irupana, La Asunta y Chulumani) y norte de La Paz (Caranavi), el 1% al trópico de Cochabamba (Chapare) y el restante está distribuido en otras zonas como Apolo, Guanay y Cajuata. El potencial de superficie para este cultivo alcanza las 174,000 hectáreas en los yungas y el norte de La Paz (Grafico 1).



Fuente: Elaboración propia con datos de la FECAFEB

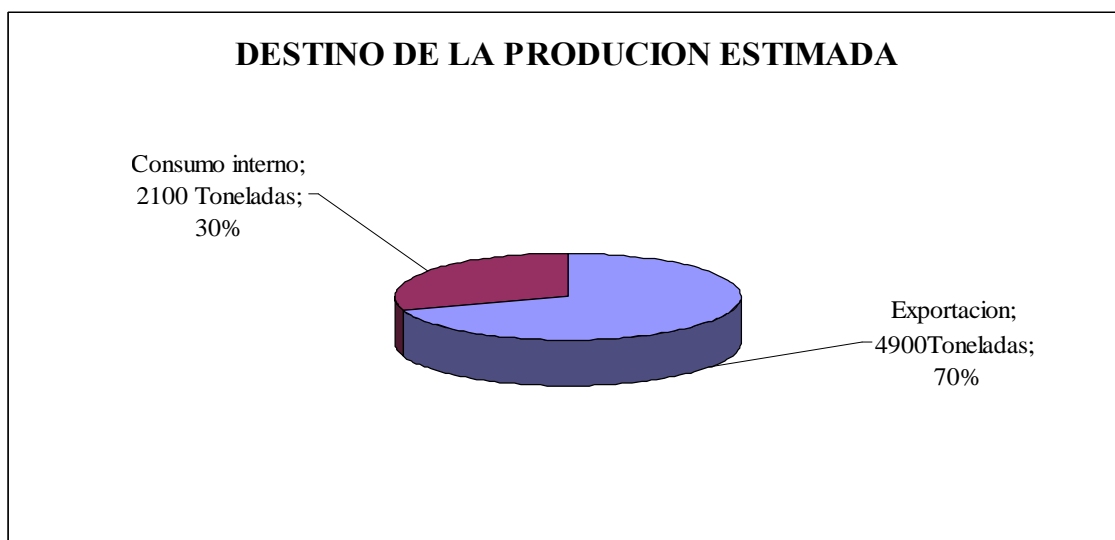
Grafico 1. Área de producción cafetalera en Bolivia

#### 4.2.2. Superficie cultivada de café.

La superficie cultivada de cafetales, estimada son 25,000 hectáreas. En la región de los yungas las principales variedades cultivadas son típica, caturra y catuaí, en un rango de alturas que se sitúa entre los 800 y 1,900 metros sobre el nivel del mar.

#### 4.2.3. Destino de la producción cafetalera.

Se estima que el volumen total de producción alcanza a 7,000 toneladas métricas de las cuales el 70% es exportado y el 30% corresponde al consumo interno (Gráfico 2).



Fuente: Elaboración propia con datos de la FECAFEB

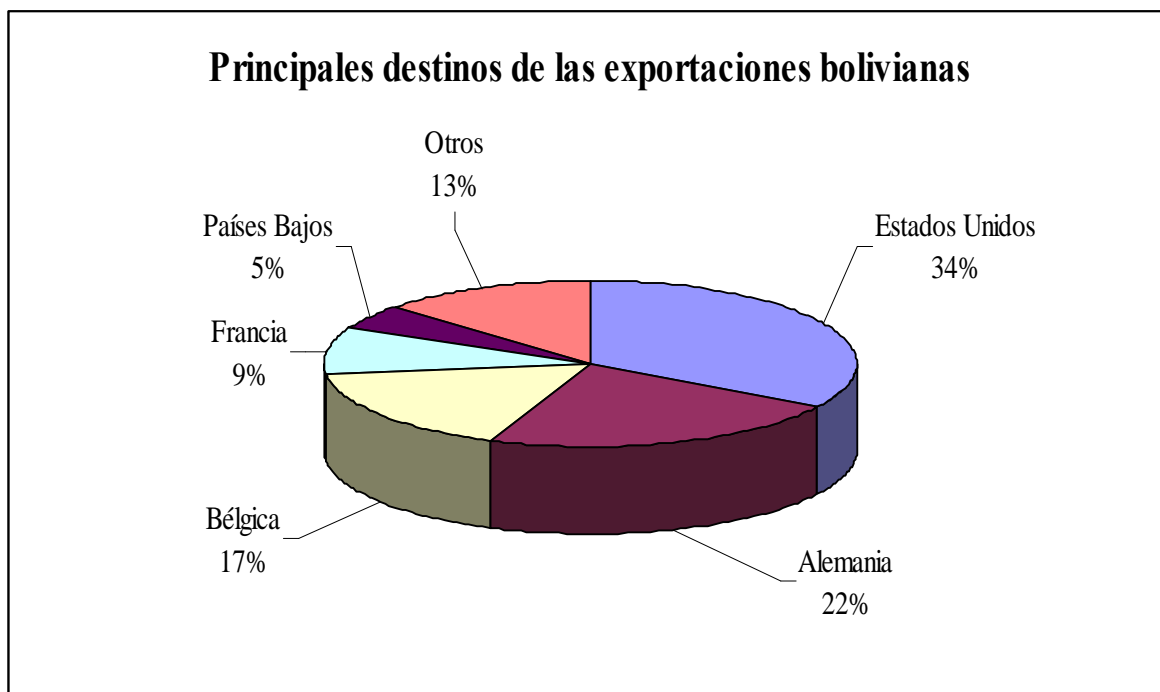
Gráfico 2. Destino de la producción cafetalera nacional.

#### 4.2.4. Destino de las exportaciones bolivianas.

Los principales destinos de las exportaciones bolivianas de café son: Estados Unidos con el 34%, seguido de Alemania con el 22%, Bélgica con el 17%, Francia con el 9% y los Países Bajos con el 5%, la evolución comercial del volumen de las exportaciones de las gestiones 2001 – 2009, fluctúan entre las 3800 y 5200



toneladas de la partida arancelaria Nandina 901110000 “Cafe sin tostar sin descafeinar” (Grafico 3).

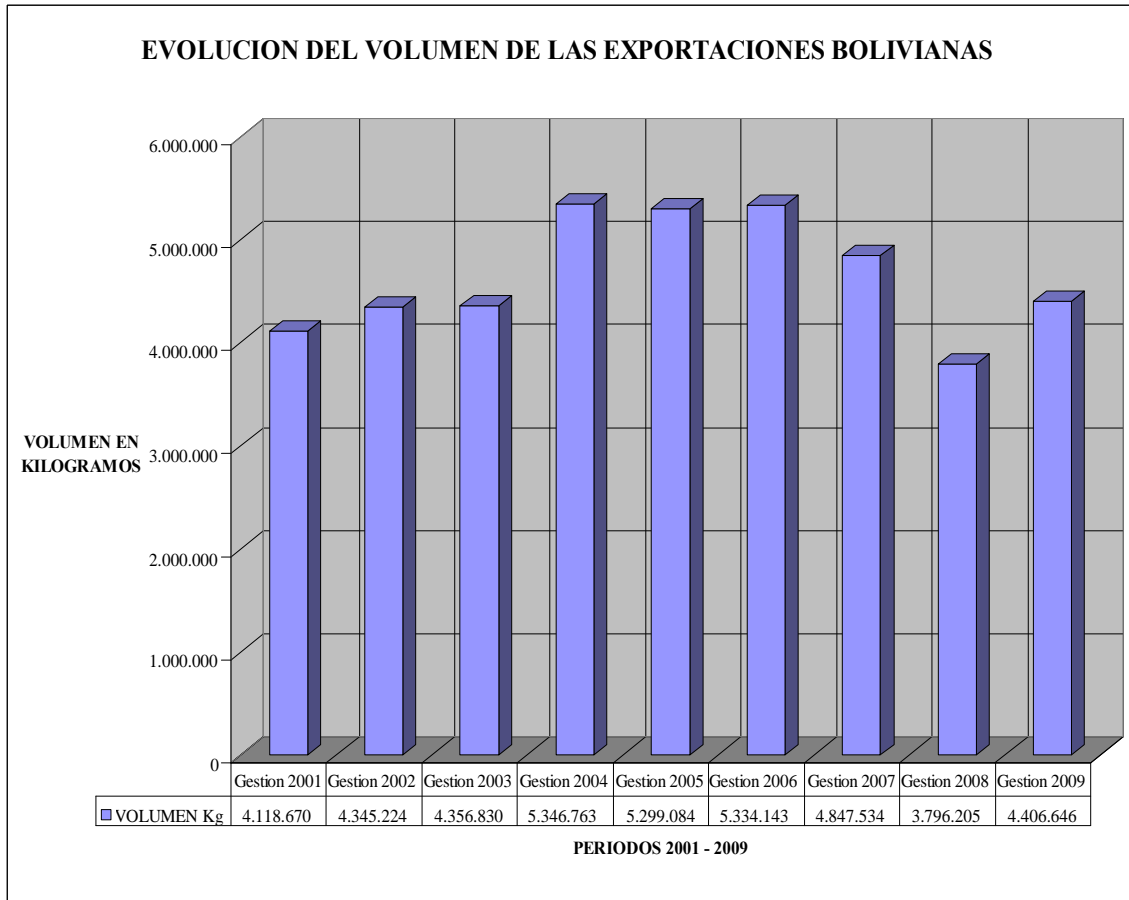


Fuente: Elaboración propia con datos de la FECAFEB

Grafico 3. Principales destinos de las exportaciones bolivianas.

#### 4.2.5. Evolución del volumen de exportaciones.

La evolución del volumen de exportaciones partida arancelaria Nandina 901110000 “Cafe sin tostar sin descafeinar”, muestra exportaciones de 4.118 toneladas en la gestión 2001, con una tendencia ascendente hasta la gestión 2006, llegando a un pico máximo de 5.346 toneladas en la gestión 2004, el nivel de exportaciones mas bajo sucedió en la gestión 2008 con 3.796 toneladas, logrando un promedio de exportaciones en el periodo analizado de 4.650 toneladas exportadas por año (Grafico 4).

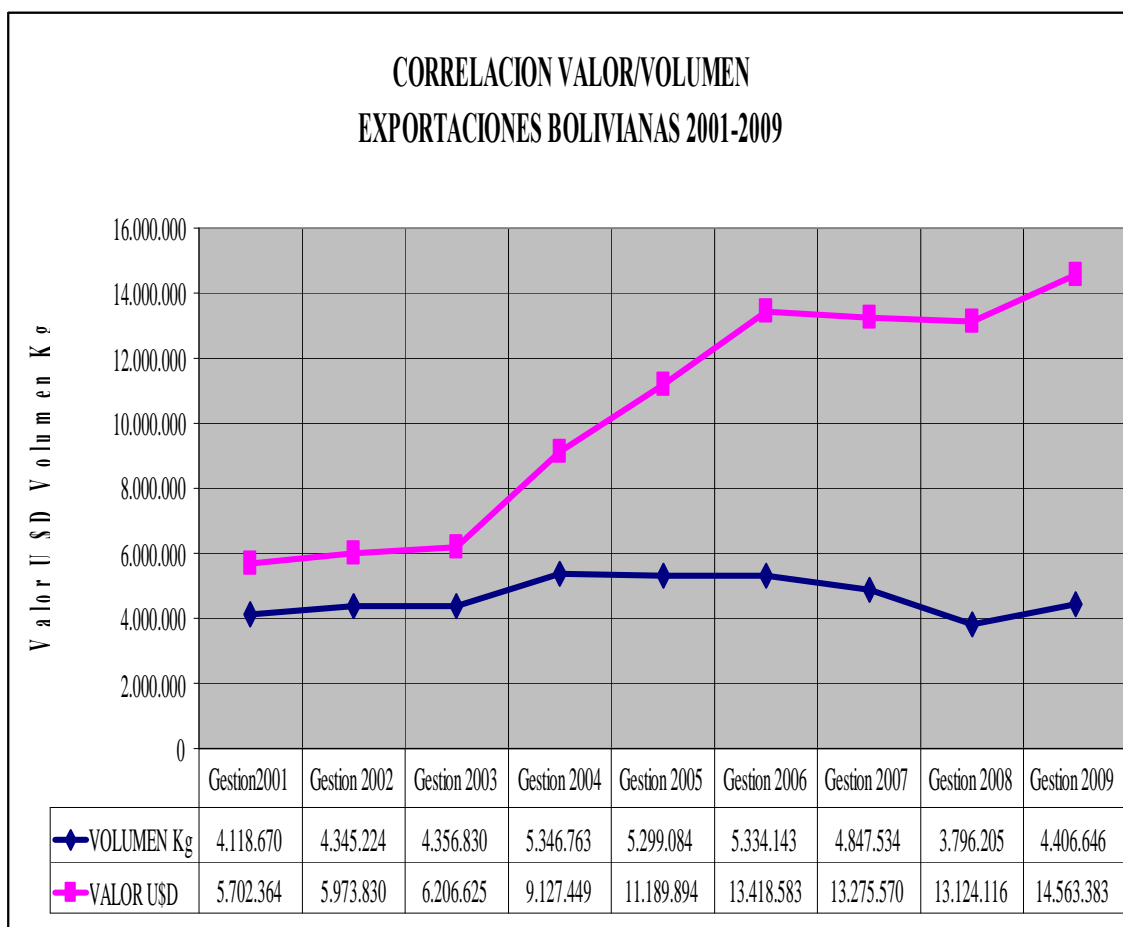


Fuente: Elaboración propia con datos CAMEX LP

Grafico 4. Evolución del volumen de exportaciones bolivianas.

#### 4.2.6. Correlación valor/volumen de las exportaciones bolivianas de café.

Existe un incremento sostenido del valor de las exportaciones nacionales de café en todo el periodo analizado, a partir de la gestión 2004- 2005 se inicia un incremento moderado de los precios, siendo mas significativo el incremento del valor de las exportaciones a partir de la gestión 2006 hasta la gestión 2009, mientras que los incrementos de los volúmenes exportados mas bien tienen una tendencia sin cambios significativos, concluyendo que existe una tendencia de mayor incremento en el precio promedio nacional en el periodo comprendido de la gestión 2006 al 2009 (Grafico 5).



Fuente: Elaboración propia con datos de CAMEX LP

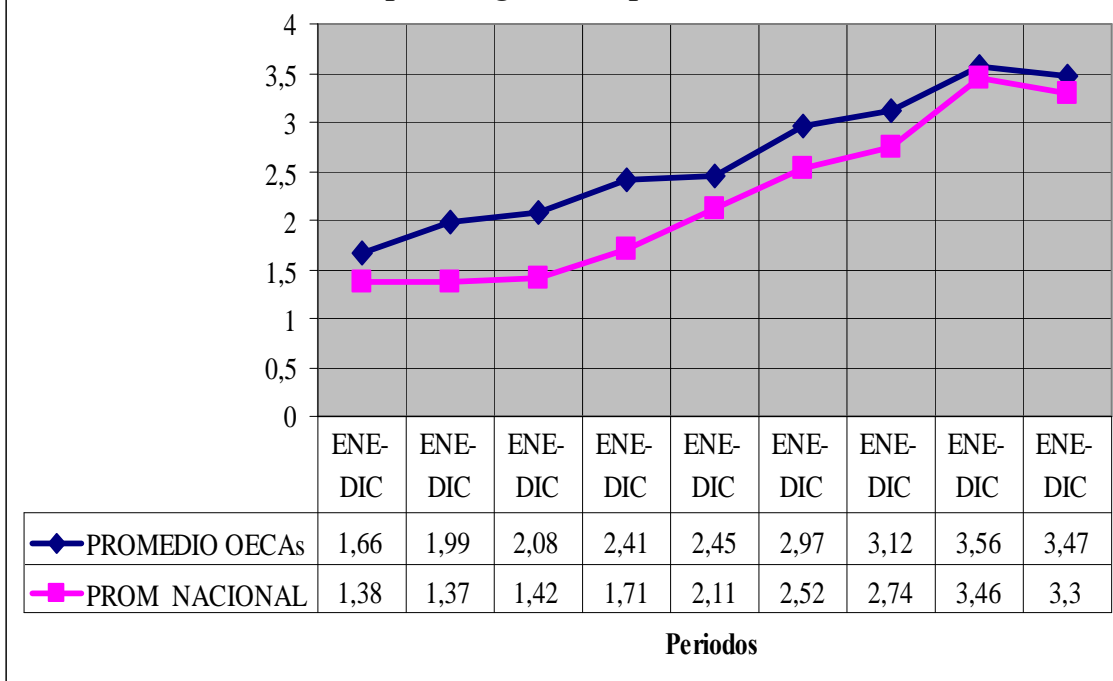
Grafico 5. Correlación valor/volumen de las exportaciones bolivianas.

#### 4.2.7. Análisis comparativo del precio promedio del valor de las exportaciones.

Realizando un análisis comparativo de los precios promedios logrados por el grupo de OECAs socias de la FECAFEB del presente estudio, con los precios promedios nacionales, se puede concluir que los precios promedios logrados por las OECAs en las gestiones 2001-2009 analizadas, siempre lograron ser superiores al precio promedio nacional (Grafico 6).

## PRECIO PROMEDIO VALOR DE EXPORTACIONES

**Expresado en dolares americanos  
por kilogramo exportado**



Fuente: Elaboración propia con datos de CAMEX LP

Grafico 6. Precio promedio del valor de las exportaciones.

### 4.3 La organización de pequeños productores cafetaleros.

Cuadro 1. Organizaciones afiliadas a la FECAFEB (Gestión 2001)

Nº	SIGLA	ORGANIZACIÓN AFILIADA
1	AIPAC	Asociación Integral de Productores Agropecuarios Cascada - Alto Beni
2	APCA Apolo	Asociación de Productores de Café de Apolo
3	ASOCAFE	Asociación de Productores de Café Taypiplaya
4	CELCCAR	Central Local Cooperativas Agropecuarias Caranavi Ltda.
5	CENAPROC	Central Asociados Productores de Café
6	CENCOOP	Central de Cooperativas Cafetaleras Nor Yungas
7	CIANA	Cooperativa Integral Agropecuaria Nueva Alianza
8	COAINE	Cooperativa Agropecuaria Integral Nor Este
9	Coop. Alto Sajama	Cooperativa de comercialización y Servicios Alto Sajama

10	Coop. Antofagasta	Cooperativa Integral Agropecuaria Antofagasta Ltda.
11	Coop. Illampu	Cooperativa Corpus Christi
12	Coop. Mejillones	Cooperativa Agropecuaria Mejillones
13	Coop. San Juan	Cooperativa Agropecuaria Cafetalera San Juan Ltda.
14	Coop. Villa Oriente	Cooperativa Agrícola Villa Oriente
15	CORACA-CRC	Corporación Agropecuaria Campesina Carrasco La Reserva
16	CORACA-RI	Corporación Agropecuaria Campesina Regional Irupana
17	PROAGRO	Unión de Productores Agropecuarios
18		ORGANIZACIONES PRE-AFILIADAS
19	AECAR	Asociación Ecológica de Caficultores del Rosario
20	AIPEP	Asociación de Productores Ecológicos de Pumiri
21	AIPRACC	Asociación Integral de Productores Ecológicos Central Caranavi
22	APROCAFE	Asociación de Productores de Café
23	APROCAVIC	Asociación de Productores de Café Villa El Carmen
24	APSERL	Asociación de Productores de Café Ecológico Regional Larecaja
25	CAIM	Cooperativa Agropecuaria Integral Moscovia Ltda.
26	Coop. Alto Lima	Cooperativa Alto Lima
27	Coop. Montaña Verde	Cooperativa Montaña Verde

Fuente : Elaboración propia con datos del proyecto FORCAFE ACRA/CICDA 2003

Cuadro 2. Organizaciones afiliadas a la FECAFEB (Gestion 2010).

Nº	SIGLA	ORGANIZACIÓN
1	ACOPCCA	Asociación Cooperativas de Café Coripata
2	AECAR	Asociación Ecológica de Caficultores del Rosario
3	AGROCAM	Asociación Agropecuario Calama
4	AIPAC-AB	Asociación Integral de Productores Agropecuarios Cascada - Alto Beni
5	AIPEP	Asociación de Productores Ecológicos de Pumiri
6	AIPRACC	Asociación Integral de Productores Ecológicos Central Caranavi
7	ALTO SAJAMA	Cooperativa de comercialización y Servicios Alto Sajama
8	ANTOFAGASTA	Cooperativa Integral Agropecuaria Antofagasta Ltda.
9	APAIC	Asociación de Productores Agropecuarios Integral de Café
10	APCA-APOLO	Asociación de Productores de Café de Apolo

11	APCERL	Asociación de Productores de Café Ecológico Regional Larecaja
12	APROCAFE	Asociación de Productores de Café
13	ARPEA ASUNTA	Asociación Regional de Productores Ecológicos La Asunta
14	ASOCAFE	Asociación de Productores de Café Taypiplaya
15	CAIM - Moscovia	Cooperativa Agropecuaria Integral Moscovia Ltda.
16	CECOASY Chulumani	Central de Cooperativas Sud Yungas
17	CELCCAR	Central Local Cooperativas Agropecuarias Caranavi Ltda.
18	CENAPROC	Central Asociados Productores de Café
19	CENCOOP	Central de Cooperativas Cafetaleras Nor Yungas
20	CIANA	Cooperativa Integral Agropecuaria Nueva Alianza
21	CIAPEC	Central Integral Agrícola de Productores Ecológicos Ltda.
22	COACS	Cooperativa Agropecuaria de Comercialización 2 de Septiembre Ltda.
23	COAINE	Cooperativa Agropecuaria Integral Nor Este
24	COOP. SAN IGNACIO	Cooperativa San Ignacio
25	Coop. Villa Montes	Cooperativa Villa Montes Caranavi
26	CORACA CHULUMANI	Corporación Agropecuaria Campesina Chulumani
27	CORACA CRC	Corporación Agropecuaria Campesina Carrasco La Reserva
28	CORACA RI	Corporación Agropecuaria Campesina Regional Irupana
29	ILLAMPU	Cooperativa Corpus Christi
30	MEJILLONES	Cooperativa Agropecuaria Mejillones
31	PASYBOL	Productores Agroecológicos Subtropical-Yungas Bolivia
32	PROCASY	Asociación de Productores de Café Sostenible
33	SAN JUAN	Cooperativa Agropecuaria Cafetalera San Juan Ltda.
34	SUMAJ CAFÉ	Asociación Sumaj Café
35	UNION PROAGRO	Unión de Productores Agropecuarios
36	VILLA ORIENTE	Cooperativa Agrícola Villa Oriente

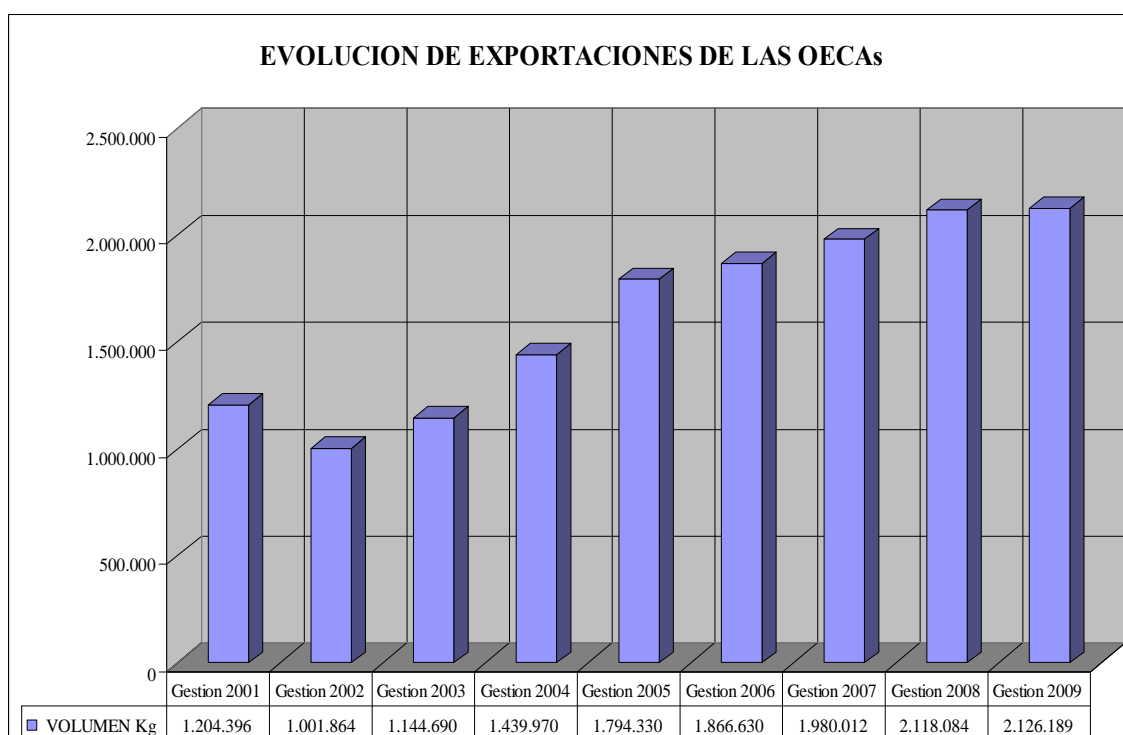
Fuente : Elaboración propia con datos del proyecto FORCAFE ACRA/CICDA 2003

#### 4.3.1. Estudio de OECAs cafetaleras en la Provincia Caranavi.

El análisis sobre la situación de las OECAs, se realizó midiendo el comportamiento de 12 Organizaciones socias de la FECAFEB en la Provincia Caranavi, estas son: Cooperativa Alto Sajama, Cooperativa Antofagasta, Asociación ASOCAFE, Central de Cooperativas CELCCAR, Asociación CENAPROC, Cooperativa CIANA, Cooperativa COAINE, CORACA Carrasco, Cooperativa Mejillones, Asociación PROAGRO, Cooperativa San Juan y Cooperativa Villa Oriente.

#### 4.3.2. Evolución de exportaciones de las OECAs

La evolución del volumen de las exportaciones de las OECAs tiene una tendencia de crecimiento sostenido a partir de la gestión 2002, con exportaciones de 1000 toneladas, llegando a exportar 2126 toneladas en la gestión 2009 (Grafico 7).

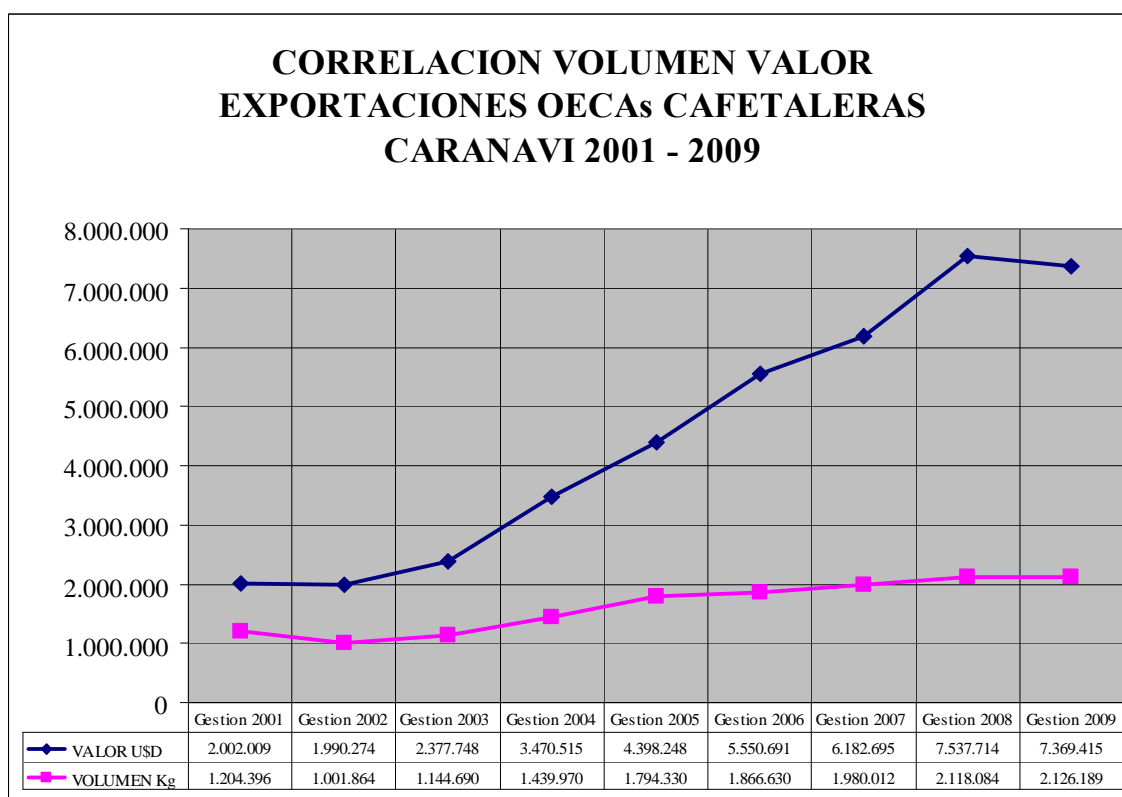


Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

**Grafico 7. Evolución de las exportaciones de las OECAs**

### 4.3.3. Correlación volumen/valor exportación OECAs cafetaleras.

El comportamiento de la evolución comercial muestra resultados de un incremento sostenido en volumen, observando un crecimiento mayor en la valoración del café exportado, resultado de aprovechar oportunidades comerciales en condiciones de contratos de café orgánico certificado, café orgánico, café convencional calidad Extra, condiciones de contratos de Comercio Justo y Comercio Justo-Orgánico (Grafico 8).



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

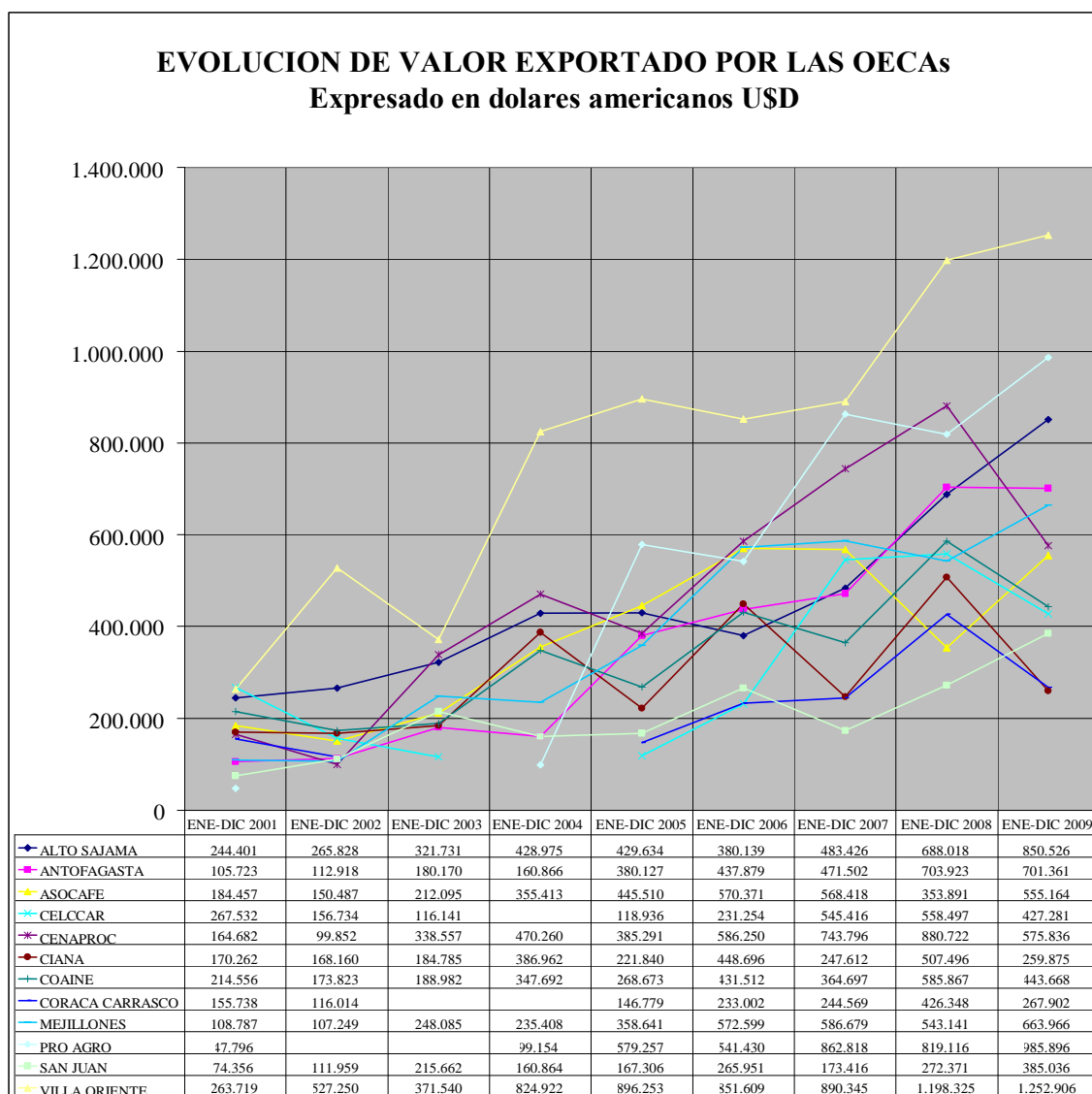
Grafico 8. Correlación volumen valor exportaciones OECAs periodo 2001-2009.

### 4.3.4. Evolución del valor exportado por las OECAs.

La evolución del valor exportado por las OECAs tiene un crecimiento sostenido, resultado de un trabajo firme para lograr contratos estables a largo plazo, la



Cooperativa Villa Oriente ocupó el primer lugar en las exportaciones de todo el periodo comprendido entre las gestiones 2001-2009 (Grafico 9).



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 9. Evolución del valor exportado por las OECAs.

#### 4.4. Análisis del comportamiento individual de las OECAs.

En el análisis del comportamiento individual de las Organizaciones Económicas Campesinas Cafetaleras, se puede apreciar una tendencia de crecimiento mayor en el valor exportado comparado con el crecimiento de los volúmenes de exportación, las OECAs con mejor valoración del precio promedio son: Coop. Alto Sajama, Coop.

Antofagasta, ASOCAFE, CELCCAR, CENAPROC, Coop. Mejillones, Union PROAGRO, Coop. San Juan, Coop y la Villa Oriente; las OECAs con un crecimiento moderado son: CIANA, COAINE, CORACA Carrasco.

#### 4.4.1. Caso Alto Sajama

Organización: Cooperativa agropecuaria y de comercialización “ALTO SAJAMA” Ltda.

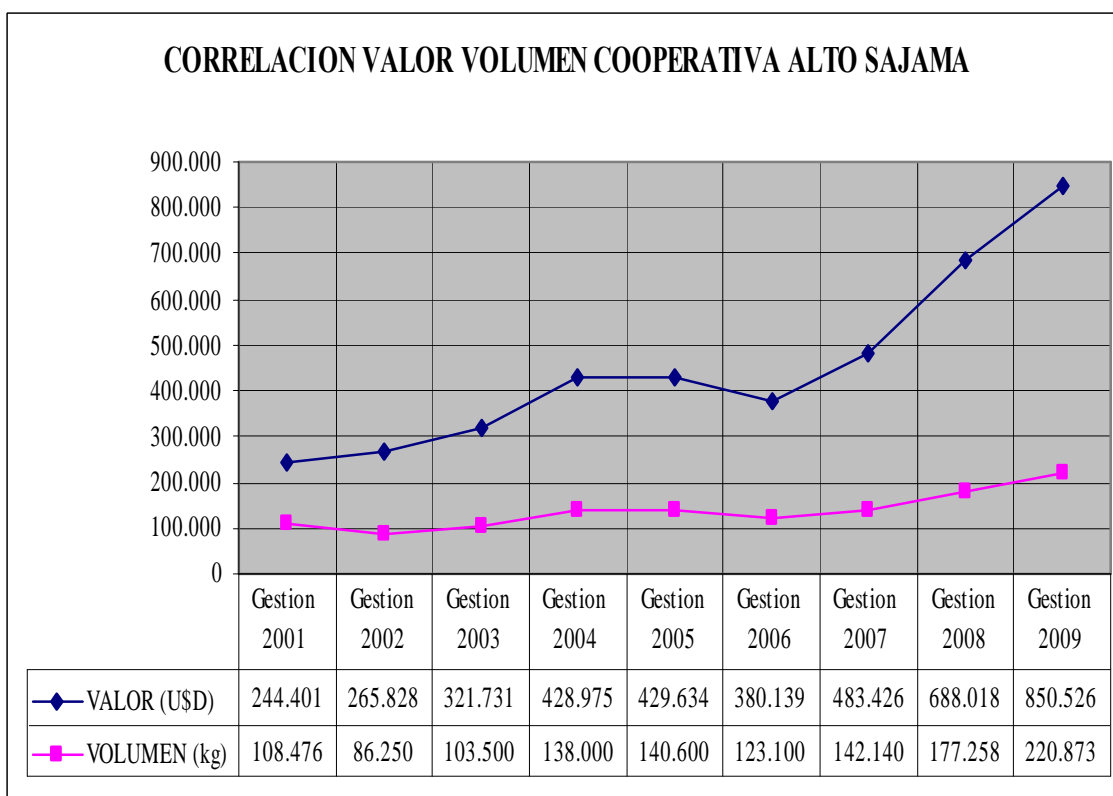
Área de acción: Cooperativa Alto Sajama y colonia Villa el carmen

Socios : 36 productores con 29 parcelas.

Registro Comercio Justo: FLO ID 850

Producción orgánica: 84 productores, con 36 productores de Alto Sajama, 48 socios productores de Montaña Verde.

Certificación orgánica: IMO Control



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 10. Evolución comercial Coop. Alto Sajama, periodo 2001 – 2009.

#### 4.4.2. Caso Coop. Antofagasta

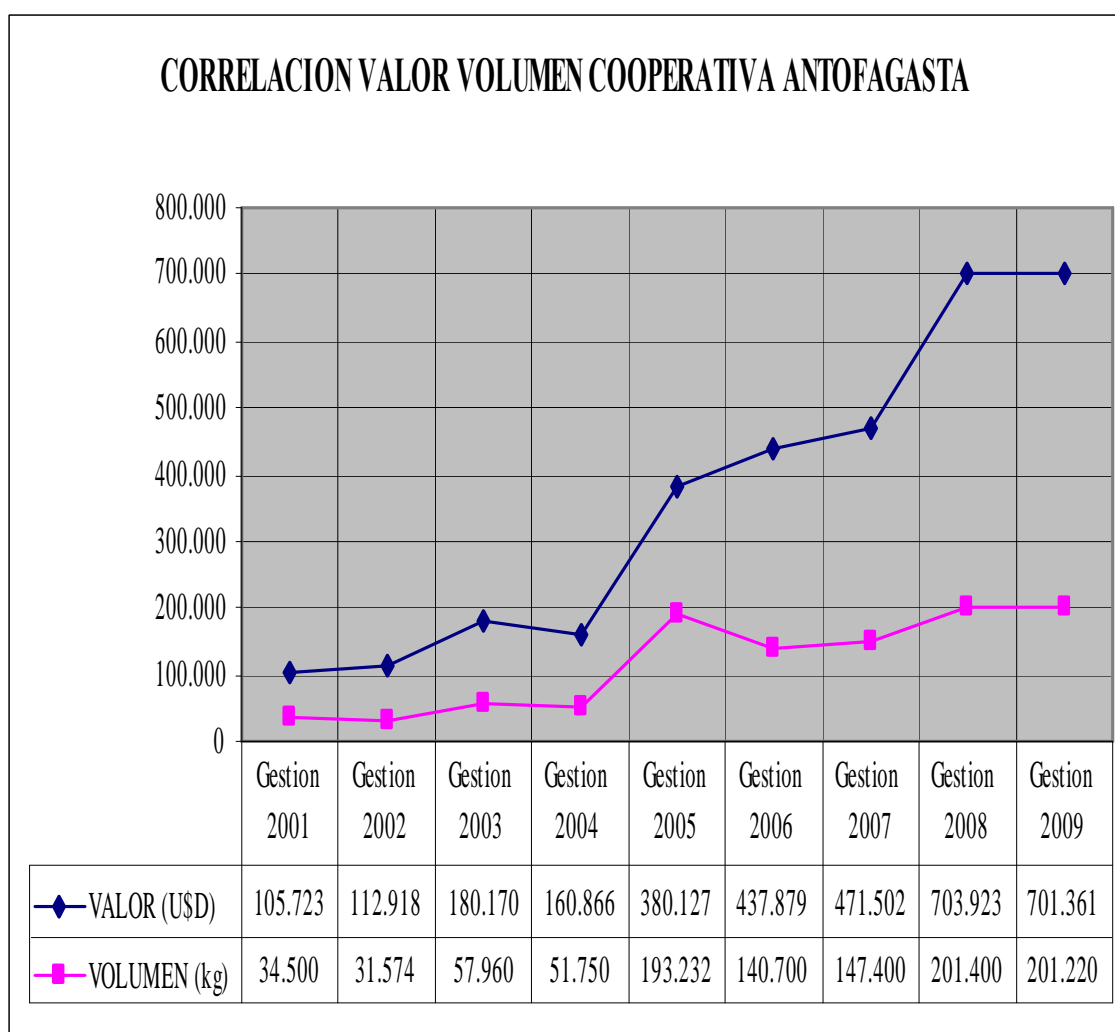
Organización: Cooperativa Agrícola ANTOFAGASTA Ltda..

Área de acción: Colonia Collasuyo "A". Colonia Aguila. Colonia Villa Union. Colonia Chojña Pampa. Colonia Collasuyo.

Registro Comercio Justo: FLO ID 833

Producción orgánica: 42 productores

Certificación Orgánica: IMO control.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 11. Evolución comercial Coop. Antofagasta, periodo 2001 – 2009.

### 4.4.3. Caso ASOCAFE

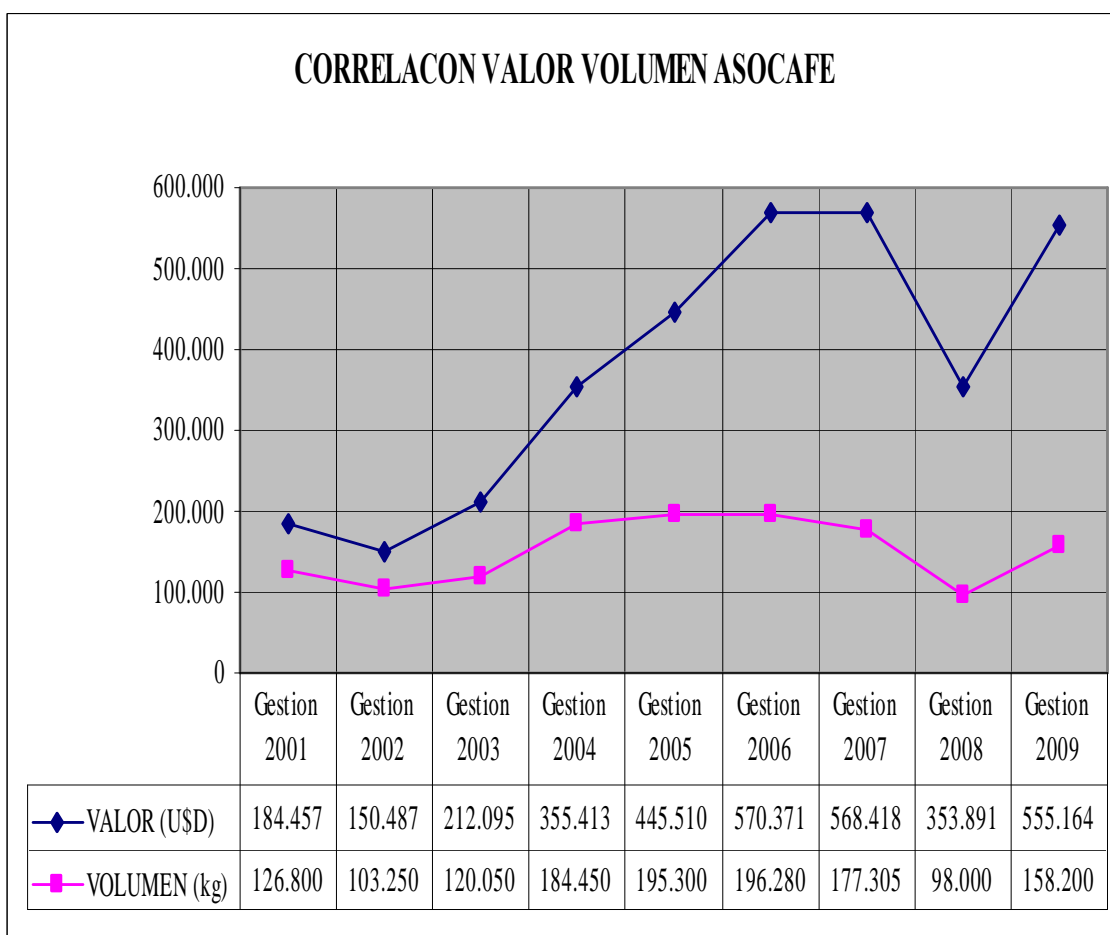
Organización: Asociación de Productores de Café Taypiplaya “ASOCAFE”

Área de acción: centrales: Asunción, Ingavi, Huayna Potosí, Villa Victoria, Pacajes Y Horizonte.

Registro Comercio Justo: FLO ID 867

Producción orgánica: 274 productores certificados, 40 productores en transición I y 60 productores en transición II.

Certificación orgánica: IMO Control



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 12. Evolución comercial ASOCAFE, periodo 2001 – 2009.

#### 4.4.4. Caso CELCCAR

Organización: Central Local de Cooperativas Agropecuaria de Caranavi CELCCAR Ltda.

Área de acción: Ubicados en 7 cantones de la provincia Caranavi:

Cantón Santa Ana esta la cooperativa Colmena

Cantón Uyunence (cooperativa Uyunence y cooperativa Progreso)

Cantón Santa Fe (cooperativa General Pérez y Icooperativa Esperanza)

Cantón San Lorenzo (cooperativa San Salvador)

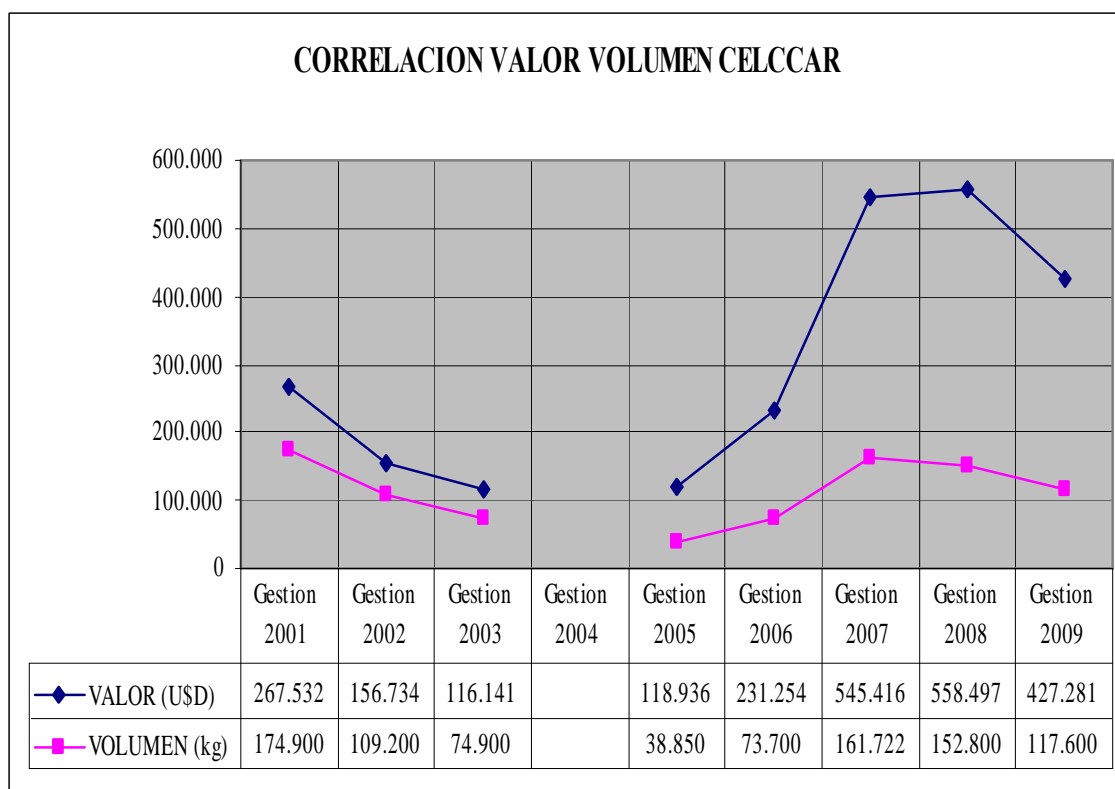
Cantón San Pablo (cooperativa el Salvador)

Cantón Chojña (cooperativa 18 de Mayo)

Cantón Caranavi (cooperativa Corpus Cristy)

Registro Comercio Justo: FLO ID 906

Certificación orgánica: BIOLATINA



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 13. Evolución comercial CELCCAR, periodo 2001 – 2009.

#### 4.4.5. Caso CENAPROC

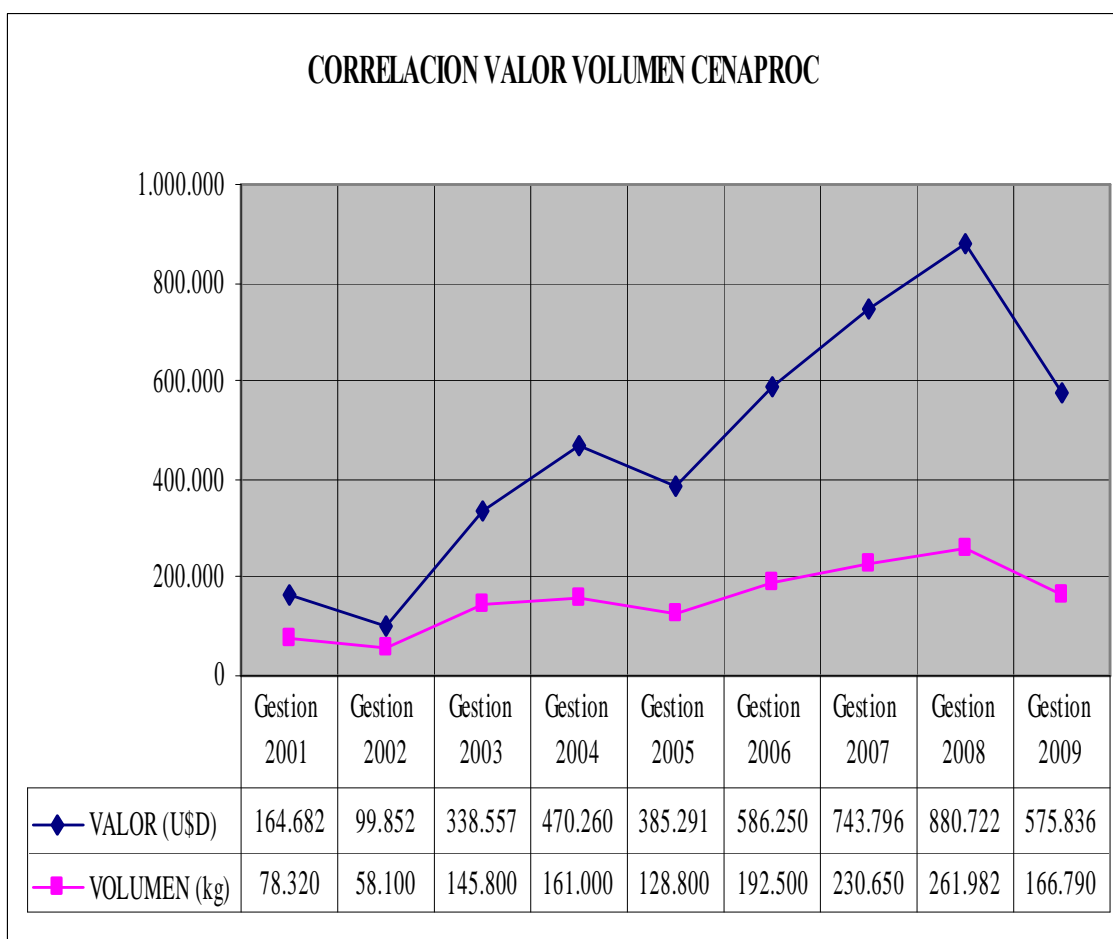
Organización: Central Asociado de Productores de Café.

Área de acción: Colonias: Nueva Llusta, Canaan, Libertador, anexo 1 Llusta 1ra., anexo 2 Bolívar

Registro Comercio Justo: FLO ID 867

Producción orgánica: 146 productores

Certificación orgánica : IMO Control



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 14. Evolución comercial CENAPROC, periodo 2001 – 2009.

#### 4.4.6. Caso CIANA

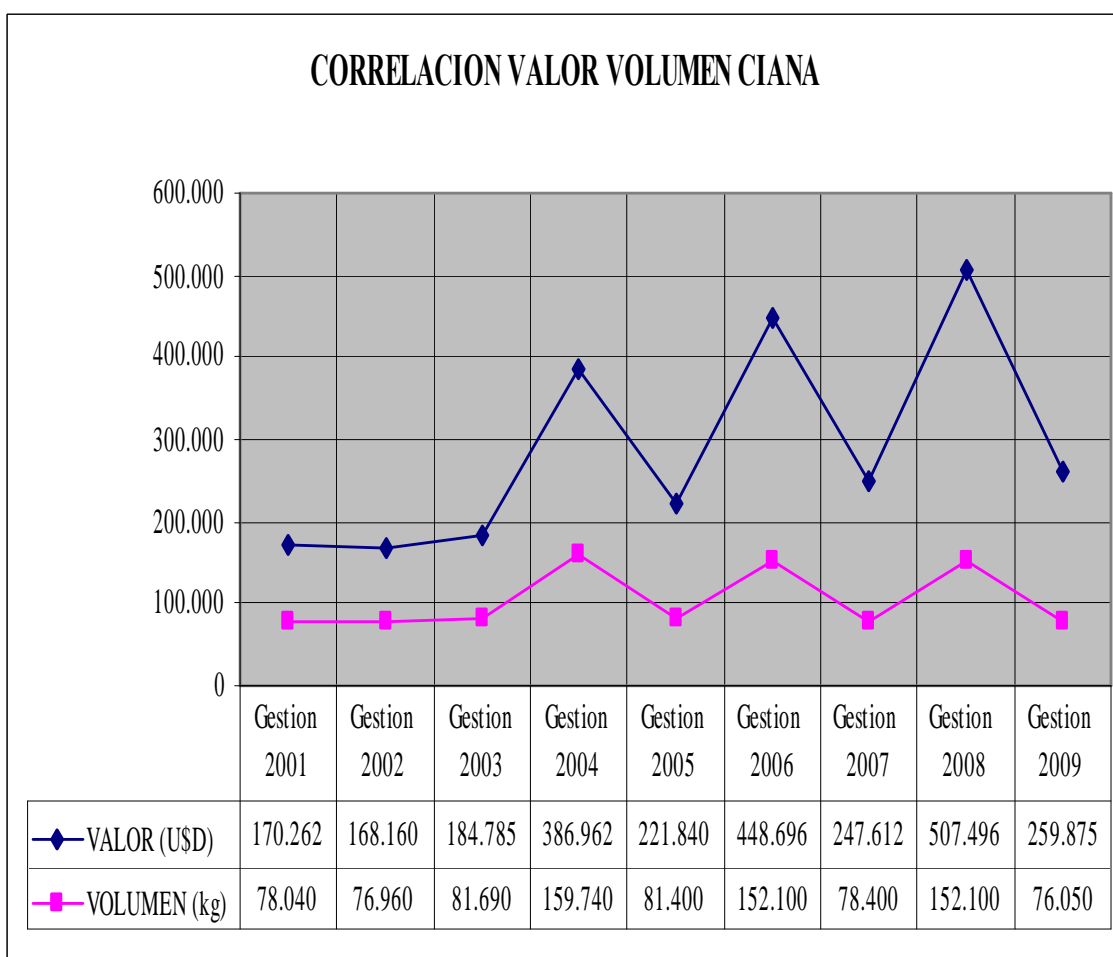
Organización: Cooperativa Integral Nueva Alianza “CIANA” Ltda.

Área de acción: Uchumachi, San Ignacio, Chojñapampa, Villa Union, Alto Sabaja y Cascada ( anexo pasivo).

Registro Comercio Justo: FLO ID 868

Producción orgánica: 76 productores

Certificación orgánica: IMO Control



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 15. Evolución comercial CIANA, periodo 2001 – 2009.

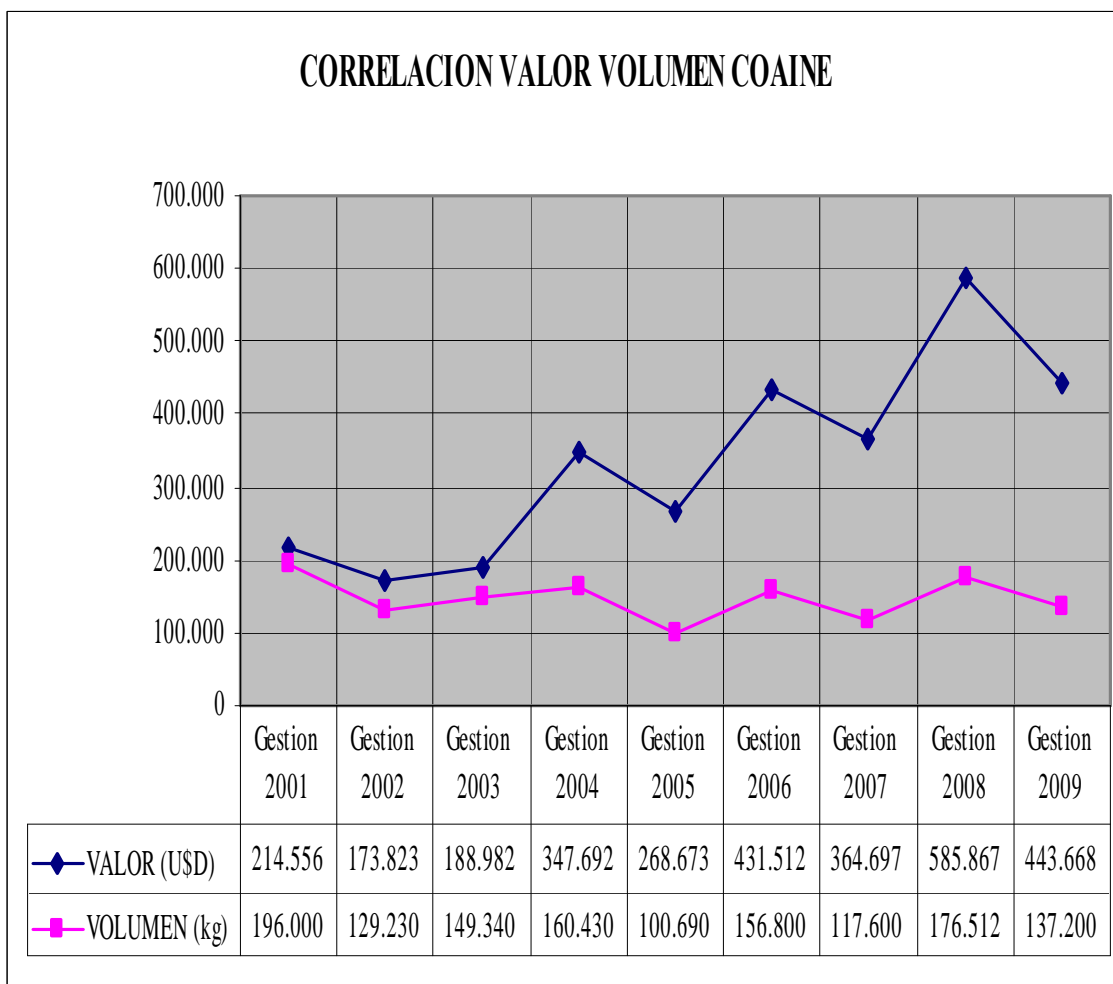
#### 4.4.7. Caso COAINE

Organización: Cooperativa Agrícola Integral Nor Este Ltda..

Área de acción: Central Nor Este, Italaque, Muñecas, Nino Jesús, Ingavi, Unión Villa San Juan, Quillaquillani, Juan del Valle, Loa. Pachamama, Villa Flor 2do, Rio Mercedes Y Villa Santa Cruz.

Registro Comercio Justo: FLO ID 875

Certificación orgánica: IMO control



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 16. Evolución comercial COAINE, periodo 2001 – 2009.



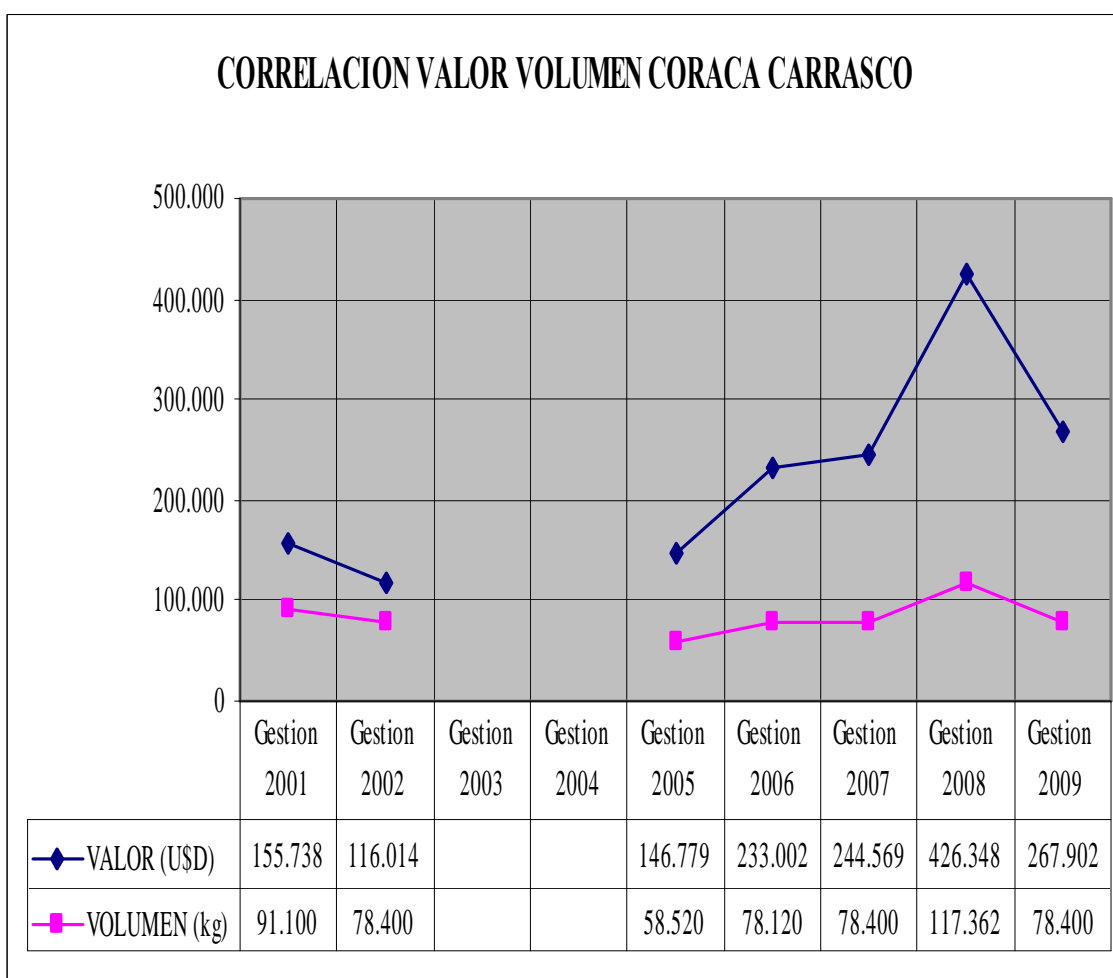
#### 4.4.8. Caso CORACA Carrasco

Organización: Corporación Agropecuaria Campesina Carrasco la Reserva

Área de acción: Alto Esperanza, Siempre Unidos, Aguas Turbias, Villa Unión, Moscovia, Kollasuyo, Dos Pinos, Esperanza B, Avaroa, Aguas Turbias 2°, 2 positos, Inca, Sabaya, Centro Cafetal, Alto siempre Unidos, Cultural Unidos, Fernández y Villa Esperanza.

Registro Comercio Justo: FLO ID 865

Certificación Orgánica: IMO Control



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 17. Evolución comercial COAINE, periodo 2001 – 2009.

#### 4.4.9. Caso Coop. Mejillones

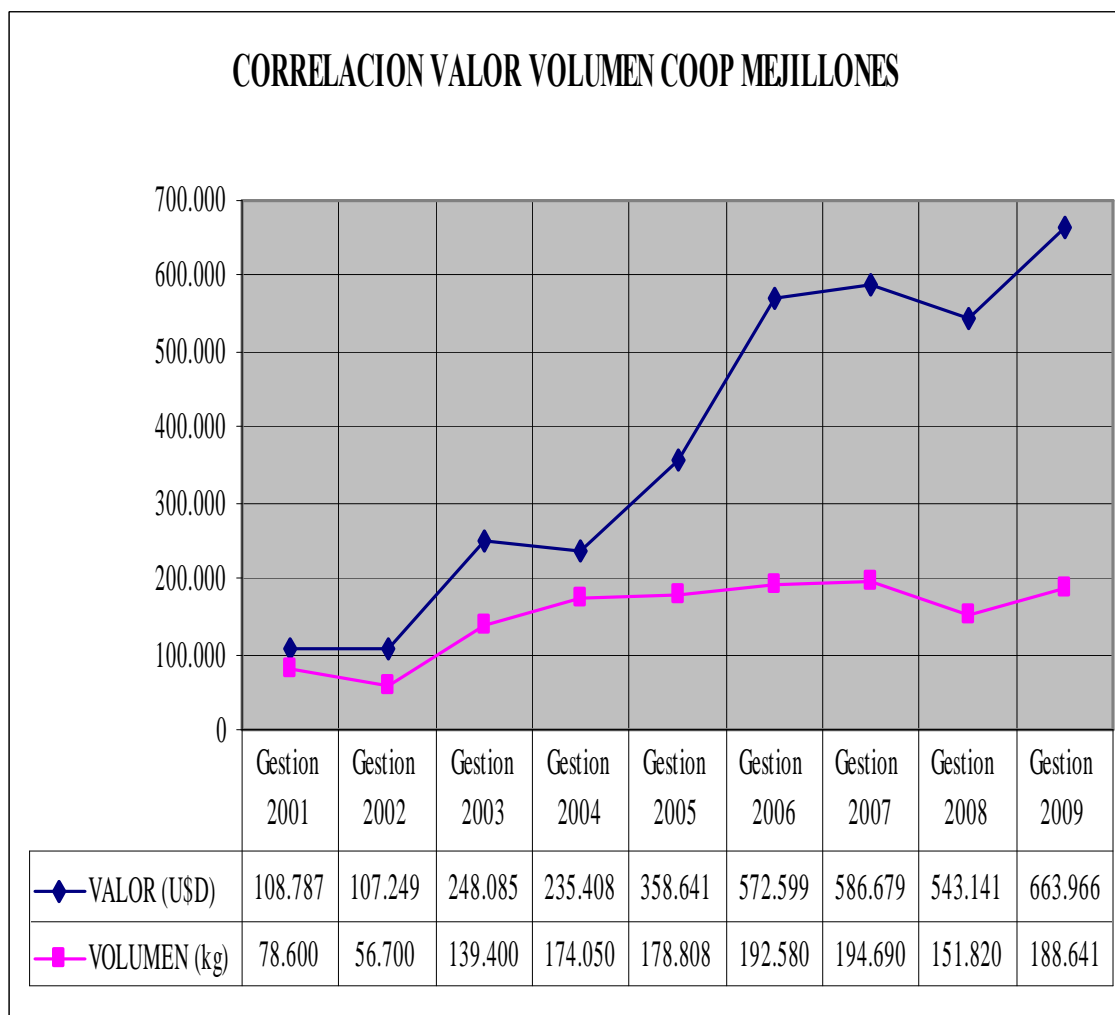
Organización: Cooperativa Agropecuaria “Mejillones” Ltda.

Área de acción: Villa el Palmar, Buen Pastor, Pumiri, Sajama y 10 de Mayo

Registro Comercio Justo: FLO ID 929

Producción orgánica: 80 aproximadamente.

Certificación orgánica: Biolatina



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 18. Evolución comercial Coop. Mejillones, periodo 2001 – 2009.

#### 4.4.10. Caso PROAGRO

Organización : Unión de Productores Agropecuarios

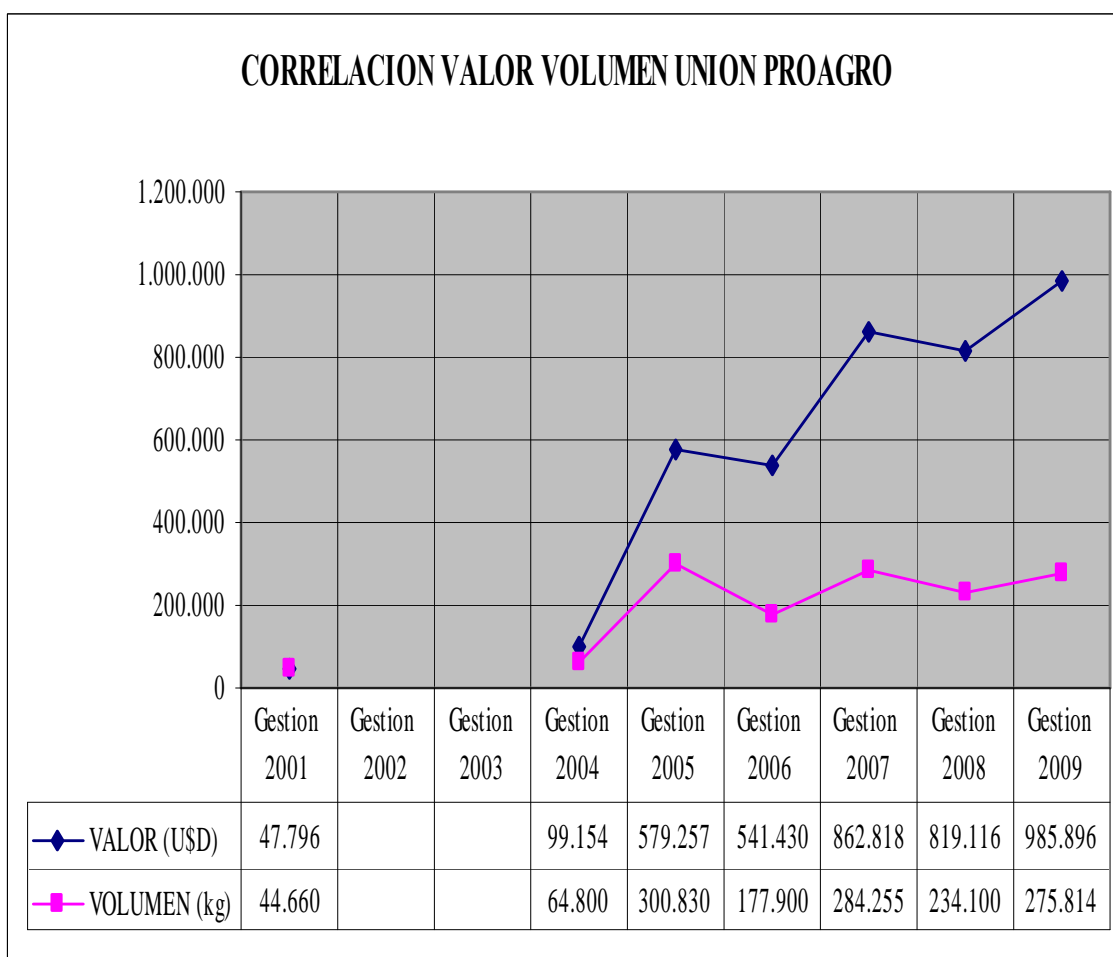
Área de acción: Colonias 1ra. Berea, 2d. Berea, Tupac Katari I, Tupac Katari II, Siete Estrellas, Virgen de Copacabana, Ocho de Septiembre y San Juan de Challamayo.

Anexos: Illimani, Alto Lima.

Registro Comercio Justo: FLO ID 2366

Producción orgánica: 185 productores.

Certificación orgánica: Biolatina.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 19. Evolución comercial Unión PROAGRO, periodo 2001 – 2009.

#### 4.4.11. Caso San Juan

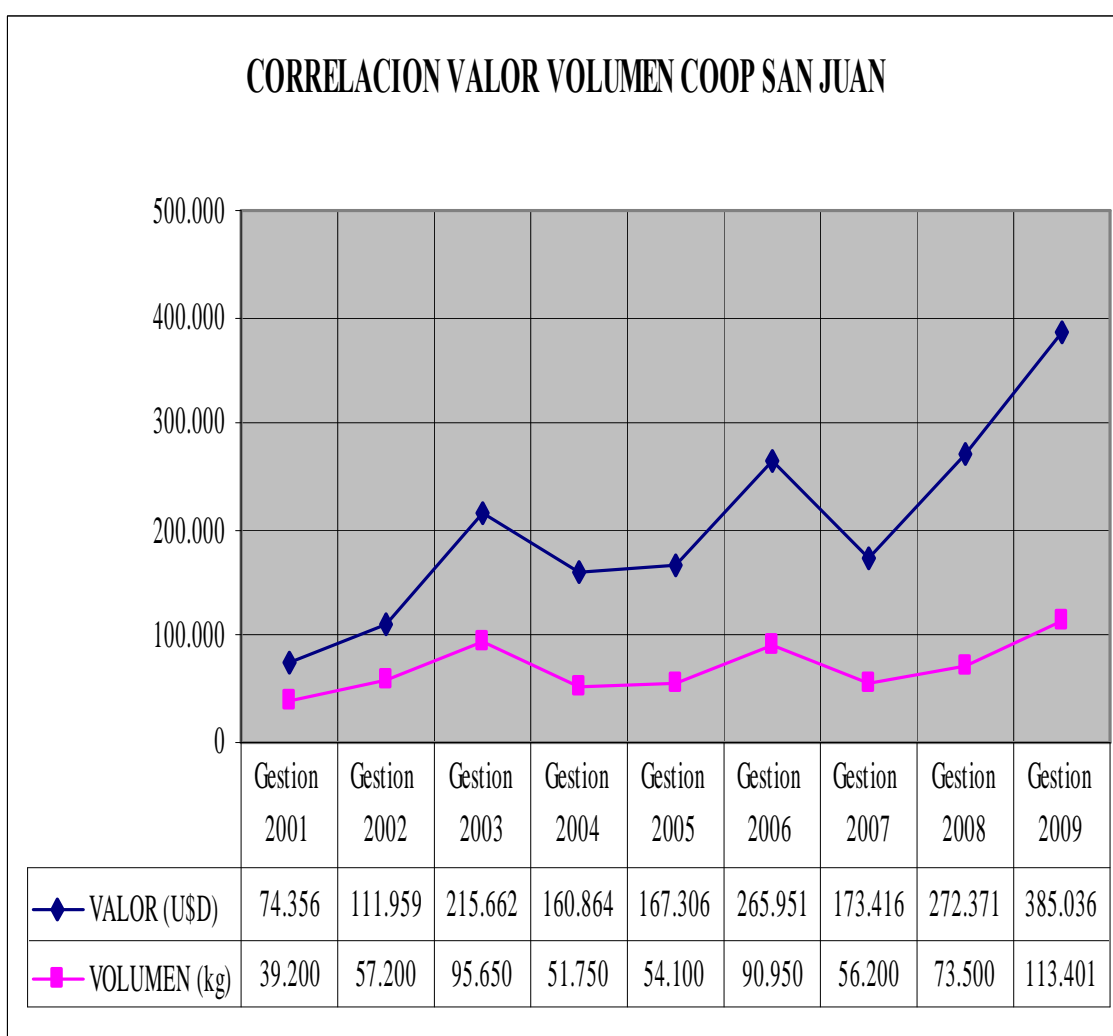
Organización: Cooperativa Agrícola Cafetalera San Juan Ltda.

Área de acción: Área de concesión de la cooperativa San Juan.

Registro Comercio Justo: FLO ID 899

Producción orgánica : 40 productores.

Certificación Orgánica : IMO Control



Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 20. Evolución comercial Coop. San Juan, periodo 2001 – 2009.

#### 4.4.12. Caso Coop. Villa Oriente

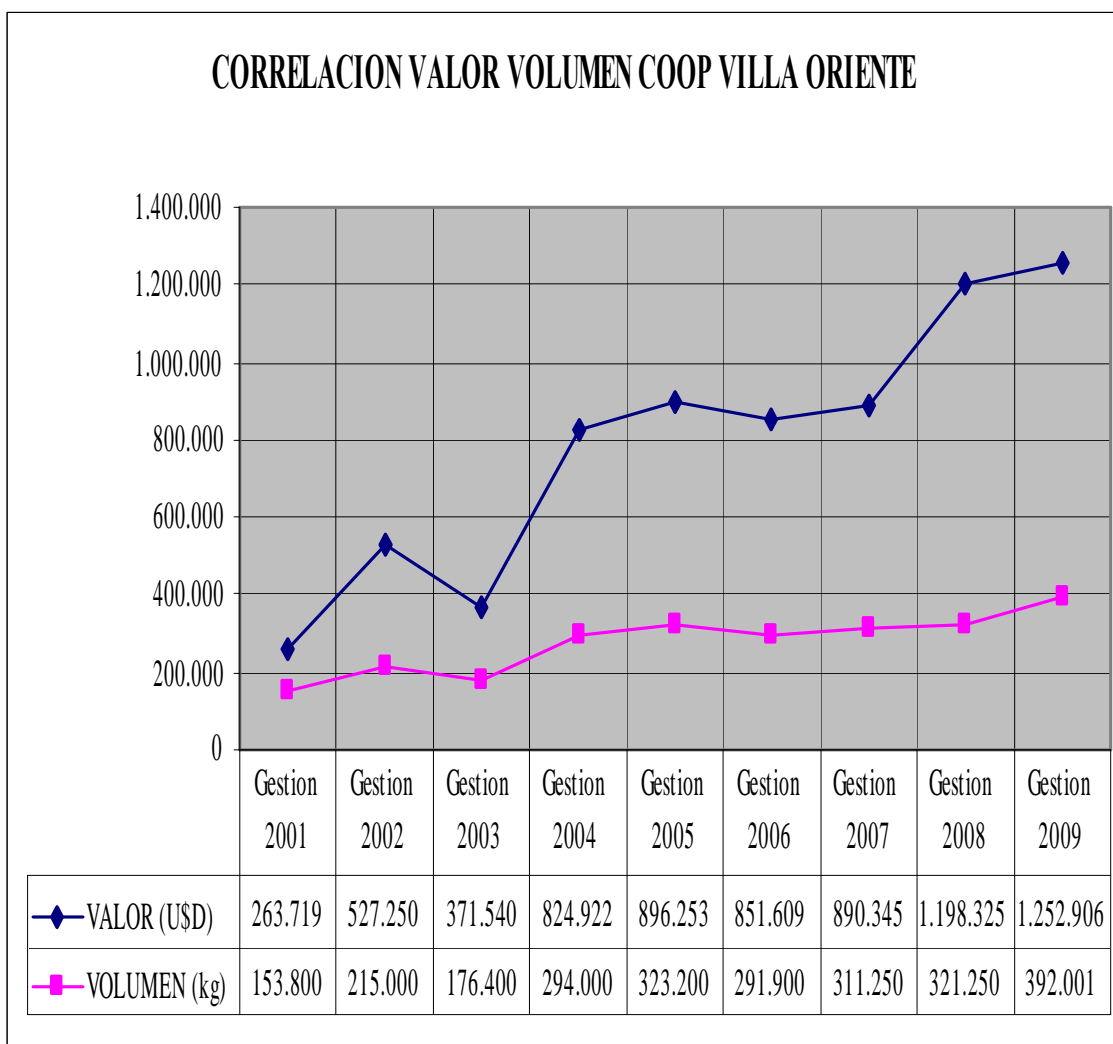
Nombre organización: Cooperativa Agrícola Villa Oriente

Área de acción: Colonias: Villa Oriente, 8 de Septiembre, Choronta Berea, Unión Camacho, Entre Ríos, Central Agraria Esperanza.

Registro Comercio Justo: FLO ID 874

Producción orgánica: 108 productores certificados, en transición 21 productores.

Certificación orgánica: IMO Control

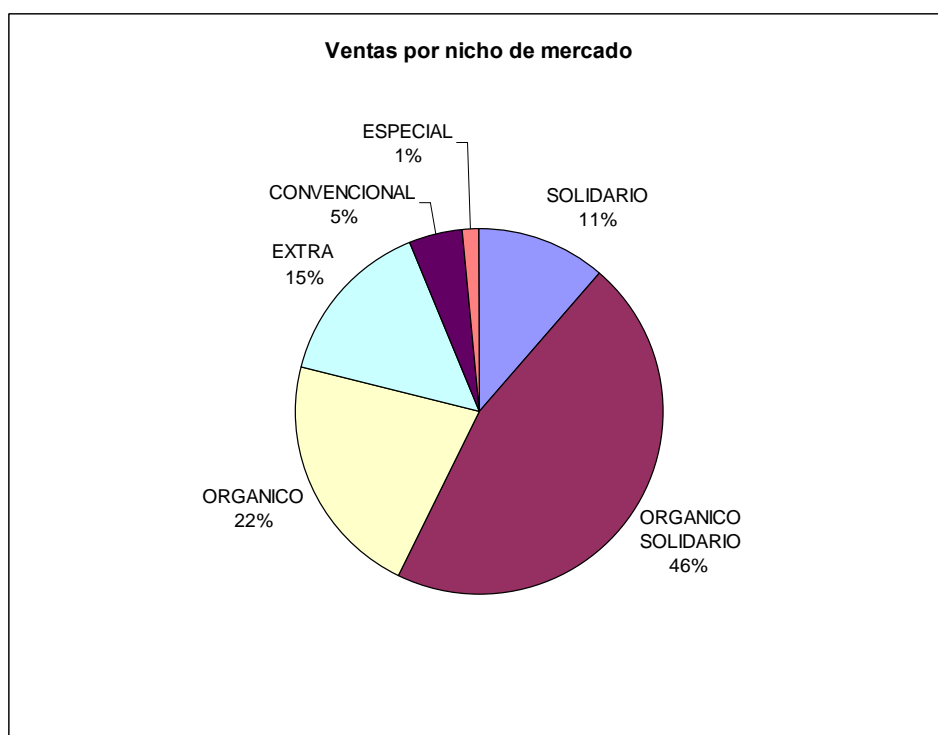


Fuente: Elaboración propia con datos de la CAMEX LP

Grafico 21. Evolución comercial Coop. Villa Oriente, periodo 2001 – 2009.

#### 4.5. Composición de mercado de las OECAs.

La valoración favorable, es resultado del trabajo de las Organizaciones Económicas campesinas, que logran exportaciones directas en mejores condiciones y ventajas comparadas con el mercado convencional. La composición de los nichos de mercado, que lograron son: Café Orgánico Solidario 46%, Café Orgánico 22%, Café solidario 11%, Café extra 15%, Café convencional 5% y cafés especiales 1% (Grafico 22).



Fuente: Elaboración propia con datos del Diagnostico Organizacional Rápido Proyecto FORCAFE ACRA/CICDA 2003

Grafico 22. Composición de mercado de las OECAs. Gestión 2003.

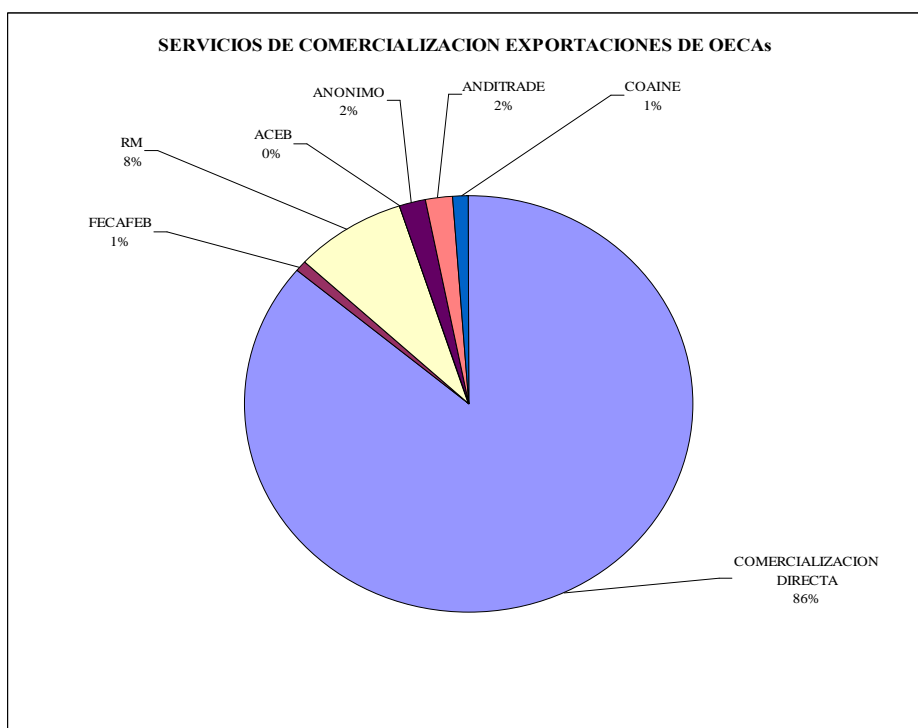
La Evolución Comercial de las OECAs, logra una mejor valoración en sus exportaciones, principalmente en la combinación de café orgánico – solidario, cumpliendo normas internacionales de producción orgánica certificada, establecidos por el IFOAM y cumpliendo los criterios de comercio justo para pequeños productores, habiendo generado capacidades técnicas para aprobar tanto auditorias

sociales, como auditorías ambientales, que demuestran el cumplimiento de las normas. Estos logros son posibles, a partir del mejoramiento en toda la cadena productiva de los cafetaleros.

#### 4.6. Servicios de comercialización para las exportaciones.

La participación de las OECAs en las exportaciones va desplazando a los canales de comercialización convencional de intermediación. Los precios logrados por los canales de comercialización directa de las OECAs, logran valorizar de mejor manera los precios del café.

La relación de las ventas de la producción de los pequeños productores organizados, logro un 86% de comercialización directa, luego de un trabajo de mejorar las capacidades técnicas en gestión comercial de responsables de las OECAs, y por lograr contratos de exportación directa de las OECAs cafetaleras (Grafico 23).



Fuente: Elaboración propia con datos del Diagnostico Organizacional Rapido Proyecto FORCAFE ACRA/CICDA 2003

Grafico 23. Servicios de comercialización para las exportaciones de las OECAs.

#### 4.7. Certificación de Comercio Justo de las OECAs cafetaleras.

El comercio justo, contribuye al éxito de la estrategia comercial de las OECAs, existe una correlación positiva entre el número de organizaciones certificadas, cantidad de pequeños productores y superficie de producción con mejor valoración del precio del café, a partir del registro y cumplimiento de los criterios de comercio justo para pequeños productores de FLO (Fair Trade Trade Labelling Organization), que tiene auditorias sociales con componentes ambientales, las OECAs logran beneficiarse de las condiciones que el comercio justo ofrece para las relaciones comerciales.

Las ventajas mas destacadas para los pequeños productores son: lograr un precio mínimo, que cubra sus costos de producción, una prima de comercio justo que permita inversiones en la mejora de la productividad del café y el pre-financiamiento que puede llegar hasta el 60% del valor del contrato.

Todas las OECAs evaluadas en el presente estudio, cumplen con los criterios de comercio justo para pequeños productores, y cuentan con la certificación de FLO - Fair Trade Trade Labelling Organization (Cuadro 3).

Cuadro 3. Numero de identificación de las OECAs en FLO.

<b>ORGANIZACION</b>	<b>FLO ID</b>
Coop. Alto Sajama	850
Coop. Antofagasta	833
ASOCAFE	867
CELCCAR	906
CENAPROC	866
CIANA	868
COAINE	875
Coraca Carrasco	865
Coop. Mejillones	929
Unión PROAGRO	2366

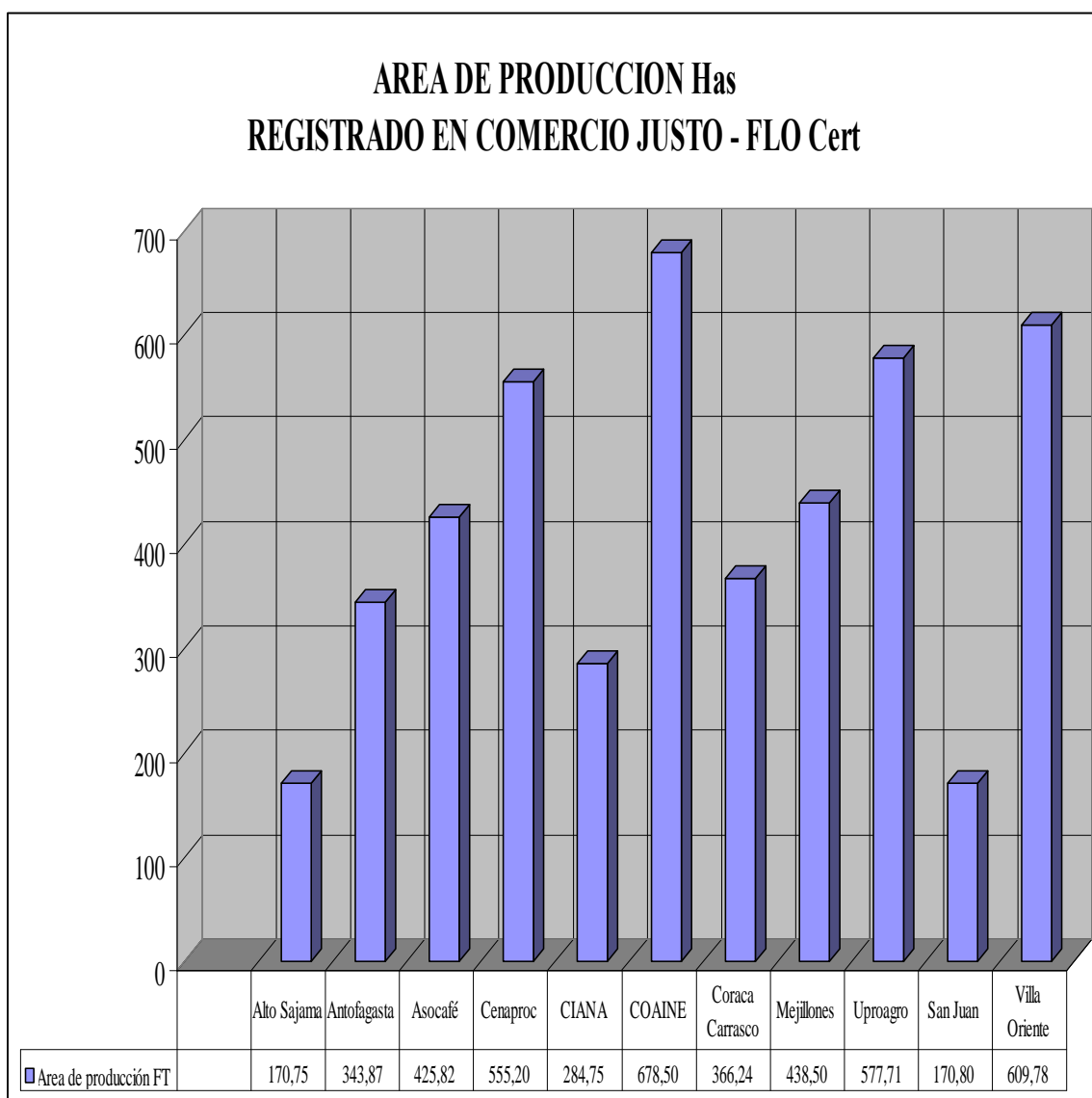


Coop. San Juan	899
VILLA ORIENTE	874

Fuente: Elaboración propia con datos del Diagnostico Organizacional Rapido Proyecto FORCAFE ACRA/CICDA 2003

#### 4.7.1. Área de producción estimada de Comercio Justo - FLO.

COAINE, Coop. Villa Oriente, Unión PROAGRO y CENAPROC, tienen las mayores áreas de producción registradas (Grafico 24).

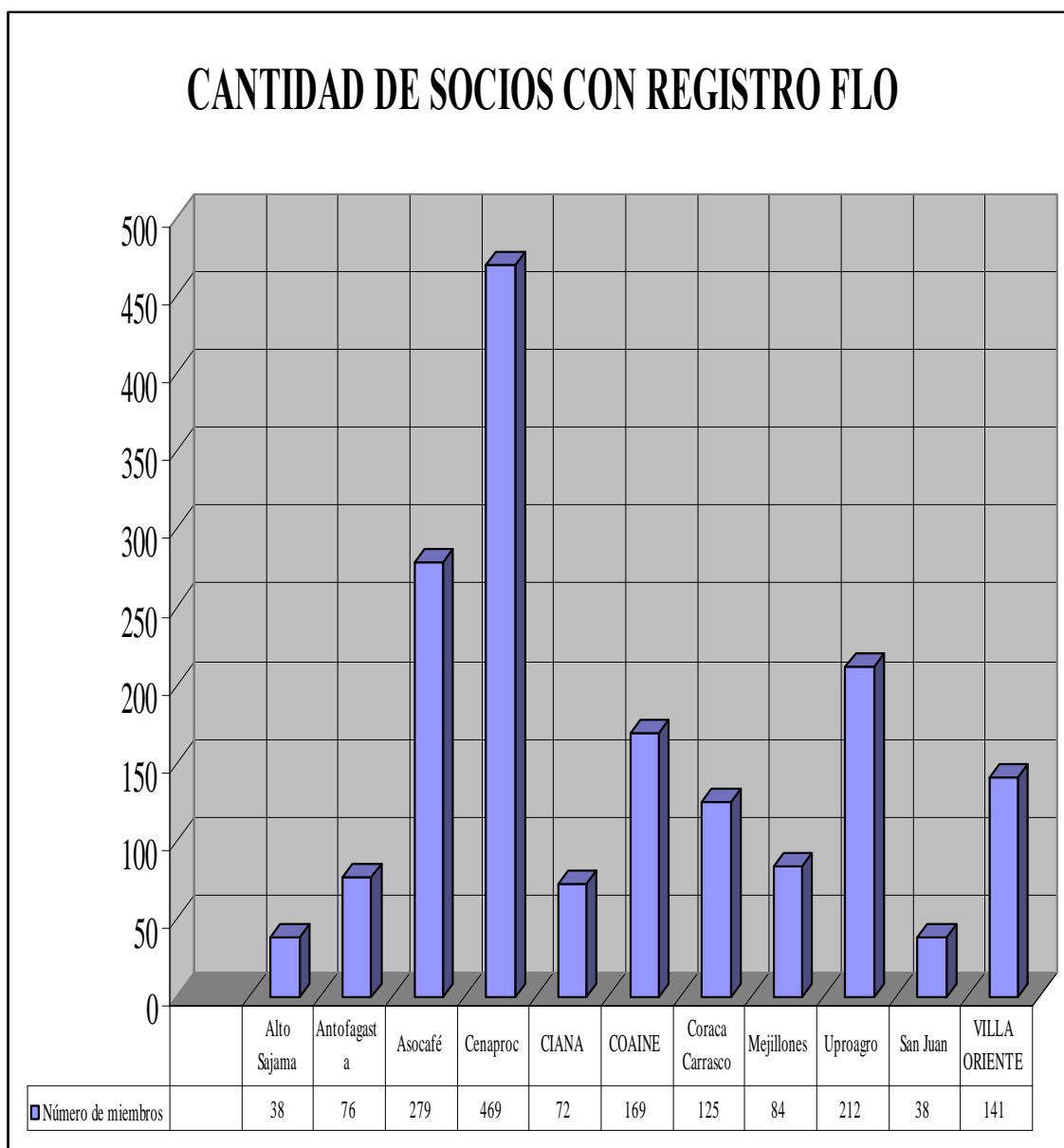


Fuente: Elaboración propia con datos del Diagnostico Organizacional Rápido Proyecto FORCAFE.

Grafico 24. Área de producción registrada en condiciones de comercio justo.

#### 4.7.2. Socios registrados en Comercio Justo – FLO.

La cantidad de socios con registro de comercio justo es variable, según el tamaño de las OECAs (Grafico 25).

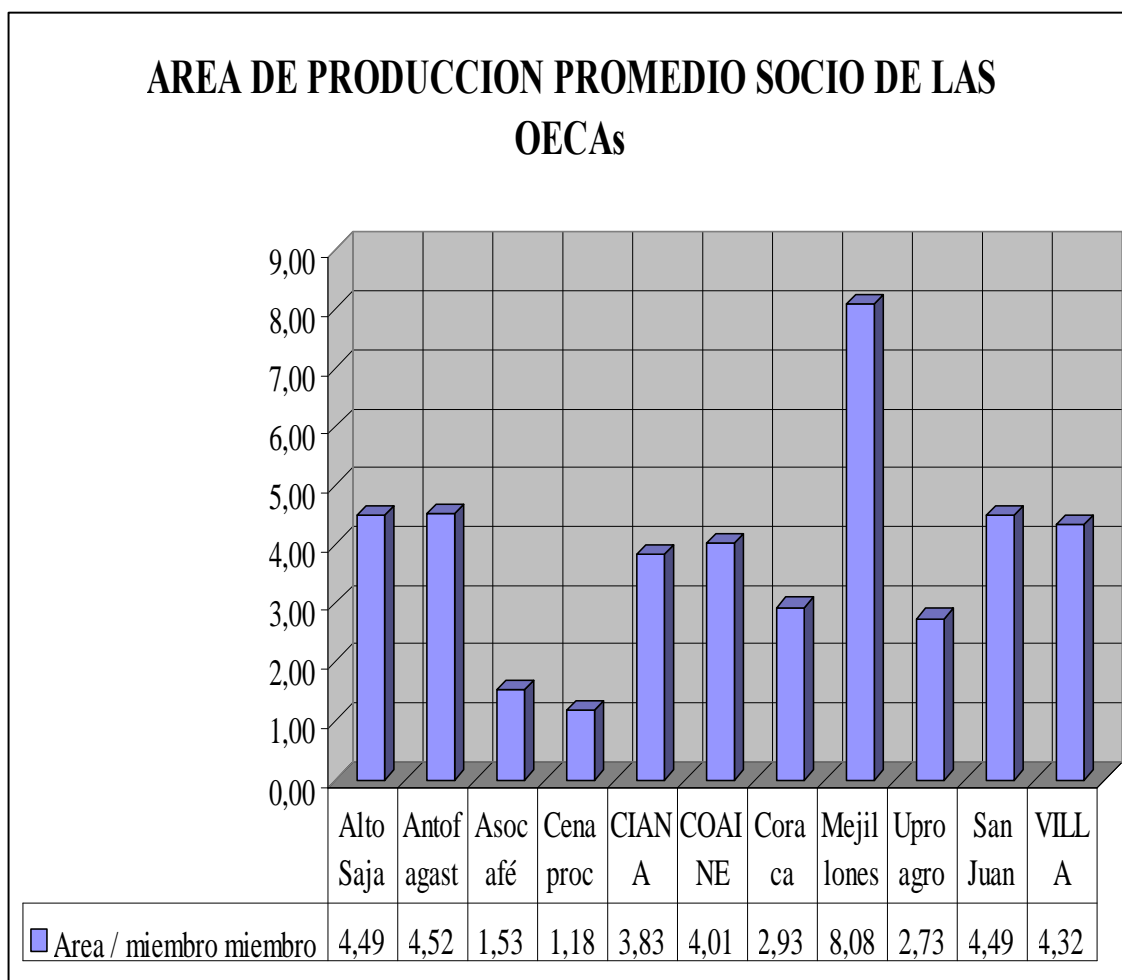


Fuente: Elaboración propia con datos del Diagnostico Organizacional Rápido Proyecto FORCAFE.

Grafico 25. Cantidad de socios de las OECAs con registro FLO.

#### 4.7.3. Área de producción promedio por socio.

El área de producción de cafetales, por socio es variable, van desde 1,18 Has hasta las 8,08 hectáreas en promedio por cada organización cafetalera (Grafico 26).



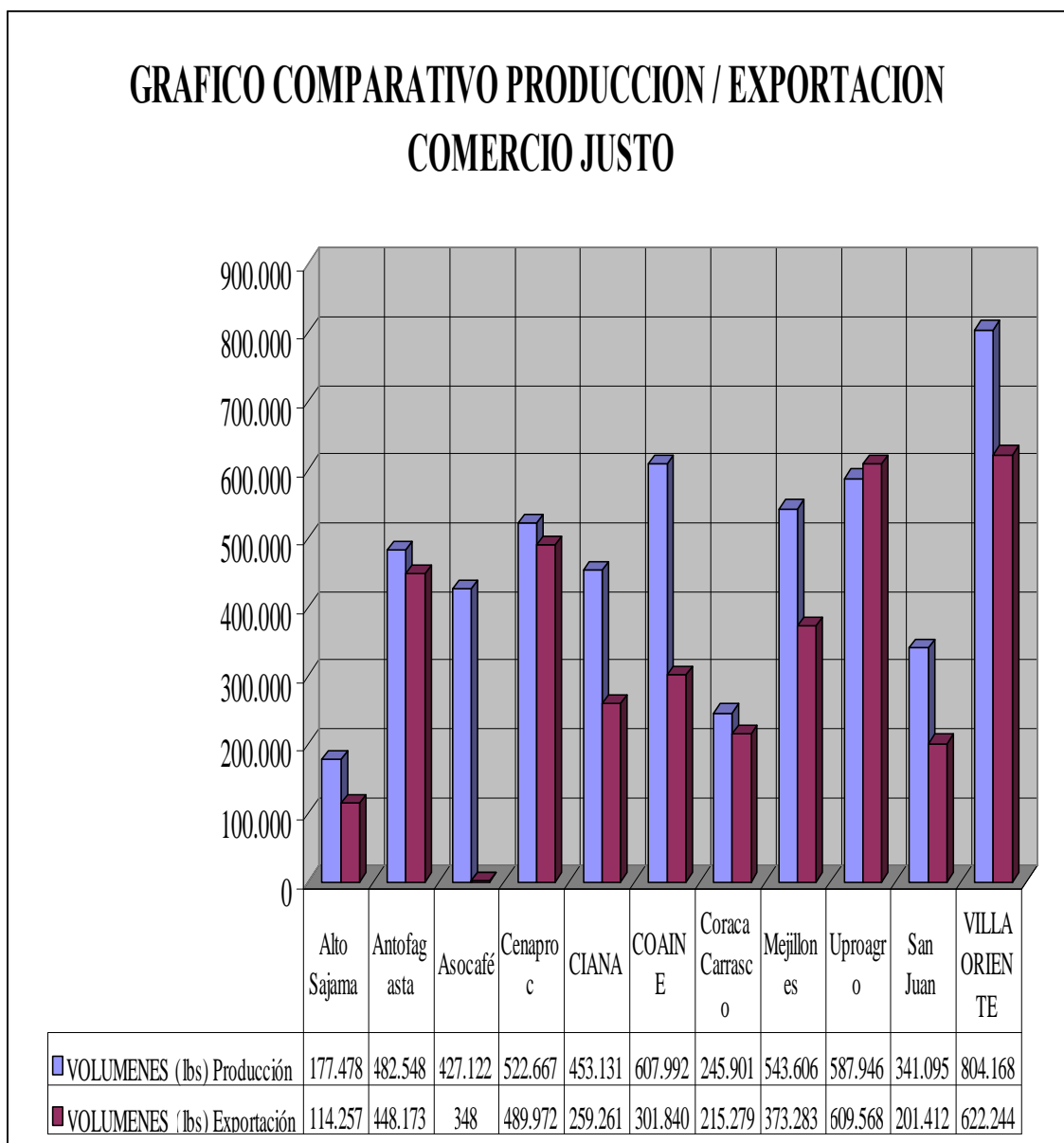
Fuente: Elaboración propia con datos del Diagnostico Organizacional Rapido Proyecto FORCAFE.

Grafico 26. Área de producción promedio por socio en cada OECA Cafetalera.

#### 4.7.4. Análisis comparativo de producción y exportación a Comercio Justo.

En promedio las OECAs analizadas exportan el 72% del volumen total de producción en condiciones de Comercio Justo, las OECAs con mayores exportaciones en estas condiciones son la Cooperativa Villa Oriente, Cooperativa Mejillones, Asociación

PROAGRO, Cooperativa Antofagasta, Cooperativa Alto Sajama y CENAPROC; seguidas en proporción por la Asociación ASOCAFE, Central de Cooperativas CELCCAR, Asociación Cooperativa CIANA, Cooperativa COAINE, CORACA Carrasco y la Cooperativa San Juan, con una clara tendencia a incrementar sus volúmenes de exportación en este nicho de mercado. (Grafico 27)



Fuente: Elaboración propia con datos del Diagnostico Organizacional Rapido Proyecto FORCAFE.

Grafico 27. Producción y exportación en condiciones de comercio justo.

#### 4.8. Servicios financieros

Los socios de la FECAFEB, lograron crear una entidad autónoma encargada de desarrollar estrategias que permitan servicios financieros oportunos, sostenibles y adecuados a las condiciones de las familias y de las organizaciones de pequeños productores, hasta la gestión 2005 la situación respecto a los productos de crédito y el abanico de posibilidades al alcance de los cafetaleros y sus organizaciones, contribuyo en la estrategia del sector para los logros alcanzados (Cuadro 4).

Cuadro 4. Ficha técnica productos de crédito Yungas - Bolivia

PRODUCTO (Entidad Financiera)	ASOCIATIVO (ANED y FADES)	INDIVIDUAL (FADES)	GRUPAL SOLIDARIO (FADES)
Prestatario	Organización económica campesina	Una persona	3-7 Personas
Destino	Acopio y exportación de café	Libre disponibilidad	Libre disponibilidad
Tasa Anual (Us\$)	14-16%	22-24%	22-24%
Plazo	8 meses hasta 36 con línea de crédito	3 meses hasta 24 meses	3 meses hasta 24 meses
Plan de Pagos	K mas I al final del plazo o I cada 3 meses y K al final	I cada mes y K cada mes a partir del 2º hasta el 6º según flujos de caja	I cada mes y K cada mes a partir del 2º hasta el 6º según flujos de caja
Rango Capital Prestado (Us\$)	Min: 15.000 Max: 60.000	Min. : 200 Max.: 3.000	Min.: 200 Max.: 700
Garantía	Hipotec. Prendaria Deposito FINCAFE Warrant (experimentación)	Prendaria del titulo de lote, Garante, hipotecaria	Solidaria, Prendaria del titulo de lote, Garante

Fuente: Proyecto FORCAFE ACRA/CICDA 2001-2003

## V. SECCIÓN CONCLUSIVA

El cultivo de café, se produce básicamente en el amplio cinturón tropical y subtropical alrededor del ecuador. El cultivo y comercialización de este producto en Bolivia, tiene como principal productor al departamento de La Paz, específicamente en la región de los Yungas, donde alrededor de 21,000 familias (más de la mitad de las familias de la región) producen el 95% de la producción nacional de café.

Los productores cafetaleros, socios de las organizaciones afiliadas a la FECAFEB, producen de modo sostenible un café de alta calidad y un café orgánico certificado que representa aproximadamente el 15% de la producción nacional con un sistema eficiente de control interno (alrededor de 80 productores-inspectores internos); cumpliendo normas internacionales de producción orgánica, Reglamento (CEE) N° 2092/91, el NOP/USDA (Programa Orgánico Nacional del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos por sus siglas en inglés), y el JAS (Japanese Agricultural Standard), a partir de normas elaboradas por el IFOAM (Movimiento de agricultura ecológica mundial).

La producción de café orgánico disminuye impactos ambientales negativos, está compuesto por plantaciones de arbustos de cultivos de sombra en combinación con árboles forestales en sistemas agroforestales. Estos esquemas brindan beneficios ambientales en el agua y suelo. El tipo de raíz y la cobertura vegetal de la planta cafetalera favorecen la infiltración del agua de la lluvia que se escurrirán sin esa cobertura vegetal, permitiendo que con el uso manejo y conservación de recursos naturales, estos estén disponibles para las nuevas generaciones.

La FECAFEB en concertación con sus organizaciones afiliadas, logra una producción sostenible económica e institucionalmente con un servicio de comercialización y promoción eficiente del café de sus socios.

La FECAFEB impulso la implementación de un sistema de organización de la oferta (zonificación de la producción, planificación de la oferta de volúmenes y calidades) que permite la negociación directa de las OECAs cafetaleras.

Es destacable el crecimiento de las exportaciones bolivianas de café al mercado de comercio justo y orgánico, y en menor medida, aunque no menos importante, a mercados gourmet de café especial de altura. Esta situación permite una mayor sostenibilidad en la medida en que reduce el riesgo asociado a la volatilidad de los precios internacionales del café tradicional.

El logro de algunos objetivos, fue un trabajo coordinado de la FECAFEB con apoyo del proyecto FORCAFE, y diversas organizaciones, capacitando a responsables de las organizaciones, mediante cursos y seminarios sobre los temas de gestión empresarial, administración, comercialización, servicios financieros y políticas cafetaleras.

Las organizaciones han iniciado un proceso de capitalización (con la constitución del fondo cafetalero FINCAFE), que permite colocar fondos en instituciones financieras en acuerdos de apalancamiento de recursos e investigación de tecnología financiera adecuada a la realidad de OECAs cafetaleras y pequeños productores.

La estrategia de FINCAFE en el tema de Servicios financieros oportunos, sostenibles y adecuados a las condiciones de las familias y de las organizaciones de pequeños productores, logro negociar el aporte de una institución financiera por lo menos el mismo monto invertido. Se espera que el sistema financiero en el futuro permitirá brindar créditos individuales para costos de operación, créditos individuales para inversión de, créditos asociativos para costos de operación comercial anual, créditos asociativos para inversión.

El éxito comercial, logra el apoyo de los gobiernos municipales y actores del desarrollo (ONGs, cooperación internacional) para mejorar la infraestructura productiva desarrollada y requerida por las OECAs.

Las organizaciones juegan un papel importante en el desarrollo económico local, participando en la elaboración de los Planes de Desarrollo Municipal y Planes Operativos de Acción de Municipios en el marco de la Ley de Participación Popular y llevando a cabo estrategias de desarrollo del sector y de diversificación.

En coordinación con distintas organizaciones e instituciones nacionales e internacionales, la FECAFEB es reconocida como actor imprescindible del sector cafetalero y participa en distintos procesos nacionales e internacionales de deliberación y elaboración de políticas sectoriales.

## **VI. BIBLIOGRAFIA**

FECAFEB, Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia. 2010. Plan de desarrollo cafetalero 2010 -2015. pp. Pp. 2 - 65

FECAFEB, Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia. Manual de calidad de café para familias cafetaleras de FECAFEB. Texto Helmut Jacob/J. Carlos Moscoso. Pp 5-195.

CICDA France – ACRA Italia. 2000. “Proyecto de fortalecimiento de las Organizaciones Económicas Campesinas de los Yungas de La Paz” – FORCAFE YUNGAS. Pp. 2-67.

COTERA FRETTEL, Alfonso. 2009. Comercio Justo Sur-Sur. Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones. Problemas y potencialidades para el comercio justo en Bolivia. Pp. 37-70.



EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION EFTA. 2001. Anuario EFTA. El desafío del Comercio Justo 2001-2003. Café: El juguete de los especuladores pp. 60 – 71.

OXFAM, 2002. Pobreza en tu taza “La verdad sobre el negocio del café”. 1. La crisis del café. 2 Las raíces de la crisis. 3. Mercados especiales ¿una vía de escape? No para todos. pp. 4 – 49.

PAUL KATZEFF, CEO. 2001. El manifiesto de los catadores de café. No solo una Taza, sino una Taza justa. Pp. 11-15

PNUD Bolivia. 2007El Estado del Estado en Bolivia. Informe Nacional sobre Desarrollo Humano 2007. El estado del Estado en Bolivia. 389 - 393

PNUD Bolivia, 2008. . Informe temático sobre Desarrollo Humano. La otra frontera. Usos Alternativos de recursos naturales en Bolivia. Pp. 302-333

## ANEXO 1. Base de datos

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES 20 PRODUCTOS - GESTION 2001

No	PRODUCTOS	ENE-DIC 2001	ENE-DIC 2001
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	ARTICULOS DE JOYERIA EN ORO	8726,59	40041360,11
2	LAS DEMAS MANUFACTURAS DE METAL PRECIOSO	180899,18	10289051,39
3	NUECES DEL BRASIL	4794393,01	9162419,68
4	CAMISAS DE PUNTO DE ALGODON PARA HOMBRES	716362,80	9136655,60
5	CAFE SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR EN GRANO	4118670,00	5702363,89
6	PUERTAS SUS MARCOS/BASTIDORES/UMBRALES D/MADERA	2024332,00	5004711,24
7	SUETERES Y SIMILARES D/PUNTO DE LANA O PELO FINO	878173,54	3983765,76
8	T SHIRTS Y CAMISETAS DE PUNTO DE ALGODON	293317,33	3837533,44
9	SILLAS DE MADERA	275970,94	3771657,11
10	SUETERES, CHALECOS Y SIMILARES D/ALGODON-D/PUNTO	252487,46	3681642,34
11	MADERA CEDRO SIMPLEMENTE ASERRADA	3821993,79	3553116,98
12	BORATO DE SODIO NATURALES (ULEXITA)	4988189,00	3325446,40
13	MADERA MARA, CAOBA SIMPLEMENTE ASERRADA, Balsa.	1515448,33	2216775,53
14	LOS DEMAS, AZUCAR DE CAÑA O REMOLACHA EN BRUTO	5923986,00	2084032,26
15	MADERA SWIETENIA VIROLA MAHOGANY SIMPL ASERR	1439438,07	1973179,40
16	CERVEZA	2263704,88	1937129,75
17	QUINUA ORGANICA A GRANEL	1205139,55	1395524,65
18	CIGARRILLOS C/TABACO RUBIO	248830,00	1395317,88
19	FIBRA DE ALPACA DESCERDADA PEINADA A TOP	215976,10	1260441,32
20	CUEROS VACUNOS EN ESTADO WET BLUE	302756,00	1215040,01

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS - GESTION 2001

No	EMPRESAS	ENE-DIC 2001	ENE-DIC 2001
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	ORBOL S.A.	3551,88	19112998,18
2	EXPORTADORES BOLIVIANOS SRL.	4818,00	16751138,41
3	AMETEX S.A.	1197467,50	15016921,35
4	ARGOSUR	180899,18	10289051,39
5	UNITED FURNITURE IND BOLIVIA	471002,00	5149115,13
6	MABET S.A.	1445414,00	4517521,40
7	TAHUAMANU S.A.	2049310,01	4067715,40
8	CHRISTIE'S JEWELLERS S.R.L.	730,59	4013440,70
9	BOSITEXPO S.R.L.	9085807,90	2907327,93
10	COPLA LTDA.	2517364,00	2276227,60
23	CENTRAL AGR.IND.COOP.EL CEIBO LTDA	296396,00	917087,50
38	ASOCIACION NAL.PROD.QUINUA(ANAPQUI)	397069,50	521387,40
43	ECOGREZ	338200,00	471391,00
46	SOC.AGROP.IND.Y TEC. SAITE SRL.	335750,00	440133,33
47	ANDITRADE LTDA.	320520,00	427857,61
71	CARANAVI LTDA. CELCCAR	174900,00	267531,76
72	COOP. AGRICOLA VILLA ORIENTE	153800,00	263718,70
74	COOP.AGROP.COMERC.ALTO SAJAMA LTDA.	108476,00	244401,43
79	CORP. AGROP. CAMP. "CORACA R.I."	76960,00	227243,70
82	COAINE LTDA.	196000,00	214556,30
92	ASOC.CAFETALERA TAIPI PLAYA ASOCAFE	126800,00	184457,14
96	COOP. INTEGRAL AGRICOLA NUEVA ALIANZA LTDA	78040,00	170261,80
98	CENTRAL DE ASOC. DE PRODUCTORES DE CAFE	78320,00	164681,60
100	SOC.IND.CAFETALERA SOINCA LTDA.	169500,00	163762,11
103	CORACA CARRASCO	91100,00	155738,40
116	COOPERATIVA AGROP. MEJILLONES LTDA.	78600,00	108787,30
117	COOP.AGROPECUARIA PACAJES	97500,00	107835,00
119	COOPERATIVA AGROP.ANTOFAGASTA	34500,00	105722,58
140	COOPERATIVA AGRICOLA CAFETALERA SAN JUAN	39200,00	74356,40
154	ASOCIACION DE CAFECULTORES TAIPLAYA	19600,00	60062,70
155	COOP. AGRICOLA CAFETALERA SAN JUAN	19600,00	60062,70
166	CENCOOP COROICO	19600,00	53580,40

168	COOP. AGRICOLA INTEGRAL CAMPESINA	16250,00	48050,00
169	PRO AGRO	44660,00	47795,76
171	AIPAC AB	36120,00	46710,38
173	CENT. COOP. CAFETALERA "NOR YUNGAS"	39200,00	45094,20
176	CENTRAL COOP. AGROPECUARIAS -TIERRA	40008,75	43611,96
185	ANPROCA	37660,00	38547,60
191	COOP. AGROPECUARIA INTEGRAL ALTO LIMA	32600,00	36301,00

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES 20 PRODUCTOS - GESTION 2002

No	PRODUCTOS	ENE-DIC 2002 VOLUMEN (Kg)	ENE-DIC 2002 VALOR (\$US)
1	ARTICULOS DE JOYERIA EN ORO	9162,55	57099018,35
2	CAMISAS DE PUNTO DE ALGODON PARA HOMBRES	556883,00	7035514,74
3	NUECES DEL BRASIL	2830368,00	6193419,98
4	CAFE SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR EN GRANO	4345224,00	5973829,53
5	PUERTAS SUS MARCOS/BASTIDORES/UMBRALES D/MADERA	2134503,00	5957517,75
6	T SHIRTS Y CAMISETAS DE PUNTO DE ALGODON	414259,00	5814928,44
7	MADERA SWIETENIA VIOLA MAHOGANY SIMPL ASERR	2491300,69	3492717,87
8	CARDIGANS CHOMPAS JACKETS DE LANA DE ALPACA	94270,90	3280953,75
9	AZUCAR BLANCA REFINADA	2540930,00	3214550,38
10	BORATO DE SODIO NATURALES (ULEXITA)	10386853,00	2626196,20
11	SILLAS DE MADERA	191132,00	2079874,45
12	PARTES DE MADERA PARA MUEBLES	505674,00	1860917,51
13	SUETERES, CHALECOS Y SIMILARES D/ALGODON-D/PUNTO	97820,00	1578679,18
14	MUEBLES DE MADERA EN GENERAL	218631,00	1475433,32
15	CERVEZA	2274636,00	1375754,19
16	FIBRA DE ALPACA DESCERDADA PEINADA A TOP	241900,30	1353658,36
17	CIGARRILLOS C/TABACO RUBIO	238162,00	1298972,50
18	LAS DEMAS MADERAS TROPICALES SIMPL ASERRADAS	1420274,00	1280564,21
19	QUINUA ORGANICA A GRANEL	1137164,00	1274725,62
20	CAMISAS BLUSAS DE PUNTO P/MUJERES O NIÑAS	62354,29	1127832,82

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS - GESTION 2002

No	EMPRESAS	ENE-DIC 2002 VOLUMEN (Kg)	ENE-DIC 2002 VALOR (\$US)
1	ORBOL S.A.	4769,66	28247647,68
2	EXPORTADORES BOLIVIANOS SRL.	4226,85	27276481,00
3	AMETEX S.A.	997170,29	13385004,70
4	UNITED FURNITURE IND BOLIVIA	994092,00	5479453,59
5	MABET S.A.	2008491,00	5368069,46
6	TAHUAMANU S.A.	1878943,00	3918217,08
7	IGOR ANTONIO IVANOVIC MUSTO	604700,00	2618806,38
8	ECO TIMBER IMPORT EXPORT	2326254,00	2498199,96
9	SOCIEDAD INDUSTRIAL TIERRA S.A.	2965446,00	1954249,92
10	KARIM IMPORT&EXPORT	328,15	1778522,27
23	CENTRAL AGR.IND.COOP.EL CEIBO LTDA	344020,00	1070674,36
36	ASOCIACION NAL.PROD.QUINUA(ANAPQUI)	452156,00	544715,50
38	COOP. AGRICOLA VILLA ORIENTE	215000,00	527250,30
44	SOC.IND.CAFETALERA SOINCA LTDA.	512350,00	467539,11
61	CORP. AGROP. CAMP. "CORACA R.I."	93600,00	282990,85
62	COOP.AGROP.COMERC.ALTO SAJAMA LTDA.	86250,00	265827,56
72	CENT. COOP. CAFETALERA "NOR YUNGAS"	78400,00	194046,00
76	COAINE LTDA.	129230,00	173822,64
77	COOP. INTEGRAL AGRICOLA NUEVA ALIANZA LTDA	76960,00	168159,90
79	CARANAVI LTDA. CELCCAR	109200,00	156734,17
80	ASOC.CAFETALERA TAIPI PLAYA ASOCAFE	103250,00	150487,40
84	ANPROCA	155454,00	136301,20
85	ASOC DE PROD DE CAFE	96410,00	135254,00
93	CORACA CARRASCO	78400,00	116014,28
94	COOPERATIVA AGROP.ANTOFAGASTA	31574,00	112917,78

96	COOP. AGRICOLA CAFETALERA SAN JUAN	57200,00	111958,60
100	COOPERATIVA AGROP. MEJILLONES LTDA.	56700,00	107248,80
106	CENTRAL DE ASOC. DE PRODUCTORES DE CAFE	58100,00	99852,20
108	COOP. AGROPECUARIA INTEGRAL ALTO LIMA	78400,00	85051,64
120	CAFEDEX CUENTAS S.R.L.	78400,00	64288,00
133	ASOC DE PROD AGROP. ECO CAFE	39200,00	46318,72
137	ALTO LIMA	39200,00	42826,00

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES 20 PRODUCTOS - GESTION 2003

No	PRODUCTOS	ENE-DIC 2003 VOLUMEN (Kg)	ENE-DIC 2003 VALOR (\$US)
1	- - De los demas metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso	8780,60	52664501,76
2	- De algodón ["t-shirts" y camisetas interiores, de punto]	598866,50	13851679,26
3	- De algodón [camisas de punto, para hombres o niños]	472298,74	11652153,28
4	- - Sin cascara [nueces del brasil]	3573943,00	8514130,43
5	- - Sin descafeinar [café sin tostar]	4356830,00	6206625,30
6	- Puertas y sus marcos, contramarcos y umbrales [de madera]	2050352,86	5762943,79
7	Acido bórico	11697801,08	4065018,62
8	- - Virola, mahogany (swietenia spp.), imbuia y balsa	2910691,37	3290336,04
9	- - De lana	6904965,63	3690009,37
10	- - Los demas [asientos, con armazón de madera]	446994,00	3659125,84
11	- - Las demas [de las maderas tropicales citadas en la nota de subpartida 1 de este	3930943,00	3616762,60
12	- - De fibras sintéticas [pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos	146829,00	2342003,84
13	- - De equino sin la flor, precurtido vegetal y de bovino o equino con una superf	752986,58	2310261,45
14	- Boratos de sodio naturales y sus concentrados (incluso calcinados)	19434350,00	2064549,80
15	Cerveza de malta	3193095,40	1955900,39
16	- Los demas [boratos naturales y sus concentrados (incluso calcinados), excepto	29666205,00	1753841,08
17	- Partes	455201,50	1747446,52
18	- - Quinoa (chenopodium quinoa)	1405126,55	1486483,06
19	- De algodón [sueteres (jerseys), "pullovers", cardigans, chalecos y artículo	81743,78	1432650,06
20	- - Las demas [madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada,	2165435,90	1395033,51

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS - GESTION 2003

No	EMPRESAS	ENE-DIC 2003 VOLUMEN (Kg)	ENE-DIC 2003 VALOR (\$US)
1	EXPORTADORES BOLIVIANOS SRL.	5417,12	29397901,37
2	AMERICA TEXTIL S.A. AMETEX S.A.	1190430,96	27042117,72
3	ORBOL S.A.	3227,55	21973886,55
4	TAHUAMANU S.A.	2599864,00	6129863,57
5	UNITED FURNITURE IND.BOLIVIA S.A.	972334,50	5906226,09
6	MABET S.A.	2097809,36	5850582,41
7	SOCIEDAD INDUSTRIAL TIERRA	12973401,08	4099459,92
8	MAQUIBOL LTDA.	215278,80	3213056,81
9	IMPORT EXPORT COPLA LTDA.	20948350,00	2502336,52
10	SOC. AGRICOLA BLACUTT HERMANOS SRL	1056000,00	2435483,84
21	CENT. DE COOP.AGROP. EL CEIBO LTDA.	377436,72	1204430,44
29	ANAPQUI	665337,60	788573,41
49	COOP. AGRIC. VILLA ORIENTE LTDA.	176400,00	371539,50
51	CORACA-RI	133630,00	348605,73
54	CENT. DE ASOC.PRODUCTORES DE CAFE	145800,00	338557,40
58	COOP.AGROP.COMERC.ALTO SAJAMA LTDA.	103500,00	321731,22
68	COOP. AGROP. MEJILLONES LTDA.	139400,00	248085,20
76	COOP.AGRIC.CAFETALERA S.JUAN LTDA	95650,00	215661,50
77	ASO.CAFICULTORES TAIPIPLAYA ASOCAFE	120050,00	212095,10

80	COAINE	149340,00	188982,43
81	COOP. INT. AGRIC.NUEVA ALIANZA LTDA	81690,00	184785,27
85	COOP.INTEG.AGROP.ANTOFAGASTA LTDA.	57960,00	180169,50
90	COOP. AGROP. INTEG. ALTO LIMA LTDA	138600,00	152586,80
97	CELCCAR LTDA.	74900,00	116141,07
107	CENT. COOP.CAFETAL.NOR YUNGAS LTDA	40600,00	82701,90
108	ASOC.INT. DE PRODUC. AGROP.ALTOBENI	56700,00	78807,50
116	APROCAFE	33950,00	57909,91
136	ASOC.CENTRAL COMUNIDADES PROD.CAFE	58800,00	34888,00

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES 20 PRODUCTOS – GESTION 2004

No	PRODUCTOS	ENE-DIC 2004	ENE-DIC 2004
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	Joyeria de oro	8321,71	61674371,12
2	- De algodón [camisas de punto, para hombres o niños]	866959,47	20339878,75
3	- - Sin cascara [nueces del brasil]	2848612,00	10478520,71
4	Cafe sin tostar sin descafeinar	5346763,00	9127448,91
5	- Puertas y sus marcos, contramarcos y umbrales [de madera]	2657872,93	6662465,49
6	- De algodón [""t-shirts"" y camisetas interiores, de punto]	275615,30	6480777,20
7	- De algodón [camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas]	165354,50	4773802,12
8	Acido bórico	11961577,84	4335611,08
9	- - Los demás [asientos, con armazón de madera]	678520,64	3445841,84
10	- - Las demás [de las maderas tropicales citadas en la nota de subpartida 1 de este	3599852,31	3425468,07
11	- - Virola, mahogany (swietenia spp.), imbuia y balsa	2438851,04	3143893,71
12	- - De algodón [pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (cal	367128,74	3050112,70
13	- - Las demás [madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada,	5496942,99	2805357,22
14	Sueteres y pulovers de lana	69819,10	2775989,78
15	- Los demás [boratos naturales y sus concentrados (incluso calcinados), excepto	53100638,00	2602743,08
16	- - Quinoa (chenopodium quinoa)	2220996,09	2423591,46
17	Cerveza de malta	3069784,28	1819336,48
18	- - Los demás jarabes	10744083,00	1813442,30
19	- - De equino sin la flor, precurtido vegetal y de bovino o equino con una superf	688694,00	1799839,33
20	- - De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaque)	1932,15	1597003,85

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS - GESTION 2004

No	EMPRESAS	ENE-DIC 2004	ENE-DIC 2004
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	EXPORTADORES BOLIVIANOS SRL.	7376,02	39531917,55
2	AMERICA TEXTIL S.A.	1399604,01	32571775,29
3	ORBOL S.A.	3487,66	22748620,60
4	TAHUAMANU S.A.	2439346,00	8800166,82
5	MABET S.A.	3210381,47	6907806,08
6	UNITED FURNITURE IND.BOLIVIA S.A.	1518652,63	6194536,95
7	SOCIEDAD INDUSTRIAL TIERRA	11961577,84	4335611,08
8	MAQUIBOL LTDA.	393502,00	4064979,83
9	IMPORT EXPORT COPLA LTDA.	37993512,98	3017937,05
10	ECOTIMBER IMPORT EXPORT	2851184,09	2423976,89
21	CENT. DE COOP.AGROP. EL CEIBO LTDA.	442878,20	1326935,99
27	ANAPQUI	843914,80	1022845,65
32	COOP. AGRIC. VILLA ORIENTE LTDA.	294000,00	824921,90
45	CORACA-RI	172060,00	495475,64
47	CENT. DE ASOC.PRODUCTORES DE CAFE	161000,00	470259,96
50	COOP.AGROP.COMERC.ALTO SAJAMA LTDA.	138000,00	428974,96
54	COOP. INT. AGRIC.NUEVA ALIANZA LTDA	159740,00	386961,61

59	ASO.CAFICULTORES TAIPIPLAYA ASOCAFE	184450,00	355413,35
60	COAINE	160430,00	347691,82
79	COOP. AGROP. MEJILLONES LTDA.	174050,00	235408,03
89	AECAR ASOC.ECOLO.DE CAFICULTORES RO	89250,00	198120,52
94	CENT. COOP.CAFETAL.NOR YUNGAS LTDA	78400,00	171113,92
96	COOP.INTEG.AGROP.ANTOFAGASTA LTDA.	51750,00	160865,61
97	COOP.AGRIC.CAFETALERA S.JUAN LTDA	51750,00	160863,51
103	ASOC.INT. DE PRODUC. AGROP.ALTOBENI	98000,00	137262,80
114	COOP. AGROP. INTEG. ALTO LIMA LTDA	78400,00	105887,04
117	UNION PRO AGRO	64800,00	99154,00
135	A.I.P.E.P. ASOC.INT.DE PROD.ECO. DE	39200,00	65680,00
139	CORPUS CRISTHY ILLAMPU LTDA	39200,00	56448,00
162	APROCAFE	16450,00	31551,42

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES 20 PRODUCTOS - GESTION 2005

No	PRODUCTOS	ENE-DIC 2005	ENE-DIC 2005
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	JOYERIA EN ORO	7943,41	63217019,10
2	CASTAÑA SIN CASCARA	2897945,17	14332478,37
3	CAMISAS DE ALGODÓN DE PUNTO PARA HOMBRES	750086,44	14008963,68
4	CAFE SIN TOSTAR EN GRANO	5299084,00	11189894,65
5	T SHIRT Y CAMISETAS INTERIORES DE PUNTO DE ALGODÓN	505571,76	10476156,21
6	CAMISAS DE ALGODON DE PUNTO PARA MUJERES	403674,98	9646320,49
7	PUERTAS Y SUS MARCOS DE MADERA	3639354,00	8067171,11
8	ACIDO BORICO	16237497,64	5731779,00
9	SUETERES CARDIGAN DE LANA O PELO FINO DE PUNTO	72141,84	3222210,72
10	DEMÁS BORATOS DE SODIO NATURALES Y SUS CONCE	50028579,11	3065276,47
11	LAS DEMAS MANUFACTURAS DE ESTAÑO	927300,02	2826380,04
12	SILLAS DE MADERA	1078069,37	2806465,68
13	JOYERIA EN PLATA	2175,64	2356764,55
14	CERVEZA	3265741,76	2164390,65
15	CUERO VACUNO CURTIDO AL ESTADO WET BLUE	735662,98	2067309,86
16	ENRROLLADOS (TOPS) DE ALPACA O LLAMA	249873,09	2031380,28
17	TABLILLAS Y PISO PARKET DE MADERA NO CONIFERA	3576984,99	1821399,36
18	CHATARRA PESADA	23206174,00	1783720,57
19	CUERO BOVINO CURTIDO AL ESTADO WET BLUE	871436,84	1698867,39
20	LAS DEMAS MADERAS ASERRADAS	3684310,59	1496425,45

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS - GESTION 2005

No	EMPRESAS	ENE-DIC 2005	ENE-DIC 2005
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	EXPORTADORES BOLIVIANOS SRL.	8538,72	41514315,58
2	AMERICA TEXTIL S.A.	1703049,23	35061293,81
3	ORBOL S.A.	3308,07	23668838,11
4	TAHUAMANU S.A.	2878945,17	14253538,37
5	MABET S.A.	6251707,35	9131252,58
6	SOCIEDAD INDUSTRIAL TIERRA	16237497,64	5731779,00
7	IMPORT EXPORT COPLA LTDA.	66272675,54	4443457,92
8	BERA DE BOLIVIA (ALEACIONES) S.A.	1236709,58	3668237,04
9	ALTIFIBERS S.A.	535865,58	2696950,27
10	BOSITEXPO SRL.	1926434,85	2436658,73
17	CENT. DE COOP.AGROP. EL CEIBO LTDA.	539678,35	1396882,31
26	COOP. AGRIC. VILLA ORIENTE LTDA.	333200,00	896253,39
36	UNION PRO AGRO	300830,00	579257,01
38	ASOCIACION INTEGRAL DE PRODUCTORES	337540,00	492156,18
41	ASO.CAFICULTORES TAIPIPLAYA ASOCAFE	195300,00	445510,15
42	COOP.AGROP.COMERC.ALTO SAJAMA LTDA.	140600,00	429634,33
44	CENT. DE ASOC.PRODUCTORES DE CAFE	128800,00	385291,37
45	COOP.INTEG.AGROP.ANTOFAGASTA LTDA.	193232,00	380127,29
48	COOP. AGROP. MEJILLONES LTDA.	178808,00	358640,88

53	CORACA-RI	112210,00	330290,26
59	ANAPQUI	243472,46	317423,05
72	CIAPEC LTDA./COOP. INT. AGRI. DE PR	108500,00	271307,90
74	COAINE	100690,00	268673,05
84	COOP. INT. AGRIC.NUEVA ALIANZA LTDA	81400,00	221839,97
93	COOP.AGRIC.CAFETALERA S.JUAN LTDA	54100,00	167305,63
94	CORPUS CRISTHY ILLAMPU LTDA	78400,00	162390,30
97	CENT. COOP.CAFETAL.NOR YUNGAS LTDA	58800,00	151020,67
99	CORACA C.R.C.	58520,00	146778,96

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES 20 PRODUCTOS - GESTION 2006

No	PRODUCTOS	ENE-DIC 2006	ENE-DIC 2006
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	JOYERIA EN ORO	7156,70	73153112,86
2	CAFE SIN TOSTAR EN GRANO	5334143,50	13418583,05
3	CAMISAS DE ALGODÓN DE PUNTO PARA HOMBRES	625106,95	13305736,35
4	CASTAÑA SIN CASCARA	2962811,85	11763722,24
5	T SHIRT Y CAMISETAS INTERIORES DE PUNTO DE ALGODÓN	493692,22	9090358,59
6	CAMISAS DE ALGODON DE PUNTO PARA MUJERES	334271,45	7874419,23
7	PUERTAS Y SUS MARCOS DE MADERA	2207599,84	5292746,92
8	LAS DEMAS MADERAS ASERRADAS	16924863,98	4350695,87
9	SUETERES CARDIGAN DE LANA O PELO FINO DE PUNTO	68958,84	4155994,86
10	LAS DEMAS MANUFACTURAS DE ESTAÑO	371269,39	3739544,47
11	TORTAS DE SOYA	17611540,00	3709177,28
12	VENTANAS Y PUERTAS VIDRIERA DE MADERA	1265227,13	3492949,37
13	LOS DEMAS MUEBLES DE MADERA	2460016,65	3422919,15
14	CUERO VACUNO CURTIDO AL ESTADO WET BLUE	931225,09	3284918,06
15	TABLILLAS Y PISO PARKET DE MADERA NO CONIFERA	3568945,49	2582705,22
16	SILLAS DE MADERA	862499,52	2547684,61
17	DEMAS BORATOS DE SODIO NATURALES Y SUS CONCE	30015364,00	2505028,97
18	CERVEZA	3997686,80	2457875,44
19	ENROLLADOS (TOPS) DE ALPACA O LLAMA	326079,90	2416014,81
20	CUERO BOVINO CURTIDO AL ESTADO WET BLUE	656775,00	2091937,39

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS - GESTION 2006

No	EMPRESAS	ENE-DIC 2006	ENE-DIC 2006
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	EXPORTADORES BOLIVIANOS SRL.	7926,86	45238994,59
2	AMERICA TEXTIL S.A.	1716394,81	32113505,14
3	ORBOL S.A.	3404,53	29192697,53
4	TAHUAMANU S.A.	2908151,97	11402601,69
5	MABET S.A.	6898366,08	10098879,26
6	CARGILL BOLIVIA S.A.	27721540,00	7178127,28
7	BERA DE BOLIVIA (ALEACIONES) S.A.	481178,00	4552442,98
8	UNITED FURNITURE IND.BOLIVIA S.A.	1749265,74	4522756,62
9	IMPORT EXPORT COPLA LTDA.	47448134,00	4260889,72
10	IND. DEL CUERO BONANZA XXI LTDA.	1249141,00	3634857,66
19	CENT. DE COOP.AGROP. EL CEIBO LTDA.	519112,80	1577242,69
32	COOP. AGRIC. VILLA ORIENTE LTDA.	291900,00	851608,53
37	CIAPEC LTDA./COOP. INT. AGRI. DE PR	257600,00	618780,39
40	CENT. DE ASOC.PRODUCTORES DE CAFE	192500,00	586249,95
41	COOP. AGROP. MEJILLONES LTDA.	192580,00	572598,87
42	ASO.CAFICULTORES TAIPIPLAYA ASOCAFE	196280,00	570371,03
43	UNION PRO AGRO	177900,00	541430,08
48	COOP. INT. AGRIC.NUEVA ALIANZA LTDA	152100,00	448695,85
52	COOP.INTEG.AGROP.ANTOFAGASTA LTDA.	140700,00	437878,72
53	ASOCIACION INTEGRAL DE PRODUCTORES	240800,00	434945,19
54	COAINE	156800,00	431511,66
62	COOP.AGROP.COMERC.ALTO SAJAMA LTDA.	123100,00	380139,22
77	CORPUS CRISTHY ILLAMPU LTDA	98000,00	282905,32

78	CORP.AGROP.CAMP.REG.IRUPANA	96390,00	280910,27
80	COOP.AGRIC.CAFETALERA S.JUAN LTDA	90950,00	265950,93
81	CENT. COOP.CAFETAL.NOR YUNGAS LTDA	97720,00	260225,11
90	CORACA C.R.C.	78120,00	233002,26
91	CELCCAR LTDA.	73700,00	231254,38
100	APROCAFE	89180,00	211858,25

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES 20 PRODUCTOS - GESTION 2007

No	PRODUCTOS	ENE-DIC 2007	ENE-DIC 2007
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	JOYERIA EN ORO	5806,71	69654039,89
2	CAFE SIN TOSTAR EN GRANO	4847534,98	13275570,90
3	BILLETES DE BANCO	102,00	10892652,53
4	T SHIRT Y CAMISetas INTERIORES DE PUNTO DE ALGODÓN	536067,14	7158853,67
5	CAMISAS DE ALGODÓN DE PUNTO PARA HOMBRES	335334,38	6903257,22
6	LOS DEMAS MUEBLES DE MADERA	5295376,32	6689010,20
7	VENTANAS Y PUERTAS VIDRIERA DE MADERA	2129446,85	6035020,96
8	CUADERNOS DE PAPEL O CARTÓN	227445,00	5765375,00
9	CAMISAS DE ALGODON DE PUNTO PARA MUJERES	300122,78	5145737,79
10	LAS DEMAS MADERAS ASERRADAS	13843339,83	4944831,82
11	SILLAS DE MADERA	1323558,92	4887832,63
12	MANTAS DE F. SINTETICAS NO ELECTRICAS	256962,95	3918154,50
13	CUERO BOVINO CURTIDO AL ESTADO WET BLUE	844646,50	3643571,42
14	CASTAÑA SIN CASCARA	850380,00	3346051,24
15	QUINUA	2756078,02	3333132,73
16	PUERTAS Y SUS MARCOS DE MADERA	1366959,29	2608525,06
17	ENROLLADOS (TOPS) DE ALPACA O LLAMA	348082,65	2515975,70
18	PASTAS SIN COCER	5525219,20	2262457,58
19	CUEROS OVINO EN ESTADO HUMEDO	403375,50	2123828,98
20	BARRAS Y ALAMBRES DE ESTAÑO ALEADO, PARA SOLDAD	143316,40	2101356,16

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS - GESTION 2007

No	EMPRESAS	ENE-DIC 2007	ENE-DIC 2007
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	EXPORTADORES BOLIVIANOS SRL.	5161,96	47300452,67
2	ORBOL S.A.	2306,68	23711102,53
3	AMERICA TEXTIL S.A.	1263770,98	18553154,66
4	MABET S.A.	7604943,80	10940452,81
5	BANCO BISA S.A.	102,00	10892652,53
6	CORPOVEN S.R.L.	214348,11	9204879,51
7	SUMAPACHA INDUSTRIAL S.A.	3099851,52	8667312,82
8	K.M. LOGISTICS S.R.L.	218734,00	8086966,20
9	BERA DE BOLIVIA (ALEACIONES) S.A.	326814,53	4338493,23
10	DEKMA BOLIVIA SA.	4901287,28	4203561,56
22	CENT. DE COOP.AGROP. EL CEIBO LTDA.	389953,60	1491680,06
31	COOP. AGRIC. VILLA ORIENTE LTDA.	311250,00	890344,97
32	UNION PRO AGRO	284255,00	862818,06
37	CIAPEC LTDA./COOP. INT. AGRI. DE PR	316400,00	768175,45
38	CENT. DE ASOC.PRODUCTORES DE CAFE	230650,00	743796,39
44	COOP. AGROP. MEJILLONES LTDA.	194690,00	586679,45
45	ASO.CAFICULTORES TAIPIPLAYA ASOCAFE	177305,00	568417,64
46	CELCCAR LTDA.	161722,00	545416,42
49	CORP.AGROP.CAMP.REG.IRUPANA	173460,00	509892,75
53	ASOCIACION INTEGRAL DE PRODUCTORES	215600,00	492548,00
54	COOP.AGROP.COMERC.ALTO SAJAMA LTDA.	142140,00	483425,84
57	COOP.INTEG.AGROP.ANTOFAGASTA LTDA.	147400,00	471502,28
63	APCERL-ASOC.PROD.CAFE ECOLOG.REG.LA	137200,00	420006,53
69	COAINE	117600,00	364697,03
71	CORPUS CRISTHY ILLAMPU LTDA	117600,00	356313,47
93	COOP. INT. AGRIC.NUEVA ALIANZA LTDA	78400,00	247612,07



94	CORACA C.R.C.-CORP.AGROP.CAMP.REG.C	78400,00	244568,60
97	APROCAFE	75810,00	235420,36
100	CENT. COOP.CAFETAL.NOR YUNGAS LTDA	77280,00	217649,00
102	COOP.AGRIC.CAFETALERA S.JUAN LTDA	56200,00	173415,93
103	APROCAFE	56210,00	173197,16
106	CENT. COOP.CAFETAL.NOR YUNGAS LTDA	57960,00	164834,00
107	ASOC.INT. DE PRODUC. AGROP.ALTOBENI	56700,00	158549,67
118	ASOCIACION AGROINDUSTRIAL DE PRODUC	58800,00	132888,00

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES 20 PRODUCTOS - GESTION 2008

No	PRODUCTOS	ENE-DIC 2008	ENE-DIC 2008
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	JOYERIA EN ORO	4075,81	60836282,07
2	TEJIDO DE POLYESTER	498502,20	29884995,00
3	TEJIDOS DE ALGODÓN	259391,58	13703832,60
4	CAFE SIN TOSTAR EN GRANO	3796205,61	13124116,49
5	JOYERIA EN PLATA	5814,79	11242221,19
6	CUBRECAMAS EDREDONES	162903,83	10603835,40
7	QUINUA	4057085,50	9420613,63
8	AMALGAMAS	439,50	9345447,67
9	HILO CARDADO	165800,00	8432000,00
10	CAMISAS DE ALGODÓN DE PUNTO PARA HOMBRES	381052,45	7078461,59
11	ROPA DE CAMA DE MAT. TEXTILES	70116,25	6874291,00
12	LAS DEMAS MADERAS ASERRADAS	13559240,54	5705552,96
13	T SHIRT Y CAMISETAS INTERIORES DE PUNTO DE ALGODÓN	323416,39	5699503,96
14	LOS DEMAS MUEBLES DE MADERA	5079767,12	5673408,00
15	VENTANAS Y PUERTAS VIDRIERA DE MADERA	2317363,50	5661227,48
16	CUERO BOVINO CURTIDO AL ESTADO WET BLUE	1234896,06	5111207,38
17	CAMISAS DE ALGODON DE PUNTO PARA MUJERES	288265,60	5073988,35
18	BILLETES DE BANCO	22,00	3907471,08
19	HILO DE ALGODON SIN PEINAR SUPO IGUAL A 714,29 DECITEX	107424,00	3781324,80
20	BARRAS Y ALAMBRES DE ESTAÑO ALEADO, PARA SOLDAD	193383,06	3594487,85

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS - GESTION 2008

No	EMPRESAS	ENE-DIC 2008	ENE-DIC 2008
		VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$US)
1	EXPORTADORES BOLIVIANOS SRL.	6921,01	47183557,40
2	ORBOL S.A.	2886,61	24482497,01
3	K.M. LOGISTICS S.R.L.	366173,88	22963747,80
4	AMERICA TEXTIL S.A.	1095030,88	19168467,95
5	ACTURTEX S.R.L.	224346,20	15729472,50
6	JOSDO LTDA	201907,01	13667371,30
7	TEXCALEX S.R.L.	309362,00	10287200,00
8	MERCO TRADING S.R.L.	335200,00	9572000,00
9	APOLONIA MAR IMPORT EXPORT S.R.L.	439,50	9345447,67
10	MABET S.A.	6427602,00	8591984,81
26	CENT. DE COOP.AGROP. EL CEIBO LTDA.	337946,30	1883559,45
32	COOP. AGRIC. VILLA ORIENTE LTDA.	321250,00	1198324,61
40	CENT. DE ASOC.PRODUCTORES DE CAFE	261982,00	880721,65
41	UNION PRO AGRO	234100,00	819116,02
46	COOP.INTEG.AGROP.ANTOFAGASTA LTDA.	201400,00	703923,43
47	COOP.AGROP.COMERC.ALTO SAJAMA LTDA.	177258,00	688017,63
48	ASOCIACION INTEGRAL DE PRODUCTORES	321300,00	686797,02
52	COAINE	176512,00	585866,55
53	CIAPEC LTDA./COOP. INT. AGRI. DE PR	174469,90	584247,06
54	CELCCAR LTDA.	152800,00	558497,02
68	CORACA C.R.C.-CORP.AGROP.CAMP.REG.C	117362,00	426347,77
70	CORPUS CRISTHY ILLAMPU LTDA	115450,00	415840,25
72	COOP. AGROP. MEJILLONES LTDA.	112900,00	410147,22
73	CENT. COOP.CAFETAL.NOR YUNGAS LTDA	135440,00	405910,00

83	CORP.AGROP.CAMP.REG.IRUPANA	97370,00	337872,03
85	COOP. INT. AGRIC.NUEVA ALIANZA LTDA	98000,00	319325,45
87	APROCAFE	88200,00	318001,71
93	FECAFEB-FEDERACION DE CAFICULTORES	49209,72	291844,10
94	ASO.CAFICULTORES TAIPIPLAYA ASOCAFE	78400,00	286051,46
96	APCERL-ASOC.PROD.CAFE ECOLOG.REG.LA	78568,00	273936,35
98	COOP.AGRIC.CAFETALERA S.JUAN LTDA	73500,00	272370,62

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES 20 PRODUCTOS - GESTION 2009

No	PRODUCTOS	ENE-DIC 2009 VOLUMEN (Kg)	ENE-DIC 2009 VALOR (\$US)
1	JOYERIA EN ORO	3489,42	57000533,52
2	QUINUA	6463571,70	19350019,15
3	CAFE SIN TOSTAR EN GRANO	4406646,80	14563383,89
4	JOYERIA EN PLATA	6827,70	13103581,47
5	CAMISAS DE ALGODÓN DE PUNTO PARA HOMBRES	451850,67	12385997,60
6	T SHIRT Y CAMISETAS INTERIORES DE PUNTO DE ALGODÓN	395834,68	10825990,11
7	AMALGAMAS	317,73	7538705,10
8	TORTAS DE SOYA	19330980,00	7133139,21
9	CAMISAS DE ALGODON DE PUNTO PARA MUJERES	223068,95	6044417,23
10	LAS DEMAS MADERAS ASERRADAS	15330759,43	5416286,61
11	LOS DEMAS MUEBLES DE MADERA	4480248,46	4604889,01
12	VENTANAS Y PUERTAS VIDRIERA DE MADERA	1753934,50	4402635,45
13	SILLAS DE MADERA	991348,59	3714676,78
14	DEMÁS BORATOS DE SODIO NATURALES Y SUS CONCE	34700000,00	3374461,00
15	HILO CARDADO	37750,00	3301905,00
16	LAS DEMAS FORMAS SEMILABRADAS DE ORO	166,14	2924287,97
17	TEJIDO DE POLYESTER	92607,00	2600256,00
18	MADERA CONIFERA ASERRADA	3538929,13	2568015,62
19	LOS DEMAS MANUFACTURAS DE METAL PRECIOSO	171,86	2313747,37
20	CUERO BOVINO CURTIDO AL ESTADO WET BLUE	852495,00	2156552,09

Fuente: CAMEX La Paz

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEPARTAMENTO DE LA PAZ PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS - GESTION 2009

No	EMPRESAS	ENE-DIC 2009 VOLUMEN (Kg)	ENE-DIC 2009 VALOR (\$US)
1	EXPORTADORES BOLIVIANOS SRL.	8244,28	62087584,54
2	AMERICA TEXTIL S.A.	1076602,89	25528680,94
3	ORBOL S.A.	2964,06	12395026,63
4	INDUSTRIAS DE ACEITE S.A.	22987587,00	8538518,07
5	SAITE SRL.	2842584,06	7654539,89
6	IRUPANA ANDEAN ORGANIC FOOD S.A.	2453021,48	7502437,92
7	MABET S.A.	4441018,00	6499527,84
8	SUMAPACHA INDUSTRIAL S.A.	1382507,70	4742126,45
9	AMAZONIC MAD S.R.L.	4668025,47	4323737,72
10	APOLONIA MAR IMPORT EXPORT S.R.L.	182,00	4158110,87
23	FECAFEB-FEDERACION DE CAFICULTORES	328578,95	1749878,92
26	CENT. DE COOP.AGROP. EL CEIBO LTDA	364667,40	1507869,49
32	COOP. AGRIC. VILLA ORIENTE LTDA.	392000,80	1252905,71
37	UNION PRO AGRO	275813,50	985895,89
40	COOP.AGROP.COMERC.ALTO SAJAMA LTDA.	220872,50	850525,51
44	COOP.INTEG.AGROP.ANTOFAGASTA LTDA.	201220,00	701360,92
47	COOP. AGROP. MEJILLONES LTDA.	188640,50	663965,99
48	ASOCIACION INTEGRAL DE PRODUCTORES	278251,00	659476,51
50	CORPUS CRISTHY ILLAMPU LTDA	174050,00	582825,87
51	CENT. DE ASOC.PRODUCTORES DE CAFE	166790,00	575836,07
52	APCERL-ASOC.PROD.CAFE ECOLOG.REG.LA	175350,00	575534,77
53	ASO.CAFICULTORES TAIPIPLAYA ASOCAFE	158200,00	555163,80
60	CIAPEC LTDA./COOP. INT. AGRI. DE PR	137201,30	475883,15
62	COAINE	137200,00	443667,58
64	CELCCAR LTDA.	117600,00	427280,85

70	COOP.AGRIC.CAFETALERA S.JUAN LTDA	113401,20	385035,88
72	SOC AGROPECUARIA PLAYA CAFETALERA S	184800,00	377396,00
77	CORP.AGROP.CAMP.REG.IRUPANA	97090,00	329724,37
88	CORACA C.R.C.-CORP.AGROP.CAMP.REG.C	78400,00	267902,00
91	COOP. INT. AGRIC.NUEVA ALIANZA LTDA	76050,00	259875,10

Fuente: CAMEX La Paz

**Evolución del volumen de exportaciones partida arancelaria Nandina 901110000  
"Cafe sin tostar sin descafeinar".**

AÑOS	VOLUMEN Kg
Gestión 2001	4.118.670
Gestión 2002	4.345.224
Gestión 2003	4.356.830
Gestión 2004	5.346.763
Gestión 2005	5.299.084
Gestión 2006	5.334.143
Gestión 2007	4.847.534
Gestión 2008	3.796.205
Gestión 2009	4.406.646

Fuente: CAMEX La Paz

**Correlación de las tendencias de comportamiento del valor y volumen de las exportaciones bolivianas de café.**

AÑOS	VOLUMEN Kg	VALOR U\$D
Gestión2001	4.118.670	5.702.364
Gestión 2002	4.345.224	5.973.830
Gestión 2003	4.356.830	6.206.625
Gestión 2004	5.346.763	9.127.449
Gestión 2005	5.299.084	11.189.894
Gestión 2006	5.334.143	13.418.583
Gestión 2007	4.847.534	13.275.570
Gestión 2008	3.796.205	13.124.116
Gestión 2009	4.406.646	14.563.383

Fuente: CAMEX La Paz

**Precio promedio del valor de las exportaciones, expresado en dólares americanos por kilogramo.**

	VALOR U\$D	VOLUMEN Kg	PRECIO PROMEDIO
Gestión 2001	2.002.009	1.204.396	1,66
Gestión 2002	1.990.274	1.001.864	1,99
Gestión 2003	2.377.748	1.144.690	2,08
Gestión 2004	3.470.515	1.439.970	2,41
Gestión 2005	4.398.248	1.794.330	2,45
Gestión 2006	5.550.691	1.866.630	2,97
Gestión 2007	6.182.695	1.980.012	3,12
Gestión 2008	7.537.714	2.118.084	3,56
Gestión 2009	7.369.415	2.126.189	3,47

Fuente: CAMEX La Paz

Evolución de las exportaciones de las Organizaciones Cafetaleras, expresado en kilogramos por año.

GESTIÓN	VOLUMEN Kg
Gestión 2001	1.204.396
Gestión 2002	1.001.864
Gestión 2003	1.144.690
Gestión 2004	1.439.970
Gestión 2005	1.794.330
Gestión 2006	1.866.630
Gestión 2007	1.980.012
Gestión 2008	2.118.084
Gestión 2009	2.126.189

Fuente: CAMEX La Paz

Comportamiento de la evolución del valor y volumen, periodo comprendido entre las Gestiones 2001-2009

	VALOR U\$D	VOLUMEN Kg	PRECIO PROMEDIO
Gestión 2001	2.002.009	1.204.396	1,66
Gestión 2002	1.990.274	1.001.864	1,99
Gestión 2003	2.377.748	1.144.690	2,08
Gestión 2004	3.470.515	1.439.970	2,41
Gestión 2005	4.398.248	1.794.330	2,45
Gestión 2006	5.550.691	1.866.630	2,97
Gestión 2007	6.182.695	1.980.012	3,12
Gestión 2008	7.537.714	2.118.084	3,56
Gestión 2009	7.369.415	2.126.189	3,47

Fuente: CAMEX La Paz

Evolución del valor exportado por las OECAs expresado en dólares americanos.

	ENE-DIC 2001 VALOR (\$US)	ENE-DIC 2002 VALOR (\$US)	ENE-DIC 2003 VALOR (\$US)
ALTO SAJAMA	244.401	265.828	321.731
ANTOFAGASTA	105.723	112.918	180.170
ASOCAFE	184.457	150.487	212.095
CELCCAR	267.532	156.734	116.141
CENAPROC	164.682	99.852	338.557
CIANA	170.262	168.160	184.785
COAINE	214.556	173.823	188.982
CORACA CARRASCO	155.738	116.014	
MEJILLONES	108.787	107.249	248.085
PRO AGRO	47.796		
SAN JUAN	74.356	111.959	215.662
VILLA ORIENTE	263.719	527.250	371.540

Fuente: CAMEX La Paz

	ENE-DIC 2004 VALOR (\$US)	ENE-DIC 2005 VALOR (\$US)	ENE-DIC 2006 VALOR (\$US)
ALTO SAJAMA	428.975	429.634	380.139
ANTOFAGASTA	160.866	380.127	437.879

ASOCAFE	355.413	445.510	570.371
CELCCAR		118.936	231.254
CENAPROC	470.260	385.291	586.250
CIANA	386.962	221.840	448.696
COAINE	347.692	268.673	431.512
CORACA CARRASCO		146.779	233.002
MEJILLONES	235.408	358.641	572.599
PRO AGRO	99.154	579.257	541.430
SAN JUAN	160.864	167.306	265.951
VILLA ORIENTE	824.922	896.253	851.609

Fuente: CAMEX La Paz

	ENE-DIC 2007 VALOR (\$US)	ENE-DIC 2008 VALOR (\$US)	ENE-DIC 2009 VALOR (\$US)
ALTO SAJAMA	483.426	688.018	850.526
ANTOFAGASTA	471.502	703.923	701.361
ASOCAFE	568.418	353.891	555.164
CELCCAR	545.416	558.497	427.281
CENAPROC	743.796	880.722	575.836
CIANA	247.612	507.496	259.875
COAINE	364.697	585.867	443.668
CORACA CARRASCO	244.569	426.348	267.902
MEJILLONES	586.679	543.141	663.966
PRO AGRO	862.818	819.116	985.896
SAN JUAN	173.416	272.371	385.036
VILLA ORIENTE	890.345	1.198.325	1.252.906

Fuente: CAMEX La Paz

Evolución comercial de las OECAs, del valor expresado en dólares americanos y el volumen expresado en kilogramos periodo 2001 – 2009.

ALTO SAJAMA	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	244.401	108.476
Gestión 2002	265.828	86.250
Gestión 2003	321.731	103.500
Gestión 2004	428.975	138.000
Gestión 2005	429.634	140.600
Gestión 2006	380.139	123.100
Gestión 2007	483.426	142.140
Gestión 2008	688.018	177.258
Gestión 2009	850.526	220.873

Fuente: CAMEX La Paz

ANTOFAGASTA	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	105.723	34.500
Gestión 2002	112.918	31.574
Gestión 2003	180.170	57.960
Gestión 2004	160.866	51.750
Gestión 2005	380.127	193.232
Gestión 2006	437.879	140.700
Gestión 2007	471.502	147.400
Gestión 2008	703.923	201.400
Gestión 2009	701.361	201.220

Fuente: CAMEX La Paz

ASOCAFE	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	184.457	126.800
Gestión 2002	150.487	103.250
Gestión 2003	212.095	120.050
Gestión 2004	355.413	184.450
Gestión 2005	445.510	195.300
Gestión 2006	570.371	196.280
Gestión 2007	568.418	177.305
Gestión 2008	353.891	98.000
Gestión 2009	555.164	158.200

Fuente: CAMEX La Paz

CELCCAR	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	267.532	174.900
Gestión 2002	156.734	109.200
Gestión 2003	116.141	74.900
Gestión 2004		
Gestión 2005	118.936	38.850
Gestión 2006	231.254	73.700
Gestión 2007	545.416	161.722
Gestión 2008	558.497	152.800
Gestión 2009	427.281	117.600

Fuente: CAMEX La Paz

CENAPROC	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	164.682	78.320
Gestión 2002	99.852	58.100
Gestión 2003	338.557	145.800
Gestión 2004	470.260	161.000
Gestión 2005	385.291	128.800
Gestión 2006	586.250	192.500
Gestión 2007	743.796	230.650
Gestión 2008	880.722	261.982
Gestión 2009	575.836	166.790

Fuente: CAMEX La Paz

CIANA	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	170.262	78.040
Gestión 2002	168.160	76.960
Gestión 2003	184.785	81.690
Gestión 2004	386.962	159.740
Gestión 2005	221.840	81.400
Gestión 2006	448.696	152.100
Gestión 2007	247.612	78.400
Gestión 2008	507.496	152.100
Gestión 2009	259.875	76.050

Fuente: CAMEX La Paz

COAINE	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	214.556	196.000
Gestión 2002	173.823	129.230
Gestión 2003	188.982	149.340
Gestión 2004	347.692	160.430

Gestión 2005	268.673	100.690
Gestión 2006	431.512	156.800
Gestión 2007	364.697	117.600
Gestión 2008	585.867	176.512
Gestión 2009	443.668	137.200

Fuente: CAMEX La Paz

CORACA CARRASCO	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	155.738	91.100
Gestión 2002	116.014	78.400
Gestión 2003		
Gestión 2004		
Gestión 2005	146.779	58.520
Gestión 2006	233.002	78.120
Gestión 2007	244.569	78.400
Gestión 2008	426.348	117.362
Gestión 2009	267.902	78.400

Fuente: CAMEX La Paz

MEJILLONES	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	108.787	78.600
Gestión 2002	107.249	56.700
Gestión 2003	248.085	139.400
Gestión 2004	235.408	174.050
Gestión 2005	358.641	178.808
Gestión 2006	572.599	192.580
Gestión 2007	586.679	194.690
Gestión 2008	543.141	151.820
Gestión 2009	663.966	188.641

Fuente: CAMEX La Paz

PRO AGRO	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	47.796	44.660
Gestión 2002		
Gestión 2003		
Gestión 2004	99.154	64.800
Gestión 2005	579.257	300.830
Gestión 2006	541.430	177.900
Gestión 2007	862.818	284.255
Gestión 2008	819.116	234.100
Gestión 2009	985.896	275.814

Fuente: CAMEX La Paz

SAN JUAN	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	74.356	39.200
Gestión 2002	111.959	57.200
Gestión 2003	215.662	95.650
Gestión 2004	160.864	51.750
Gestión 2005	167.306	54.100
Gestión 2006	265.951	90.950
Gestión 2007	173.416	56.200
Gestión 2008	272.371	73.500
Gestión 2009	385.036	113.401

Fuente: CAMEX La Paz

VILLA ORIENTE	VALOR (U\$D)	VOLUMEN (kg)
Gestión 2001	263.719	153.800
Gestión 2002	527.250	215.000
Gestión 2003	371.540	176.400
Gestión 2004	824.922	294.000
Gestión 2005	896.253	323.200
Gestión 2006	851.609	291.900
Gestión 2007	890.345	311.250
Gestión 2008	1.198.325	321.250
Gestión 2009	1.252.906	392.001

Fuente: CAMEX La Paz

### PRODUCCION DE CAFE EN BOLIVIA COMERCIO JUSTO.

Numero de registro FLO, cantidad de socios OECA, área de producción de la OECA y área de producción promedio asociado.

	FLO ID	Número de miembros	Área de producción FT	Área / miembro
ALTO SAJAMA	850	38	170,75	4,49
ANTOFAGASTA	833	76	343,87	4,52
ASOCAFE	867	279	425,82	1,53
CENAPROC	866	469	555,20	1,18
CIANA	868	72	284,75	
COAINE	875	169	678,50	4,01
CORACA CARRASCO	865	125	366,24	2,93
MEJILLONES	929	84	438,50	8,08
PRO AGRO	2366	212	577,71	2,73
SAN JUAN	899	38	170,80	4,49
VILLA ORIENTE	874	141	609,78	4,32

Fuente: DOR Proyecto FORCAFE

Volúmenes de producción estimados, volúmenes de producción exportada y porcentajes de exportación.

VOLUMENES (lbs)	Producción	Exportación	Porcentaje exportado
ALTO SAJAMA	177.478,40	114.257,00	64%
ANTOFAGASTA	482.548,36	448.173,13	93%
ASOCAFE	427.121,68	348,04	0%
CENAPROC	522.666,99	489.972,35	94%
CIANA	453.131,36	259.261,00	57%
COAINE	607.992,00	301.840,00	50%
CORACA CARRASCO	245.901,07	215.279,19	88%
MEJILLONES	543.606,00	373.283,00	69%
PRO AGRO	587.946,00	609.568,00	104%
SAN JUAN	341.094,60	201.412,20	59%
VILLA ORIENTE	804.167,60	622.244,30	77%

Fuente: DOR Proyecto FORCAFE



Promedios de producción por asociado y promedios de producción por hectárea.

PROMEDIOS PRODUCCION	Libras / productor	Libras / ha
ALTO SAJAMA	4.670,48	1.039,40
ANTOFAGASTA	6.349,32	1.403,29
ASOCAFE	1.530,90	1.003,06
CENAPROC	1.114,43	941,40
CIANA	6.293,49	1.591,31
COAINE	3.597,59	896,08
CORACA CARRASCO	1.967,21	671,42
MEJILLONES	6.471,50	801,19
PRO AGRO	2.773,33	1.017,72
SAN JUAN	8.976,17	1.997,04
VILLA ORIENTE	5.703,32	1.318,78

Fuente: DOR Proyecto FORCAFE

## ANEXO 2. Registros en la Producción Orgánica Certificada



### ANEXO 3. Información sobre la Prima y el Precio Mínimo de Comercio Justo

<b>Información sobre la Prima y el Precio Mínimo de Comercio Justo</b>					
	<b>Precio mínimo de Comercio Justo</b>				<b>Prima de Comercio Justo</b>
	<b>convencional</b>		<b>orgánico</b>		<b>convencional y orgánico</b>
<b>Tipo de café</b>	<b>América Central, México, África, Asia</b>	<b>América del Sur, El Caribe</b>	<b>América Central, México, África, Asia</b>	<b>América del Sur, El Caribe</b>	<b>Todos las regiones</b>
arábica lavado*	121	119	136	134	5
arábica no lavado	115	115	130	130	5
robusta lavado*	105	105	120	120	5
robusta no lavado	101	101	116	116	5

\* Los cafés semilavados o despulpado natural (pulped natural) se consideran como café lavado.

**El pago será neto en efectivo a cambio de un juego completo de documentos a primera presentación. Los documentos que se deben presentar son los documentos estipulados por el contrato y los documentos usuales en el comercio de café.**

## ANEXO 4. Tabla de conversiones producción de café.

### Conversiones

1 contenedor      19600Kg

peso de un saco (Kg)	numero de sacos
70	280
60	326
45,46	431
50	392

### conversiones

café cereza	100%			
café perg. humedo	38%	100%		
café perg. Seco	23%	60%	100%	
café pelado	19%	49%	82%	100%
café de export.	17%	44%	74%	90%

1000 gramos de fruto de café (fresco)	432 gramos de pulpa (43,2%)		
	568 gramos de café despulpado (56,8%) Pergamino	118 gramos de mucilago de café + azucares solubles (11,8%)	
		450 gramos pergamino seco (45%)	61 gramos de cascarilla (6,1%) 389 gramos de café verde para el tostado (38,9%)

## ANEXO 5. Países con producción de café a nivel mundial



	Países productores de Café Por volumen anual
	Menos de 1 millón de sacos
	1 a 5 millones de sacos
	Mas de 5 millones de sacos

Fuente: Bitter/ Armut in der Kaffeetasse, Oxfam 2003; Oxfam, Make Trade Fair, 2003 Bitter, Armut in der Kaffeetasse.