



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

ANÁLISIS DEL MERCADO ESPAÑOL PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ
ECUATORIANO DE ESPECIALIDAD PRODUCIDO
EN CARIAMANGA CON CERTIFICACIONES ORGÁNICAS Y DE COMERCIO
JUSTO.

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de**

Licenciado en Administración de Negocios Internacionales.

Profesora guía

María Auxiliadora Rovayo Andrade

Autor

Huaira Sinlli Galindo Páez

Año

2013

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

María Auxiliadora Rovayo Andrade
MSc. Agronegocios Internacionales
1713582078

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Huaira Sinlli Galindo Páez
1710324169

AGRADECIMIENTOS

Mis agradecimientos van dirigidos a mi tutora María Auxiliadora Rovayo por su apoyo, comprensión y enseñanzas durante el proceso de investigación y también las quiero hacer extensivas a la Universidad de las Américas y a su grupo docente como administrativo que han colaborado con mi formación y desarrollo otorgándome herramientas básicas para el futuro tanto de mi vida profesional como personal.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a una de las personas más especiales que han marcado mi vida, mi padre, Santiago Galindo, gracias por todo lo que me enseñaste durante tu paso por este plano terrenal y lo que me seguirás dando desde lo más alto, los valores y principios que son parte de mi hoy, son la esencia de tu ser, ese pedacito de ti que llevo dentro y que nunca me abandonará. Sin olvidarme de todas esas personas, tanto familiares como amigos, que hicieron posible el logro de llegar a ser la persona en la que me he convertido. Gracias a mi madre, Kchi Páez, por darme la vida y acompañarme en todo momento, a mi hermano por darme el mejor ejemplo y obligarme a seguirme formando, mis abuelos que han sido como mis segundos padres, a todos mis tíos y primos que tanto han influido en mi vida, y en especial destacar a mi tía Julia Helena, gracias por tu amor y positivismo necesario para lograr todo lo que uno se proponga, pero lo más importante gracias por creer en mí y por último gracias a la persona con la que deseo compartir mi vida, Rakel Oliver que tanto me ha apoyado en la consecución de este trabajo.

RESUMEN

En el siguiente trabajo, se expone una investigación basada en el análisis del mercado español para la exportación de café ecuatoriano de especialidad, producido en Cariamanga, con las certificaciones orgánicas y de comercio justo realizado a través del método de Inducción - Deducción y por medio del estudio de artículos de carácter estadístico, científico, periodístico e informativo. Con dicho análisis, se tratará de demostrar la hipótesis basada en la oportunidad de negocio que presenta el mercado español para la exportación de café ecuatoriano, producido en Cariamanga, con certificados orgánicos y de comercio justo. El mercado español posee un alto consumo de café, lo que ligado a la alta calidad del café de especialidad ecuatoriano incrementa la factibilidad del ingreso a este mercado, potenciando de esta manera, la producción orgánica sostenible distribuida a través del comercio justo. Como resultado de la investigación, cabe destacar que Ecuador posee tierras con características apropiadas para el cultivo de café. Dentro del Ecuador la comunidad de Cariamanga se sitúa en una de las mejores zonas de cultivo, favoreciendo la apertura de negocios asociados al café y su comercialización internacional. Un punto a destacar de esta comunidad es que se ha avanzado en lo que se refiere a producción orgánica y bajo los parámetros del comercio justo, comercializándolo de manera asociativa. Además, el café como producto tiene una alta valoración en el mercado internacional, debido a sus características organolépticas y de exotividad, lo que le han llevado a estar premiado en varias ocasiones, demostrando su calidad y gran valor. Todo esto ligado a que las tendencias de consumo mundial y españolas están marcadas por un alza en el consumo de productos orgánicos, favorece el cumplimiento de esta hipótesis.

ABSTRACT

This work presents a research based on an analysis of the Spanish market for the coffee exports of Ecuadorian specialty coffee produced in Cariamanga with organic and fair trade certifications, made following the Induction and Deduction method and under statistic, scientific, journalistic and informative reports. With such analysis, a hypothesis will attempt to show the opportunity of business that the Spanish market offers for the export of Ecuadorian specialty coffee produced in Cariamanga, with organic and fair trade certificates. The Spanish market has a high consumption rate of coffee which, connected to the high quality of specialty Ecuadorian coffee, increases feasibility of entering this market encouraging in this way the organic sustainable production distributed through fair trade.

As a result of the investigation carried out, it has to be emphasized that Ecuador owns land with appropriate characteristics for coffee growing. In Ecuador the community of Cariamanga is located in one of the best production areas favoring the opening of business associated to coffee and its international marketing. A point to highlight about this community is the improvement of its organic production under fair trade parameters marketing it in associative nature.

Moreover, this coffee as a product has a high value in international market due to its orgaleptic and exotic characteristics that have lead it to win prizes in different contests, showing its high quality and great value. All this, together with the fact that global consumption and Spanish trends are marked by a rise in consumption of organic products, favors the fulfillment of this hypothesis.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Capítulo 1: Diagnóstico de la situación de la industria cafetalera en Ecuador.....	4
1.1 Situación de la industria cafetalera en Ecuador.....	4
1.1.1 Introducción	4
1.1.2 Producción Mundial	6
1.1.3 Producción en Ecuador.....	8
1.1.4 Zonas de producción en Ecuador.....	9
1.1.5 Superficie Cafetalera	10
1.2 Exportaciones y principales países de destino.	10
1.2.1 Exportaciones.....	10
1.2.2 Principales países de destino café orgánico y comercio justo	13
1.2.3 Empresas y asociaciones exportadoras de café.....	15
1.3 Principales instituciones relacionadas con el sector cafetalero en Ecuador.....	18
1.3.1 Proyectos de mejora de la industria cafetalera.....	21
Capítulo 2: Diagnóstico de la situación socio-económica del cantón de Calvas y la comunidad de Cariamanga.....	24
2.1 Situación socio-económica del cantón de Calvas y la comunidad de Cariamanga.....	24
2.2 Producción del cantón de Calvas y la provincia de Loja ..	26
2.3 Café de Cariamanga	28

2.4	Producción de café y su importancia en el entorno.	29
2.5	Precio	30
2.6	Asociaciones y empresas que comercializan el café de Cariamanga.....	31
2.7	Puntos problemáticos del cantón de Calvas.	33
2.8	Beneficios para el campesino productor y exportador	35
CAPÍTULO 3: Análisis del mercado español.		36
3.1	Análisis de la demanda de café en España.	37
3.1.1	Importaciones de café en España.....	37
3.1.2	Exportaciones de café en España	40
3.1.3	Consumo de café en España.....	41
3.2	Tendencias de la demanda de café con certificación orgánica y de comercio justo en el mercado español.	42
3.3	Principales oferentes de café orgánico y de comercio justo en España	46
3.3.1	El comercio justo de café en España.....	46
3.3.2	Análisis histórico de ventas y precios del mercado de comercio justo en España.....	47
3.4	Restricciones arancelarias y no arancelarias para el café en el mercado español	49
3.4.1	Requisitos Generales para todos los productos.....	49
3.4.2	Aranceles y otras medidas impositivas al café orgánico ecuatoriano	49
3.4.3	Barreras de entrada no arancelarias para el café orgánico ecuatoriano	50
Conclusiones y Recomendaciones		52

REFERENCIAS.....	56
ANEXOS	65

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Clientes FAPECAFES	66
Anexo 2: Empresas y/o asociaciones exportadoras de café Ecuatoriano	67
Anexo 3: Empresas y/o asociaciones exportadoras de café orgánico Ecuatoriano	68
Anexo 4: Empresas y/o asociaciones exportadoras de café orgánico Ecuatoriano	69
Anexo 5: Empresas y/o asociaciones exportadoras de café orgánico Ecuatoriano	70
Anexo 6: Empresas exportadoras de café orgánico Ecuatoriano.....	71
Anexo 7: Importadoras de Café registradas en FAIR TRADE ESPAÑA	72
Anexo 8: Requisitos para la importación de productos a la UE.....	73

INTRODUCCIÓN

El café es un producto que ha permitido obtener altos ingresos a Ecuador. Este crecimiento se debe a la recuperación de los precios a nivel mundial. Desde el año 2005, las exportaciones se registraron en 994.924 sacos de 60 kilos. Esta tendencia sigue al alza en los siguientes años, exceptuando el 2008, con unas exportaciones de 992.190, 870.841, 1.126.722 y 1.201.350 sacos de 60 kilos, en los años 2007, 2008, 2009 y 2010 respectivamente. Este incremento ha permitido al café ecuatoriano distribuirse en diferentes mercados internacionales, donde los principales países de destino en 2008 son Alemania (24%), Rusia (18,74%) y Polonia (18,69%). En el 2009, aparece Colombia (30,94%) a la cabeza seguida de Alemania (16,67%), Rusia (12,06%) e Inglaterra (6,47%) y, por último, en el 2010 los principales países de destino del café ecuatoriano fueron: Colombia (24,6%), Alemania (22,0%), Polonia (13,8%), Rusia (13,7%) y Estados Unidos (5,9%). La calidad y el sabor, son algunas de las excelentes características que tiene el café ecuatoriano lo que le ha permitido ganar credibilidad y reconocimiento en diversos países, viéndose incrementado el número de países receptores del café ecuatoriano (COFENAC, 2011).

En el presente trabajo se analiza la viabilidad de la exportación de café de especialidad producido en la comunidad de Cariamanga, y la posible apertura en el mercado español, puesto que en la actualidad las tendencias mundiales marcan un mayor consumo de los productos conocidos como *delicatesen* (Rovayo, 2009), dentro de los cuales está el café de especialidad, y como Ecuador posee parte de la producción mundial, se analizará la factibilidad de la exportación al mercado español. Cabe destacar que la competitividad, el apoyo financiero entre mercados y la logística, también son factores claves para mantener con éxito un mercado internacional.

La producción de café en Cariamanga se encuentra en estos momentos por debajo de los 11 quintales por hectárea, una cifra muy baja, ya que la

producción ideal buscada sería entre los 30 y 40 quintales según explicó Vinicio Dávila presidente de la Asociación de Productores de Cafés Especiales de Cariamanga (Isabel Lages, 2011), lo que refleja un margen de crecimiento en la producción que hace posible la búsqueda de nuevos mercados. Adicionalmente los productores de la comunidad ya han avanzado en lo que se refiere a la producción de café bajo las certificaciones orgánicas consiguiendo un producto de primera calidad.

El alto nivel de pobreza en las zonas rurales de Ecuador unido a la necesidad de la población de crear un mundo que tenga como pilar la Responsabilidad y Sostenibilidad Corporativa comúnmente conocida por Responsabilidad Social Empresarial (RSE), dan como resultado la posibilidad de llevar a cabo la exportación de café utilizando, por un lado, las certificaciones orgánicas como garantía aseguradora del buen estado y salubridad en la que se haya un alimento para ser consumido, producido sin el uso de fertilizantes ni plaguicidas, de acuerdo con las normas de producción orgánica variables entre los distintos países, aunque los requisitos suelen estar estandarizados (Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica, 2003). Por otro lado, el comercio justo se propone como un sistema comercial alternativo basado principalmente en la cooperación entre productores y consumidores, ofreciendo un trato más justo y unas condiciones comerciales más provechosas para productores, favoreciendo así al país en vías de desarrollo (Food Agriculture Organization, 2013). Se considera una iniciativa positiva, ya que hoy en día los productores de café orgánico son los que se están beneficiando más, debido a que este tipo de café es altamente valorado en Europa, Estados Unidos y Asia (Pro Ecuador, 2011). Además las tendencias mundiales como españolas muestran un alza en el consumo de productos orgánicos (Fair Trade España, 2012).

Bajo esta contextualización, los objetivos específicos planteados en esta investigación se abordarán en los diferentes capítulos:

En el capítulo I, se realiza un diagnóstico de la situación de la industria cafetalera en Ecuador, analizando diferentes factores como los volúmenes de producción, la calidad, número de productores, lugares de producción, principales destinos de exportación.

En el capítulo II, se aborda el estudio la situación socio-económica de Cariamanga, con la finalidad de analizar sus condiciones ante el comercio internacional.

En el capítulo III, como último punto se analiza el mercado español, respecto a su demanda y consumo de café, junto con las tendencias de la demanda de café con certificación orgánica y de comercio justo en el mercado español y los principales oferentes de café orgánico y de comercio justo en España.

Para finalizar, se muestran las conclusiones y recomendaciones que servirán para el establecimiento de lo propuesto, con el fin de establecer la factibilidad de la exportación de café orgánico y de comercio justo de Ecuador a España.

Capítulo 1: Diagnóstico de la situación de la industria cafetalera en Ecuador.

1.1 Situación de la industria cafetalera en Ecuador.

1.1.1 Introducción

Ecuador es un país que ha mostrado cifras positivas desde el punto de vista económico al final de cada año, “Desde la dolarización (en año 2000) se observa que si bien todos los componentes del PIB crecieron, lo hicieron a ritmos distintos. En conjunto, las importaciones y exportaciones progresaron más aceleradamente” (Banco Central Ecuador, 2012), pese a la crisis mundial que se ha implantado en el último lustro, ha conseguido sobreponerse a esta tendencia global. El nivel de vida e indicadores que reflejan la situación del país han mejorado notablemente, y junto a estas mejoras se incluye la de la industria cafetalera que ha tomado impulso en los últimos seis años, desde el 2007. Esta industria o sector influye notoriamente en el ámbito económico, social y ecológico nacional (Conecafe, 2010), ayudando a la construcción del país, todavía catalogado como país en vías de desarrollo. La bonanza económica que ha generado este sector se traslada al ámbito social, lo que ha permitido favorecer la creación de puestos de trabajo e ingresos para las comunidades. Detrás del capital suelen venir inversiones, mejoras en los campos de cultivo, capacitación para los agricultores que directamente se pueden relacionar con una mejora social (Andrew Bovarncik, 2012).

En el plano económico, los ingresos de divisas por las exportaciones de café de Ecuador, en el 2011, dejaron un saldo a favor de doscientos sesenta y seis millones ochocientos cuarenta y ocho mil cuatrocientos siete dólares con ochenta centavos (\$266.848.407,8) al país en cuestión (COFENAC, 2012). Estos beneficios son repartidos entre todos los actores de la cadena: productores, transportistas, comercializadores entre otros sectores involucrados. Este valor no es repartido de manera justa entre los diferentes

actores de la cadena de producción y comercialización, por eso se busca llevar a cabo este negocio bajo el sello de comercio justo.

El cultivo del café depende en gran medida de la variedad de café cultivada. En Ecuador se cultivan dos variedades: arábica y robusta. La variedad arábica crece en altitudes comprendidas entre los 900 y 2.000 metros de altitud, requiriendo muchos cuidados y atenciones, ya que son muy sensibles a los cambios climatológicos, a las plagas y a las enfermedades, pero tienen un gran potencial para dar cafés de calidad, con tazas limpias y aromáticas y post-gustos agradables. En cambio, la variedad de café robusta crece entre los 200 y 800 metros de altitud y no necesitan tantos cuidados, ya que son más resistentes a las enfermedades y plagas. Este tipo de variedad posee unas cualidades inferiores respecto a la arábica, con tazas menos aromáticas, más amargo y un post-gusto más pesado.

Independientemente de la variedad de café que se quiera sembrar, el cultivo del café producido de manera intensiva es muy nocivo para el medio, por el uso excesivo de pesticidas, fungicidas, fertilizantes y en general las prácticas usadas que no respetan el ecosistema, pero existen tres alternativas viables. La primera alternativa presentada es el café equitativo que se basa en los parámetros del comercio justo. La segunda, el café orgánico, cultivado sin la utilización de pesticidas, fertilizantes u otros aditivos químicos.

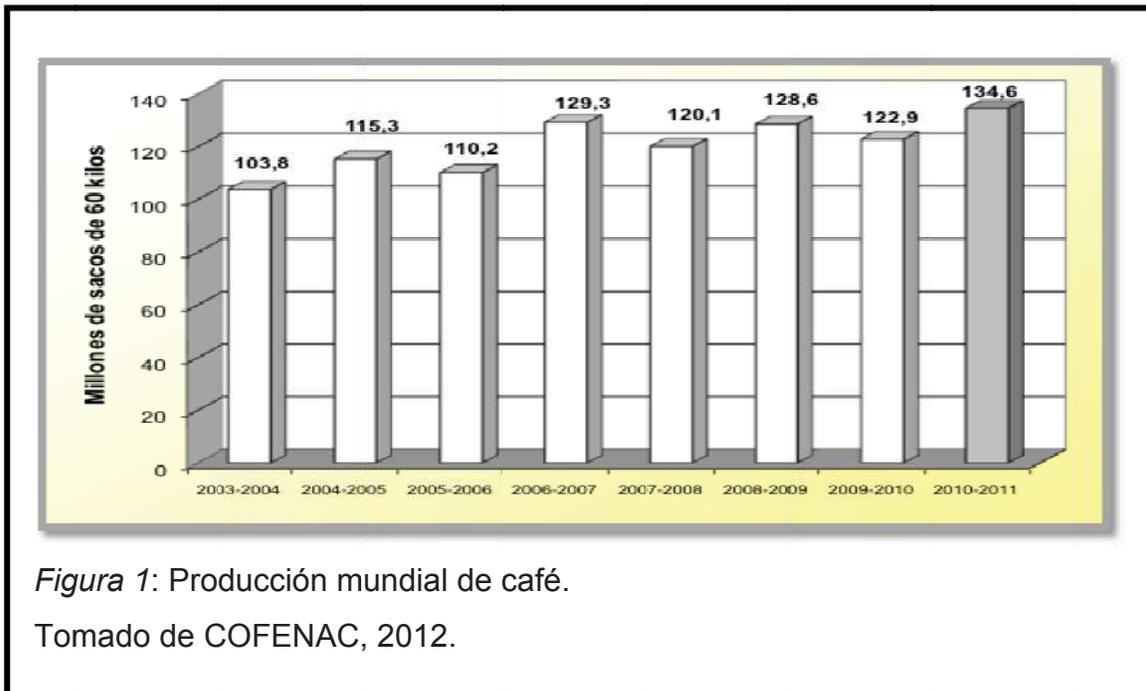
Sin embargo, las organizaciones de certificación de café orgánico tales como Naturland, OCIA y Certimex insisten en rigurosos métodos de conservación de suelos como, por ejemplo, la elaboración de abono orgánico y el cultivo en terrazas con el fin de prevenir la erosión, así como medidas para proteger los cauces de las escorrentías (Bio Manantial, 2012).

Por último, se encuentra el cultivo de café bajo sombra. Cuyas iniciativas surgieron de la preocupación debida a la rápida deforestación ocurrida como

resultado de la diseminación de las plantaciones comerciales de café. Esta deforestación tiene un gran impacto “sobre la biodiversidad, especialmente sobre las especies de pájaros, condujeron a la creación de la primera certificación de un cultivo de café bajo sombra, en 1995” (Bio Manantial, 2012). Como se observa hay maneras que promueven la responsabilidad con el medio ambiente, sin embargo de las 220.000 hectáreas destinadas al cultivo de café en Ecuador, no todas favorecen al desarrollo sostenible (COFENAC, 2011).

1.1.2 Producción Mundial

La situación de producción mundial de café según datos del 2009/2010 son los siguientes:



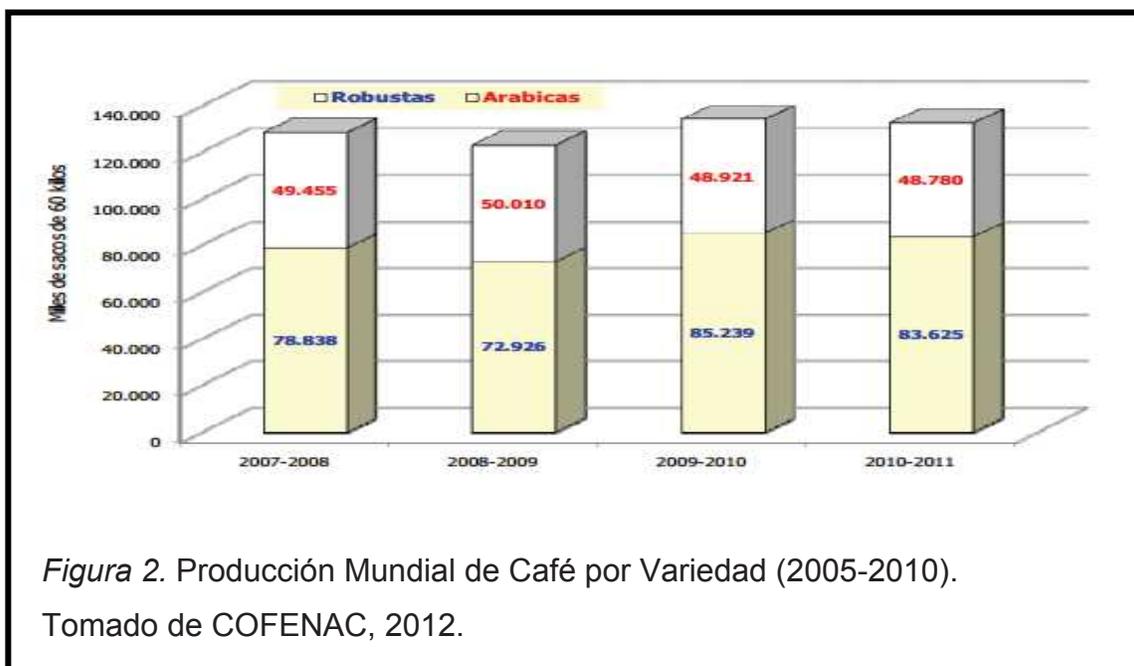
Como se puede observar la producción de café tuvo un aumento significativo entre el 2003 y 2007, tuvo un descenso en 2008 que se puede atribuir a la crisis y de ahí hasta la fecha no ha variado excesivamente la producción, pero se ha notado un pequeño incremento en relación a años anteriores.

Tabla 1. Producción mundial de café por tipo, en miles de sacos.

Tipos de cafés	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Suaves colombianos	9.964	9.181	9.693	9.730
Otros suaves	27.052	26.582	29.922	30.491
Naturales brasileños	41.822	37.164	45.624	43.404
Robustas	49.455	50.010	48.921	48.780
Total (en miles de sacos)	128.293	122.936	134.161	132.405

Tomado de COFENAC, 2012.

Según se aprecia en la Tabla 1, la producción de café por tipo no ha sufrido oscilaciones muy abultadas en este periodo. El café de mayor producción es el de la variedad Robusta.



Existe una mayor producción de café de especialidad arábica conforme se observa en la Figura 2.

Tabla 2. Producción mundial de café por regiones, en miles de sacos.

Regiones	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
África	15.950	15.830	16.131	19.512
Asia & Oceanía	34.727	37.207	35.956	35.668
México y América Central	17.307	16.854	19.270	18.194
Sur América	60.309	53.044	62.803	59.030
Total (en miles de sacos)	128.293	122.936	134.161	132.405

Tomado de COFENAC, 2012.

Sur América es la región con mayor producción de café a nivel mundial, siendo dos veces mayor que la de Asia & Oceanía que ocupa el segundo lugar y en un tercer nivel con valores aproximados África y México & América Central.

Ecuador se sitúa en el puesto número 12 dentro de la Organización Internacional de Café (OIC) y además es uno de los 12 países que produce ambas variedades robustas y arábicas.

1.1.3 Producción en Ecuador

La producción del café tiene gran impacto en las familias ecuatorianas que viven de este producto. Cuando se comercializa bajo los sellos de comercio justo, se favorece en mayor medida a estas familias de escasos recursos que se dedican a la producción y comercialización (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2008).

En el Ecuador son dos variedades las que se cultivan, arábica y robusta, distribuidas en las cuatro regiones geográficas de la siguiente manera:

A nivel nacional prevalecen los pequeños propietarios; el 33,4% tiene Unidades de Producción Agropecuarias menores a 5 hectáreas; el 17,7% de 5 a 10 hectáreas; el 16,1% de 10 a 20 hectáreas y el 32,8% restante más de 20 hectáreas (COFENAC, 2010).

1.1.4 Zonas de producción en Ecuador.

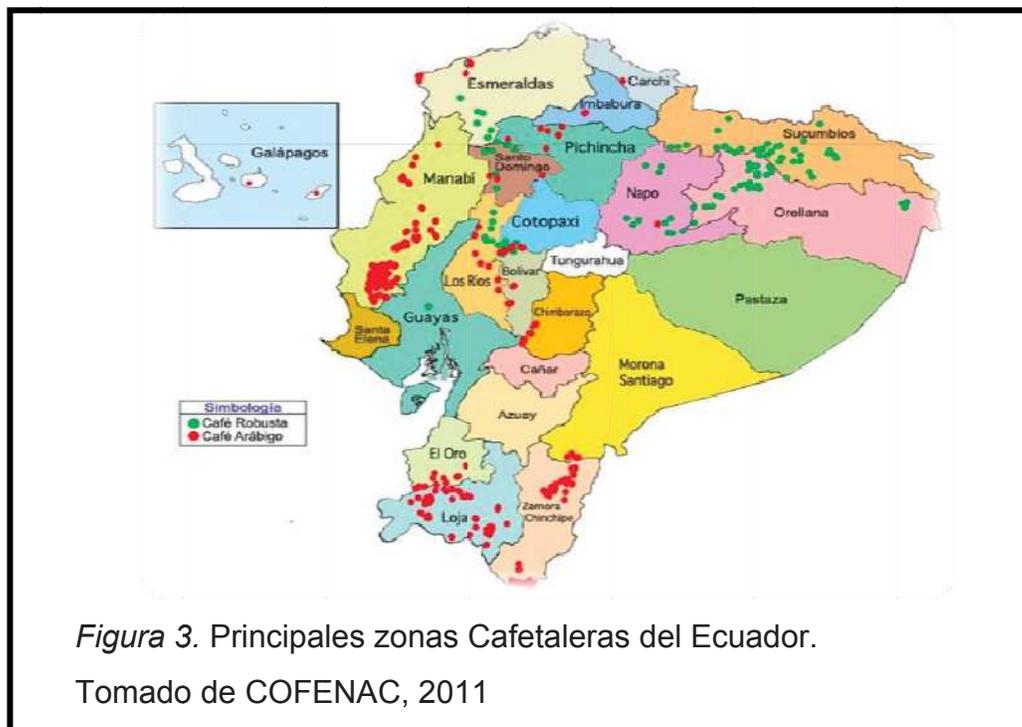
En el país se producen en las cuatro regiones: Amazonía, Costa, Sierra y en las Islas Galápagos.

El café robusta se encuentra en zonas más bajas que llegan hasta los 600 metros de altura en Los Ríos, Santo Domingo de los Tsáchilas, Esmeraldas, Sucumbíos, Napo y Orellana.

La variedad arábica se adapta mucho mejor al entorno y se puede producir desde nivel del mar a los 2000 metros de altura. Esta variedad alcanza precios más altos en los mercados y es la que se denomina “café de especialidad”.

Los tipos de café arábica que se encuentran dentro de la producción ecuatoriana son: Típica, Caturra, Bourbon, Pacas, Catuaí, Catimor y Sarchimor. Conforme la altura a la que se produce el café, en el país se distribuye de la siguiente manera:

- 1) Manabí-Guayas, de 300 a 700 msnm
- 2) El Oro-Loja, de 500 a 2000 msnm
- 3) Vertiente Occidental de los Andes, de 500 a 1500 msnm
- 4) Parte suroriental de 1000 a 1800 msnm



1.1.5 Superficie Cafetalera

Según datos del Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), la superficie cafetalera ecuatoriana sería de 213.175 hectáreas repartidas en una proporción aproximada del 70% del tipo arábigo y 30% del robusta.

Los Censos Cafetaleros realizados durante los últimos años demuestran que en el periodo de los años 2000-2010 hubo una reducción de la superficie cultivada en aproximadamente de un 50%, comparada con la etapa de 1980-2000. Esta reducción se debe a varios factores, entre los más importantes cabe destacar que en Ecuador predominan los cafetales con una edad avanzada, sumado al “deficiente manejo agronómico y consecuentemente de baja producción, situación que es agravada por la presencia de plagas (broca del fruto y minador de las hojas) y enfermedades (mal de hilachas, roya, ojo de gallo y mancha de hierro)” (COFENAC, 2011) y a la migración de la población de los pueblos a las ciudades.

Conforme a la distribución de la superficie de café por provincia, estimada por COFENAC, se observa que la mayor superficie cafetalera se encuentra en la provincia de Manabí (32,9%), seguida por Loja (13,8%), Orellana (9,4%) y Sucumbíos (8,1%) (COFENAC, 2011).

1.2 Exportaciones y principales países de destino.

1.2.1 Exportaciones.

Las estadísticas elaboradas por el Banco Central del Ecuador demuestran que las exportaciones acumuladas de café elaborado en el mes de diciembre 2011 ascienden a \$143,43 millones. Una comparativa de la exportación de café en grano en el año 2006 que paso “(...) de 31.725.000 dólares a 115.420.000 dólares en el 2011. Los ingresos por la exportación de elaborados de café ha sido mayor, pasando de 67.698.000 dólares en el 2006 a 151.428.000 dólares en el 2011” (COFENAC, 2012), sumando entre las dos más de 266 millones de dólares para el 2011. Siguiendo esta tendencia en este año 2012, las

exportaciones se incrementarán (Banco Central del Ecuador, 2011). Haciendo una comparativa entre lo exportado y lo consumido, en las exportaciones para el año 2010 quedarían unas cifras de 1.201.350 sacos de 60 kilos y el consumo interno de Ecuador para el mismo año sería en torno a los 165.000 sacos de 60 kilogramos teniendo en cuenta como referencia que la Organización Internacional del Café estimó, para el 2010, un consumo per cápita de 0,66 kilos/año (COFENAC, 2011).

En la Figura 4 observamos el crecimiento de la industria desde el año 2001 al 2010, sobre el dinero recibido de las exportaciones en un valor FOB; cómo podemos notar el incremento ha sido de más de un 350% lo que es realmente alentador para el sector, teniendo en cuenta que el crecimiento respecto al número de toneladas exportadas ha sido del 11%.

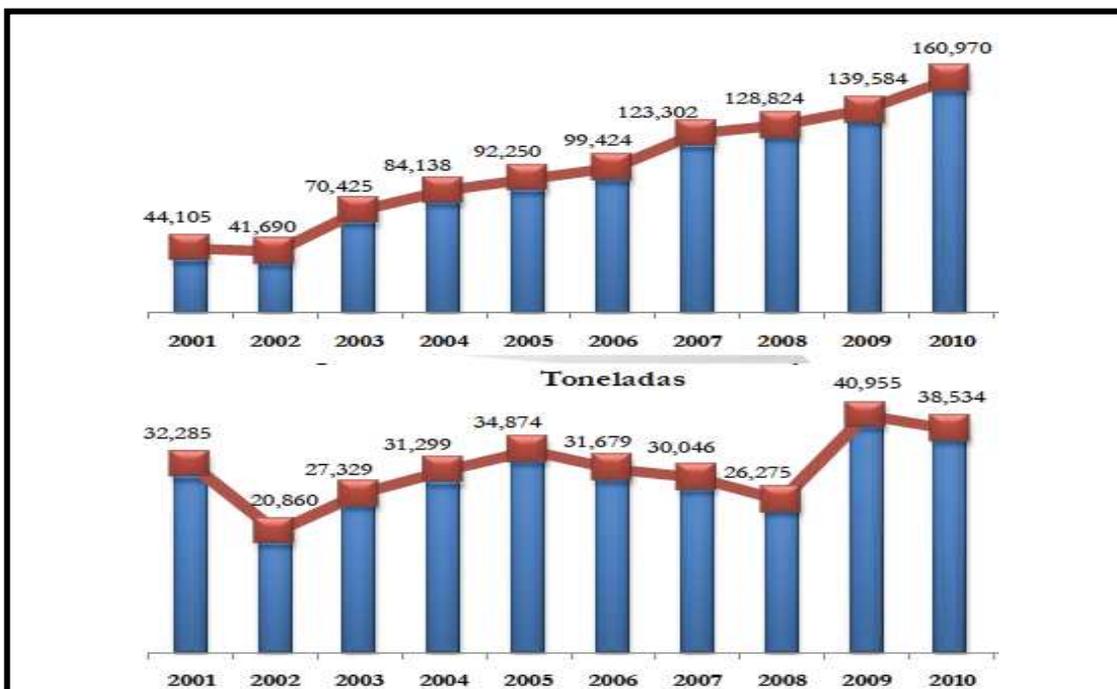


Figura 4. Exportaciones ecuatorianas de café y derivados, en valor FOB/ Miles USD.

Tomado de Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR adaptado de Banco Central del Ecuador (BCE), 2010.

En Ecuador las exportaciones de café orgánico se empezaron a registrar a partir del año 2005 y desde ese mismo año han incrementado casi al doble en comparación con el 2011. Cabe señalar que las cantidades de café orgánico exportadas son pequeñas “(...) se reporta un incremento de las exportaciones que pasó de 6.391 sacos de 60 kilos en el 2005 a 10.461 sacos de 60 kilos en el 2011” (COFENAC, 2012).

Tabla 3. Exportaciones ecuatorianas de café y derivados.

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE CAFÉ Y DERIVADOS							
Valor FOB / Miles USD							
Grupos	2007	2008	2009	2010	2011*	TCPA 2007 - 2010	Partic. 2010
Café	25,910.62	21705.44	46806.77	56258.09	15098.94	29.49%	34.96%
Derivados de Café	97,390.92	107118.37	92777.32	104653.4	17574.45	2.43%	65.04%
Total General	123,301.54	128,823.81	139,584.09	160,911.51	32,673.39	9.28%	100.00%
Toneladas							
Café	12,623.28	9,452.23	26,187.70	21,352.48	5,447.51	19.15%	55.41%
Derivados de Café	17,422.79	16,822.86	14,767.27	17,181.95	2,781.07	-0.46%	44.59%
Total General	30,046.07	26,275.09	40,954.97	38,534.43	8,228.58	8.65%	100.00%

Tomado de Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR adaptado de Banco Central del Ecuador (BCE), 2010.

En la Tabla 3 se observa el valor obtenido del 2007 al 2010 con estimados del 2011. El café como producto tiene una participación del 34,96% frente a los derivados que acumulan un 65,04%. Esto muestra que los productos derivados que sufren un proceso de elaboración generan un mayor beneficio por el valor agregado que se le da al producto.

Tabla 4. Exportaciones ecuatorianas de café y derivados.

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE CAFÉ Y DERIVADOS								
Valor FOB / Miles USD								
Partida	Descripción	2007	2008	2009	2010	2011*	TCPA 2007 - 2010	Partic. 2010
2101110000	Extractos, esencias y concentrados de café	95,874.86	107,015.11	92,747.04	104,642.71	17,574.45	2.96%	65.01%
0901119000	Los demás, café sin tostar, sin descafeinar	25,799.04	21,567.30	46,626.96	55,911.24	15,074.88	29.41%	34.73%
2101120000	Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados o a base de café	1,516.06	102.26	30.28	10.71	0.00	-80.81%	0.01%
0901900000	Cascara y cascanilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción	44.96	67.48	105.62	101.49	21.28	31.18%	0.06%
0901211000	Café sin descafeinar, en grano, tostado	35.79	33.03	44.37	207.41	2.27	79.62%	0.13%
0901212000	Café sin descafeinar, molido, tostado	30.83	37.63	27.24	37.27	0.51	6.53%	0.02%
0901220000	Café descafeinado, tostado	0.00	0.00	2.58	0.68	0.00	-	0.00%
	Total General	123,301.54	128,823.81	139,584.09	160,970.23	32,673.39	9.29%	100.00%

Tomado de Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR adaptado de Banco Central del Ecuador (BCE), 2010.

En la tabla 4 se puede observar la participación de mercado según la partida arancelaria. Dónde se encuentra que la mayor participación se la reparten en dos grupos. El primero los extractos, esencias y concentrados de café y el segundo café sin tostar, sin descafeinar. De lo que se recoge que los otros grupos no tienen tanto impacto en la economía, como estos dos.

1.2.2 Principales países de destino café orgánico y comercio justo

En el punto anterior se ha realizado un análisis de las exportaciones de todo el café ecuatoriano. En este apartado se realizará un análisis más concreto de los destinos de las exportaciones de café orgánico y bajo el sello de comercio justo.

América Latina es el principal productor del café orgánico, siendo los principales países importadores Alemania, Bélgica-Luxemburgo, Holanda, Francia y Suecia. El mercado de café orgánico y comercio justo está creciendo a un ritmo acelerado, marcándose una mayor tendencia hacia el mercado de comercio justo (Pro-Ecuador, 2011).

Las ventas de comercio justo en los últimos años han aumentado a pesar de la crisis mundial. Según los datos publicados por *Fairtrade International* “los

consumidores en todo el mundo han comprado durante el año 2011 productos con la certificación de comercio justo FAIRTRADE por un valor estimado de casi 5.000 millones de Euros, un 12% más que en el 2010.” (Fairtrade España, 2012). Otro de los datos relevantes se encuentra en el volumen de productos vendidos bajo el sello Fairtrade, dónde el café se sitúa casi a la cabeza del ranking, con un aumento del 12% en sus ventas (Fairtrade España, 2011).

En cuanto a los principales países de destino de café orgánico y de comercio justo elaborado por la región Sur de Ecuador, se ha seleccionado como principal distribuidora de cafés “especiales” la Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur (FAPECAFES).

Tabla 5. Clientes FAPECAFES.

Nombre	País	Año inicio relación comercial	Volumen actual de compra	Calidad del café
ETHIQUABLE	Francia	2003	3000 qq/año	Orgánico CJ, Convencional CJ y Soluble CJ
Kencaf Importing & Distribution	Canadá	2003	2508 qq/año	Orgánico, comercio justo, Convencional
H & H Coffee and Tea	Austria	2005	2090 qq/año	Orgánico
Equal Exchange	EEUU	2002	1672 qq/año	Orgánico CJ
Oxfam ww	Bélgica	2001	1280 qq/año	Orgánico, comercio justo

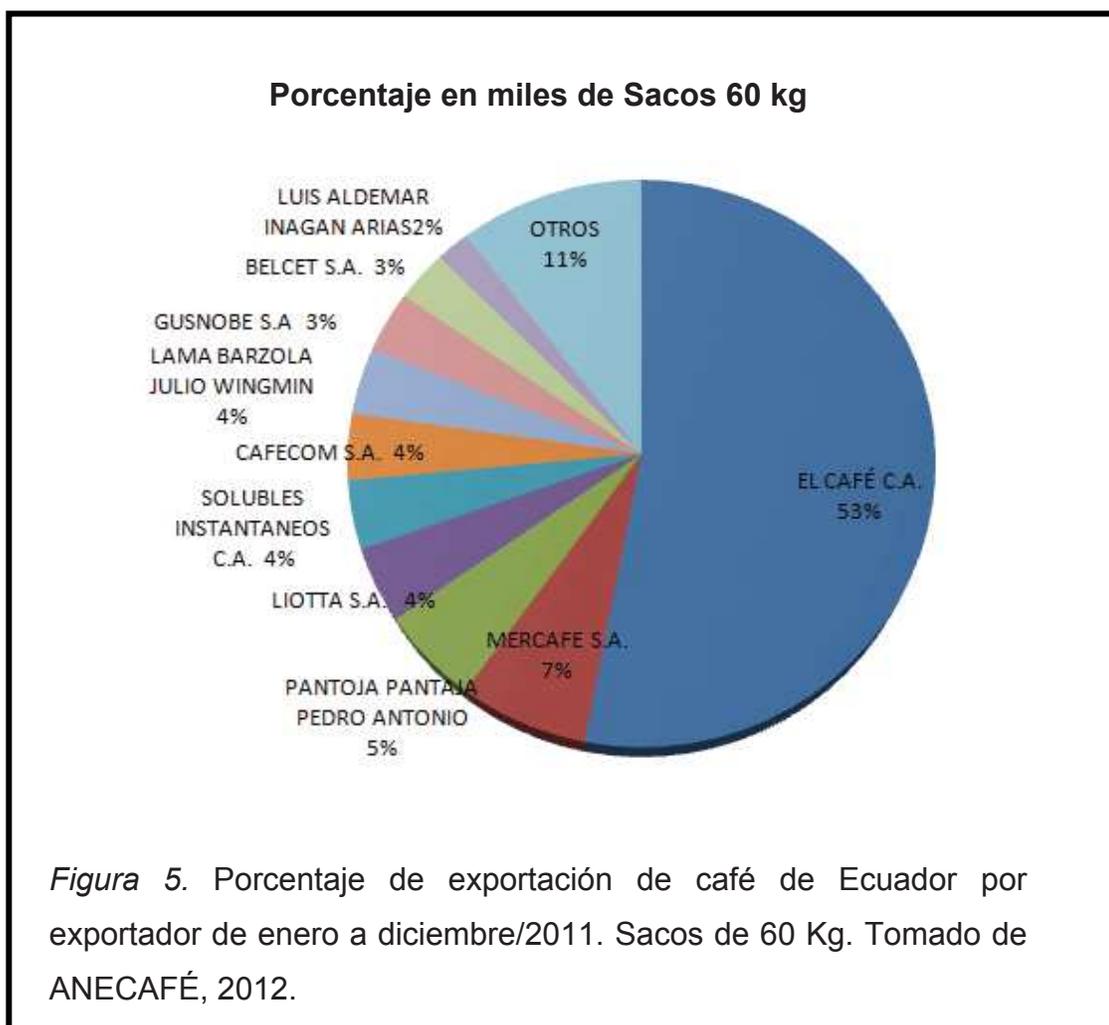
Tomado de FAPECAFES, 2009.

De las empresas importadoras de café orgánico y comercio justo las que más destacan son *ETHIQUABLE* (Francia), *Kencaf Importing & Distribution* (Canadá), *H & H Coffee and Tea* (Austria), *Equal Exchange* (EEUU), *Oxfam ww* (Bélgica). De lo que se desprende que los mayores consumidores de este tipo

de café de especialidad producido y comercializado por FAPECAFES son los europeos, seguidos de lejos por los norteamericanos (Anexo 1).

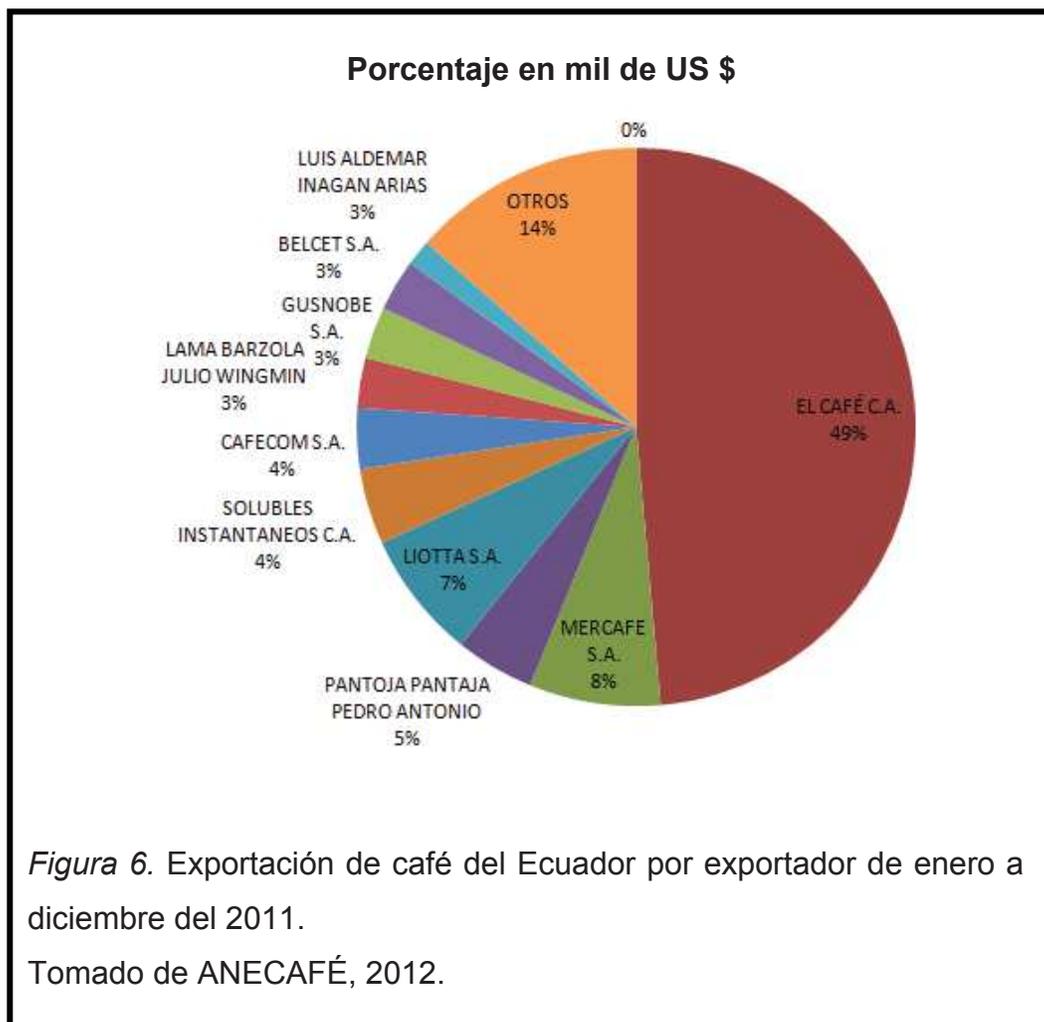
1.2.3 Empresas y asociaciones exportadoras de café

La exportación de café muestra unas cifras en las que se aprecia que casi todo el mercado, tanto por volumen de sacos exportados como por el dinero generado de esas exportaciones, lo retiene una sola empresa, El Café C.A, y con un menor porcentaje otras empresas más pequeñas. La Asociación Nacional de Exportadores de Café de Ecuador (ANECAFÉ), una entidad de derecho civil y privado sin ánimo de lucro que lidera el crecimiento del sector exportador cafetalero de Ecuador de manera sostenible, promueve mecanismos tendientes a incrementar la producción y de igual manera impulsa el mejoramiento de la calidad del café existente, mediante proyectos de cooperación técnica con entidades públicas o privadas, para mejorar en la producción en cantidad y calidad del café. Dicha asociación muestra que la industria cafetalera está dividida, las 40 empresas exportadoras que operan en esta industria se reparten el mercado, aunque 11 de estas empresas acaparan casi el 90% de la participación de mercado como se muestra en la siguiente Figura.



Según el porcentaje de mercado que ocupan estas empresas situadas en la Figura 5, se observa que EL CAFÉ C.A. posee más de la mitad de las exportaciones, acaparando el mercado y situándose en solitario lejos de MERCAFE S.A. con el 7% que ocupa el segundo lugar. CAFECOM S.A. cuenta con el 4%, situándose en la cuarta posición compartida con otras firmas.

En la Figura 6, se visualiza el porcentaje que acapara cada empresa en millones de dólares. La repartición no varía en relación a la Figura 5, EL CAFÉ C.A. está en el primer lugar con el 49%, las siguientes posiciones permanecen igual que la Figura 5. De esto se desprende que EL CAFÉ S.A. comercializa más volumen pero a un precio inferior. En el anexo 2 encontramos las 40 empresas exportadoras de café Ecuatoriano.



Dentro del Programa de Desarrollo Económico Local financiado por USAID (PRODEL) ejecutado en coordinación con el gobierno ecuatoriano cuyo objetivo es generar empleo y aumentar los ingresos de las familias de escasos recursos en las zonas rurales de las fronteras norte y sur del Ecuador mediante el desarrollo de cadenas de valor con asistencia técnica, capacitación y cofinanciamiento de inversiones para responder a las necesidades específicas de la población. Dentro de dicho programa se encuentran algunas de las empresas exportadoras de café de especialidad y/o asociaciones, entre las que cabe destacar Eco café, Asociación Río Intag, Café Galletti, Sol de Oriente, Café Velez, Escoffee, FAPECAFES, Productos Minerva, CAFECOM, El Café C.A, Hoja Verde, Sweet & Coffee (Anexos 3, 4, 5 y 6). Otras de las principales empresas que han participado en las exportaciones de café orgánico certificado son: Kave Café Ecuatoriana, FECAFEM y Exportadora González (COFENAC, 2012).

1.3 Principales instituciones relacionadas con el sector cafetalero en Ecuador.

En Ecuador se pueden encontrar diferentes instituciones que promueven la cultura del café. Las más importantes o con mayor relevancia son las siguientes.

- *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)* es la institución rectora del multisector, para regular, normar, facilitar, controlar, y evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país; promoviendo acciones que permitan el desarrollo equitativo y el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector impulsando al desarrollo de productores, generando valor agregado con rentabilidad económica, equidad social, sostenibilidad ambiental e identidad cultural (MAGAP, 2012).

Uno de los programas fomentados por el MAGAP consiste en el Programa de Reactivación Cafetalera del Ecuador y el Programa de Reactivación del Sector Cacaotero Ecuatoriano, a través de los cuales se busca la rehabilitación o establecimiento de cafetales tipo Arábigo y Robusta y la renovación de plantaciones de Cacao Nacional Fino de Aroma, que busca promover la productividad, rentabilidad, investigación, mejoramiento de la calidad e institucionalidad de la cadena de valor, con la finalidad de lograr la participación de al menos un 45% del mercado cafetero y cacaotero.

- *Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN)* Organismo técnico nacional, eje principal del Sistema Ecuatoriano de la Calidad en el país, competente en normalización, reglamentación técnica y metrología, contribuye al mejoramiento de la productividad y competitividad, de la salud y seguridad del consumidor, la conservación del medio ambiente y la promoción de una cultura de la calidad (INEN, 2012).

- *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR)*. Un aliado comercial preocupado en el desarrollo del negocio de los exportadores nacionales, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, reforzando la presencia en los principales mercados, impulsar la cultura exportadora, con énfasis en los nuevos actores del comercio exterior; promover la captación de inversiones que generen encadenamientos productivos y de tecnología, entre otros puntos sustituyendo las competencias que anteriormente tenía CORPEI (PRO ECUADOR, 2012).
- *El Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC)*, es una institución de derecho privado con finalidad social y pública, encargada de la organización, dirección y definición de la política cafetalera nacional (COFENAC, 2012).
- *Asociación Nacional de Exportadores de Café (ANECAFÉ)*, la entidad gremial cafetalera más antigua de Ecuador. Sus funciones son agrupar, organizar, representar y apoyar a los exportadores y Asociaciones y/o corporaciones de productores de café legalmente constituidas y debidamente registradas. Ofrece a sus miembros apoyo y asistencia. Mediante la investigación identifica las causas y los efectos de decisiones que afecten a la exportación y producción. Propende al mejoramiento de la calidad, fomentando alianzas entre gremios de productores y exportadores para lograr el crecimiento sostenible y rentable de la producción y de las exportaciones de café del Ecuador (ANECAFÉ, 2012).
- *Federación de Cooperativas Cafetaleras del Ecuador (FENACAFE)*. Este organismo gremial fue creado mediante Acuerdo Ministerial de abril de

1967 con el propósito de representar a las cooperativas cafetaleras dedicadas a la producción y comercialización del grano.

- *La Corporación Ecuatoriana de Cafetaleros y Cafetaleras (CORECAF)*, es el gremio nacional de productores-as de café. Es una corporación privada sin fines de lucro. En la actualidad cuenta con 5.674 afiliados.

Organizar, capacitar, defender y representar a los caficultores y caficultoras ecuatorianos, desarrollar alianzas estratégicas, difundir y gestionar políticamente, preservar el ambiente y mejorar la productividad y calidad de su producto para que esté en capacidad de competir a nivel nacional e internacional y con ello generar bienestar para las familias cafetaleras del país (CORECAF, 2012).

- *FAPECAFES* es una federación democrática, líder en producción y comercialización de cafés especiales, eficiente y competitiva a nivel nacional e internacional, en provecho de las asociaciones socias que trabajan en conjunto. Desarrolló en el sur del Ecuador la comercialización de cafés “especiales”, orgánicos con sello de comercio justo garantizando así, la calidad de vida del productor y de su producto. Desde el 2002, FAPECAFES cuenta con la certificación orgánica *BCS* y *Flocert*, certificaciones que también cumplen todos los productos comercializados por FAPECAFES. La Federación Sur está conformada por cuatro asociaciones de pequeños cafetaleros de la región sur del Ecuador: PROCAP, APECAM, PROCAFEQ y APECAP (FAPECAFES, 2012).
- *Empresa Pública de Desarrollo Productivo y Agropecuario del Sur (DEPROSUR)*, a través de proyectos brinda apoyo a las organizaciones de la zona sur, con el fin de promover el desarrollo socio-económico y el

cuidado medioambiental de la zona. Empresa Pública del Gobierno Provincial de Loja.

Estas instituciones junto a otras más pequeñas velan por desarrollo equitativo y el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector impulsando el desarrollo de productores y sus *stakeholders*, generando valor agregado con rentabilidad económica, equidad social, sostenibilidad ambiental e identidad cultural, esto se materializa a través de proyectos e iniciativas que impulsan de manera individual o coordinada como los proyectos del MAGAP y DEPROSUR llevados a cabo en la zona sur del país.

1.3.1 Proyectos de mejora de la industria cafetalera.

En el ámbito nacional del café se ha marcado el objetivo de impulsar por un período de diez años el Programa de Reactivación Cafetalera del Ecuador. Esto se quiere conseguir a través de incentivos productivos para la rehabilitación o establecimiento de cafetales tipo arábigo y robusta, para ello el Gobierno Provincial de Loja ha creado una empresa pública, DEPROSUR (Empresa Pública de Desarrollo Productivo y Agropecuario del Sur), encargada de implementar estos proyectos, ayudados por el MAGAP.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, a través de la Subsecretaría de Agricultura, aplica sistemas productivos tecnificados y sostenibles. Brinda asistencia técnica, capacitación, incentivos a la productividad e investigación participativa directa con las organizaciones caficultoras y cacaoteras. El fin es lograr la participación de al menos un 45% del mercado cafetalero y cacaotero. (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2010).

Actualmente el Viceministerio de Desarrollo Rural también se encarga de la “Gestión estratégica en la formulación, aplicación e implementación de las políticas, programas, normas e instrumentación de acceso, distribución, redistribución, reagrupamiento, legalización y uso de la tierra integrado a

planes productivos, para un uso sostenible del recurso tierra y el perfeccionamiento de la reforma agraria.” (Viceministerio de Desarrollo Rural, 2012).

De acuerdo con la normativa de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), impulsada por DEPROSUR, se pretende acabar con uno de los principales problemas, que es el uso excesivo de pesticidas y fungicidas, dándole importancia a la producción orgánica para conseguir mejorar la calidad y eficiencia de la producción mediante prácticas amigables con el medio ambiente, al mismo tiempo garantizar la seguridad de productores y consumidores finales para conseguir un comercio justo. “En este contexto DEPROSUR ha generado el modelo de gestión para implementar esas buenas prácticas en la provincia de Loja. El objetivo es obtener productos de calidad para que puedan ser industrializados o exportados” (Gobierno de la Provincia de Loja, 2012).

A nivel regional una de las primeras medidas tomadas ha sido redactar una agenda, la denominada Agenda productiva de la provincia de Loja (APP), en la que se marcan una serie de metas a largo y medio plazo con la finalidad de reactivar el desarrollo productivo y agropecuario del sur. Uno de los primeros pasos ha sido implementar los viveros para mejorar la caficultura y mantener acercamientos con los municipios. Una de las estrategias de la APP es ejecutar “el proyecto Transferencia y difusión de tecnología con buenas prácticas agrícolas, a organizaciones de pequeños y medianos productores; el diagnóstico rural participativo es una de las actividades“(Gobierno de la Provincia de Loja, 2012).

Otro de los objetivos es promover “(...) un programa de capacitación sobre comercialización asociativa con organizaciones cafetaleras independientes o asociadas como FAPECAFES, integrando a las familias cafetaleras de esta provincia (...)” (Gobierno de la Provincia de Loja, 2012).

Según se expone desde el Gobierno de Loja (2012) se espera que con estas propuestas se beneficien 1.650 familias de pequeños y medianos productores cafetaleros que integran 20 asociaciones de base, pertenecientes a organizaciones de comerciantes. De acuerdo a las iniciativas que se están generando en la provincia para fomentar la producción mediante certificaciones orgánicas y de comercio justo, esto favorece la comercialización de este tipo de café ya que los lineamientos marcados desde el gobierno central, desde las administraciones regionales y las instituciones privadas están impulsando una producción orgánica y con los estándares de comercio justo.

Capítulo 2: Diagnóstico de la situación socio-económica del cantón de Calvas y la comunidad de Cariamanga.

2.1 Situación socio-económica del cantón de Calvas y la comunidad de Cariamanga.

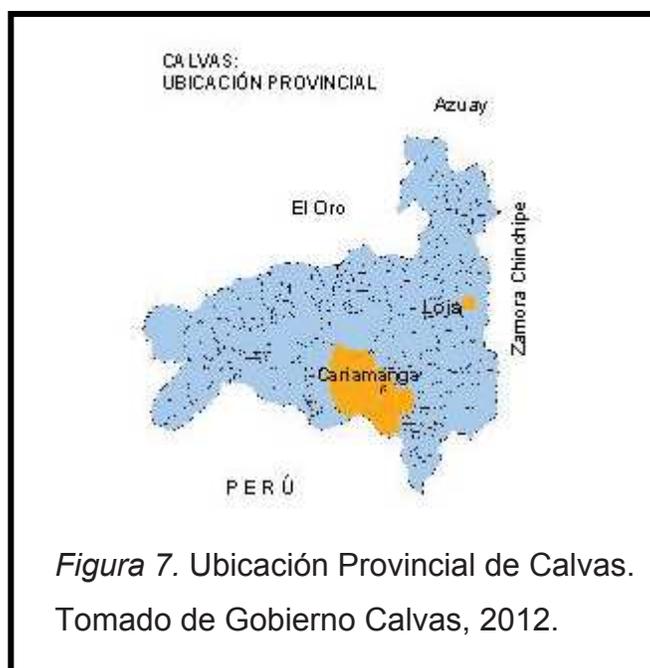


Tabla 6. Datos de Cariamanga.

Ubicación:	Provincia de Loja. A 106 KM al Sur de la Ciudad de Loja
Temperatura:	Varía desde 18 a 22 °C
Clima:	Templado y seco
Extensión Cantonal:	839 Km ²
Altitud:	1932 m.s.n.m.
Suelos:	Material parental suave y frágil, Altas pendientes (superiores al 50% promedio) escapa capa vegetal.

Tomado de Gobierno Calvas, 2012.

Cariamanga, pequeña ciudad turística y cultural, fundada en el año de 1546 por Gonzalo Pizarro. Cabecera del cantón Calvas de la provincia de Loja. Asentada en las faldas del Cerro Ahuaco, es rica por su producción agrícola y ganadera.

La población del cantón Calvas se encuentra mayoritariamente en la ciudad de Cariamanga, que contiene las partes urbanas de las parroquias San Vicente, Chile y Cariamanga: el 60,4 % de la población se ubica en periferia y el 39,6 % en Cariamanga centro o ciudad. (Gobierno de Calvas, 2007)

Tabla 7. Densidad poblacional de Calvas por parroquias.



Tomado de Gobierno Calvas, 2010.

El cantón está organizado de la siguiente manera:

- **División Política:** 3 parroquias urbanas, 4 parroquias rurales y 95 comunidades aproximadamente (Gobierno de Calvas, 2012).
- **Población Económicamente Activa:** La mayoría de sus pobladores se dedican a la agricultura y ganadería, siendo la zona de Colaisaca la que mayor producción ofrece en cuanto se refiere a productos de ciclo corto. Cabe destacar que la actividad comercial tiene gran relevancia siendo una fuente de ingresos muy importante para sus habitantes y en menor

medida la artesanía. Cariamanga también se nutre del turismo “llena de atractivos, especialmente en lo referente al turismo ecológico, de aventura y religioso” (Gobierno de Calvas, 2012), donde también se practican diversos deportes de riesgo.

- **Servicios Básicos:** Cariamanga dispone de agua potable, alcantarillado sanitario, energía eléctrica y telefonía; no así las parroquias las cuales fundamentalmente carecen de los servicios de agua potable y alcantarillado, disponiendo en su lugar el servicio de agua tratada y letrización (Gobierno de Calvas, 2012).

2.2 Producción del cantón de Calvas y la provincia de Loja

Según encontramos en el informe sobre el Monitoreo de Medio Término de las variables socio agroeconómicas, realizado por varias instituciones relacionadas con el mundo del café, entre ellas COFENAC y ANECAFE, se puede encontrar la distribución de la producción agrícola, coste producción y beneficio neto en relación al cultivo de perennes.

Tabla 8. Principales sistemas agrícolas de las fincas cafetaleras.

Provincias	Ciclo Corto	Ciclo anual	Perennes
El Oro	Maíz, maní, arroz, fréjol, huerto familiar	Caña de azúcar, yuca, banano, piña, plátano	Café, cacao, pastos, cítrico, caña guadua, árboles, bosque
Loja	Arroz, fréjol, maíz, maní, zapallo, huerto familiar	Banano, caña de azúcar, papaya, piña plátano, yuca	Café, cacao, aguacate, cítricos, pastos, árboles, bosque
Manabí	Maíz, fréjol, ají, maní, arroz, huerto familiar	Plátano, yuca, banano, papaya, higuera.	Café, cacao, pasto árboles, bosque achiote, caña guadua, cítrico

Tomado de COFENAC, 2011.

El área total cultivada en estas tres provincias, con 1.243 fincas cafetaleras es de 8.489,9 hectáreas que equivalen a un promedio general de 6,8 hectáreas/finca. En el 2011, las áreas destinadas a los cultivos de ciclo corto y

ciclo anual se incrementaron; mientras que las de ciclo perenne se redujeron, en comparación con los datos del 2007. En promedio, una finca de 6,8 hectáreas destina 1,39 hectáreas para cultivos de ciclo corto; 1,09 hectáreas para cultivos de ciclo anual y 4,34 hectáreas de ciclo perennes. (COFENAC, 2011). Según el estudio realizado en cuanto a la relación beneficio/costo de las actividades agrícolas, en los cultivos de ciclo corto fue de 0,70; en los cultivos anuales 0,86 y en los cultivos perennes 0,68 (COFENAC, 2011).

Tabla 9, Costo de producción, ingreso, beneficio neto y relación beneficio/costo en cultivos perennes.

Provincias	Nº de Familias	Área Ciclo Anual	Inversiones 2009	Ingreso Anual 2009	Beneficio Neto Global	Relación Beneficio/Costo
	<i>Número</i>	<i>Hectáreas</i>	<i>Dólares</i>	<i>Dólares</i>	<i>Dólares</i>	<i>B/C</i>
El oro	405	431	524.010	831.795	307.785	0,59
Loja	438	521	524.631	941.817	417.186	0,80
Manabí	400	484	264.762	438.445	173.683	0,66
Total	1.243	1.436	1.313,403	2.212,057	898.654	
Promedio/Finca		1,16	1.057	1.780	723	0,68

Tomado de COFENAC, 2011.

Esto nos muestra que el sector que menos retribución recibe es el de los perennes, esta tendencia se quiere cambiar. De ese modo el gobierno central como los gobiernos locales están impulsando medidas y prácticas que ya han dado sus resultados, obteniendo un incremento en la producción de más del 100% por hectárea en la provincia de Loja concretamente (Gobierno de Loja, 2012).

En promedio la productividad de los cafetales pasó de 3,67 quintales de café oro/hectárea [en el 2007] a 8,22 quintales de café oro/hectárea, esto equivale a un incremento de 4,55 quintales de café oro/hectárea (...). Se considera que este incremento en los promedios de rendimiento es resultado de la

intervención del proyecto [de Reconversión de pequeñas fincas cafetaleras en unidades agropecuarias autosostenibles, REFINCA] (COFENAC, 2011).

Hablando concretamente del cantón de Calvas la producción agrícola comprende: Café, Arveja, Maíz duro, Fréjol, Algodón, Frutas. Mientras que la Ganadera está compuesta por Vacuno, Caprino, Caballar, Mular (Gobierno de Loja, 2012).

2.3 Café de Cariamanga

El café de especialidad producido en Cariamanga por su cuerpo, acidez, sabor y balance, ha sido considerado uno de los mejores del Ecuador, con el cual ha recibido certificaciones internacionales. Entre estas cabe destacar el primer premio obtenido en el 2005, en el primer concurso regional “A LA MEJOR TAZA DE CAFÉ ECUATORIANO-ZONA SUR.” Así mismo en el 2007, 2008 y 2009 estuvo entre los tres mejores clasificados del concurso Taza Dorada, organizado por COFENAC, ANECAFE, CORPEI y USAID Ecuador (CAFECOM, 2012). “Estos galardones obtenidos son un reconocimiento a un trabajo bien realizado, además de ser un orgullo para los productores, lo que les permite obtener un mejor precio por el café producido” (La Hora, 2007).

En esta localidad encontramos la Asociación de Productores de Café Especial de Cariamanga. Un organismo constituido por más de 200 productores, los cuales trabajan diariamente, para tener el mejor producto de exportación, con las certificaciones orgánicas necesarias y a la vez trabajando bajo los parámetros del comercio justo. Es importante destacar que el correcto tratamiento post-cosecha se orienta a asegurar un café de buena calidad, esto comprende la cosecha selectiva de los frutos maduros, despulpado, fermentado, lavado, secado, almacenado y transporte oportuno con los cuidados necesarios. Antes de enviarlo al extranjero, el café pasa a un centro de acopio, donde el proceso de transformación del café permite optimizar los recursos y obtener un producto con el sello de las tres “C” de Calidad, Calidez y

Competitividad (Telégrafo, 2012). Del café seleccionado solo entra aquel con un nivel de humedad entre el 10 y 12%. Por último De cada saco se toman muestras que se remiten al destinatario y otra a un catador que lo califica conforme a tablas internacionales, lo que determina su precio (La hora, 2012).

2.4 Producción de café y su importancia en el entorno.

Cariamanga posee unas condiciones excepcionales para la producción de café por encontrarse a una altura de 1932 m.s.n.m., sumado a las condiciones climáticas, ambientales y del suelo de la zona; todo ello unido a que los productores ya han recorrido gran parte del camino en lo que se refiere a la producción de café orgánico de calidad mediante dos asociaciones productoras en Cariamanga (Asociación de cafetaleros Bio-Orgánicos del Centro Agrícola Cantonal de Calvas y Asociación de Productores de Café Especial de Cariamanga – APCEC) que se dedican a la producción de café bajo las condiciones de comercio justo, lo que ha permitido que los agricultores se unan para trabajar de manera asociativa. En esta población, llevan algunos años produciendo bajo estas condiciones lo que permite empezar a trabajar con unas bases ya establecidas.

Así mismo gracias al Programa USAID-PRODEL, se ha conseguido certificar el café orgánico, proceso que trae consigo muchos beneficios, pues al ser un producto orgánico tiene mayores posibilidades de venta en el mercado internacional, por ello la responsabilidad de todos quienes son parte de este trabajo (Isabel Lages ,2012).

La producción en estos momentos está por debajo de 11 quintales por hectárea, una cifra muy baja, *teniendo en cuenta que la producción ideal buscada sería entre 30 y 40 quintales por hectárea*, según expresó el presidente de CAFECOM, Vinicio Dávila. Por lo tanto se puede hablar que la producción en estos momentos se encuentra entre el 33% y 25% de su potencial. Esto significa que existe un margen de crecimiento enorme en la

producción que hace posible la búsqueda de nuevos mercados dado que el abastecimiento en un futuro está garantizado. Las razones por las que no se consigue la producción ideal se encuentran sobre todo en la falta de capacitación y de medios de los productores, que está mejorando gracias a PRODEL, dónde se están ofreciendo capacitaciones y materiales que mejoran sus ingresos y ventas, y con ello el aumento de la productividad (Marco Gutiérrez, 2012)

En el cantón de Calvas se realizó una asamblea sobre el proyecto que impulsa CAFECOM, con el apoyo de USAID-PRODEL (*Fortalecimiento a la producción del Café de Calvas*), dónde se habló sobre “la organización de exportación para Holanda, Chile, Nueva York y Canadá” (Marco Gutiérrez, 2012), con la finalidad de poner el producto de Cariamanga en el mercado internacional. Esto facilita la exportación al mercado español ya que el mercado común Europeo tiene las mismas exigencias para los países miembros. De esta manera, si a Holanda se está exportando se deben haber cumplido todos los requisitos de la Unión Europea, esto quiere decir que el acceso al mercado de países miembros de UE sería más factible.

2.5 Precio

El precio viene determinado por varios factores, pero como se expone en apartados anteriores el café de Cariamanga cumple los requisitos de un café de especialidad de calidad. Esto quiere decir que este café será muy cotizado en el extranjero. Sin embargo no hace mucho que disponen de un catador en la localidad, antes “se pagaba por el análisis de cada muestra 70 dólares en Colombia. Lo peor era que cuando se saltaba este paso, el comprador depreciaba la calidad y bajaba el precio engañando al productor.” (La Hora, 2012). Esto afectaba negativamente a la comunidad. Hoy se sabe a ciencia cierta que su café supera los 85 puntos y en sitios específicos llega incluso hasta 92 y se lo cotiza entre los 380 y 400 dólares/quintal a nivel internacional.

Es simple, el producto que se vende en el mercado común alcanza hasta 180 dólares por quintal. En el mercado de la asociación se parte de 280 dólares, pues obtiene un valor agregado por el comercio justo y la certificación orgánica en finca. Además puede incrementarse entre 100 y 120 dólares por el nivel de calidad hasta llegar a los 400 dólares (La Hora, 2012).

En la guía del proceso de exportación del café publicada desde la asociación FAPECAFES establece los siguientes precios para el café orgánico y café orgánico de comercio justo. En el caso del café orgánico el precio depende de la bolsa de Nueva York y se agrega premios por orgánicos que pueden ir desde los \$12 por quintal. Para el caso del café de comercio justo existe un precio mínimo de comercio justo que es igual a \$119 para Sudamérica y \$121 para otros países, cabe destacar que a estos premios sobre el valor del café en la bolsa de Nueva York se le aplican una serie de premios adicionales, como por ejemplo premios por calidad, pero estos dependen mucho del cliente y la valoración que le da al café de FAPECAFES, en este sentido, se ha logrado negociar premios por calidad de \$5 hasta \$10 por quintal (FAPECAFES, 2009).

2.6 Asociaciones y empresas que comercializan el café de Cariamanga

En Ecuador se conformó la organización de FAPECAFES, Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur. Es una federación democrática, líder en producción y comercialización de cafés especiales, en provecho de las asociaciones socias que trabajan en conjunto. La Federación Sur, asociada a FAPECAFES, está conformada por cuatro Asociaciones de Pequeños Cafetaleros de la región sur del Ecuador: PROCAP, APECAM, PROCAFEQ y APECAP que son las que componen la Federación junto con sus socios, aproximadamente 1000 socios (FAPECAFES, 2012).

Para el año 2001, conjuntamente con las ONG's y asociaciones involucradas en el tema café en la Provincia de Loja, se busca una estrategia que permita la comercialización del café de toda la

zona, obtener mayores volúmenes y diversas calidades para ofertar al mercado; además, se busca disminuir los costos de exportación y por lo tanto, ser más competitivos en el ámbito local e internacional (...). En Abril del 2002, luego de un año de experiencia de comercialización conjunta, las cuatro asociaciones deciden iniciar el proceso de legalización desde el 23 de Septiembre del 2002, en calidad de “Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur” (FAPECAFES, 2012)

De este modo quedaría comprendida la región sur de productores en 4 grandes asociaciones que están compuestas por asociaciones más pequeñas. En el siguiente cuadro podemos destacar las organizaciones que comprenden la región de Loja.

Tabla 10. Organizaciones productoras de Loja.

Nº	Organización	Nº de socios total
1	Asociación de Productores Agropecuarios Reina del Cisne	18
2	Asociación de Caficultores "Santa Rufina"	25
3	Asociación de Productores Agropecuarios de Chaguarpamba	28
4	Asociación de Productores Orgánicos de Puyango – APOP	23
5	Asociación de Productores de Café de Altura Puyango - PROCAP"	200
6	Asociación de Productores de Café Especial de Carimanga – APCEC	17
7	Cooperativa Cafetalera "San Felipe"	35
8	Asociación de Productores de Café Orgánico de Altura "Unión de Artesanos El Colmenar"	62
9	Asociación Artesanal de Productores de Café de Altura de Fundochamba - AAPCAF"	21
10	Asociación de productores de café de altura de Espíndola y Quilanga – PROCAFEQ	312
11	Asociación de cafetaleros Bio- Orgánicos del Centro Agrícola Cantonal de Calvas	-
Total:		741

Tomado COFENAC, 2012.

En esta Tabla encontramos 11 asociaciones de la provincia de Loja. Las dos más grandes son PROCAFEQ y PROCAP, ya que poseen el mayor número de socios. Podemos resaltar que el sector está compuesto en su mayoría por agricultores que conforman asociaciones con mayor capacidad de producción, y de este modo conseguir mejores precios al productor debido al incremento de volumen y poder de negociación que adquieren al asociarse.

Entre las empresas privadas que se dedican a la comercialización del café de Cariamanga las dos a resaltar son *CAFECOM* y *Sweet and Coffee* y las dos asociaciones, Asociación de Productores de Café Especial de Cariamanga (APCEC), y Asociación de cafetaleros Bio-Orgánicos del Centro Agrícola Cantonal de Calvas.

CAFECOM es una de las empresas que comercializa café de Cariamanga, a Estados Unidos y Europa, su café ha ganado varios premios en distintos certámenes. Este café se produce conservando el ecosistema, según expresan desde su Página Web (CAFECOM, 2012).

Sweet and Coffee es una empresa que opera desde el año 1997, en Ecuador, expone en su Página Web que recorrieron el país en busca de la localización ideal donde el clima, la altura y el suelo se combinen creando las condiciones perfectas para el sembrado, entre estas zonas elegidas se encuentra Cariamanga, lo que una vez más pone de manifiesto la calidad cafetalera de la zona (Sweet and Coffee, 2012).

2.7 Puntos problemáticos del cantón de Calvas.

Según un estudio realizado en la región (Del Cisne, 2010; p.5), la situación socioeconómica es un reflejo de los factores de repercusión nacional. La región sur del país está muy poco industrializada sobre todo en el cantón de Calvas, esto hace que la dependencia a la comercialización de sus productos y servicios sea alta. La complejidad en la cadena de intermediarios agrava la

situación y hace que los precios que reciban los productores no sean justos. Con esta complejidad se hace referencia a la eliminación o reducción del número de intermediarios, de costes de publicidad, y la renuncia del resto de actores a obtener márgenes de beneficio desorbitados permite compensar este mayor precio pagado en origen.

En Calvas se observan una serie de problemas, divididos en dos bloques Económicos-Sociales y Agrícola-Productivo. En el primer bloque, **Económicos-Sociales**, tenemos que Calvas es un cantón con muchas necesidades económicas que influyen directamente e indirectamente en los aspectos sociales, por eso aparece como dos problemas ligados entre sí. Es verdad que estos problemas económicos los sufren más en el medio rural, como la mayoría de la Provincia, debido a las precarias condiciones económicas y a la falta de reinversión en el campo, lo que propicia que la juventud migre a diferentes ciudades del país y al exterior, quedando únicamente la población adulta en el lugar.

Esto ha repercutido directamente en el aspecto **Agrícola-Productivo**, ya que la carencia en el factor humano y de capital, ligado a la falta de acompañamiento técnico y capacitación para tecnificar las diversas actividades agrícolas y pecuarias, dieron como resultado una bajada en nivel y clase de explotación que realizaba en el ámbito de la agricultura, la ganadería y las artesanías en menor escala, haciendo que no se usufructúe al máximo y en forma técnica estos recursos; realidad que no ha permitido el desarrollo en todo su potencial (COFENAC, 2012).

Para revertir esta tendencia se están implementando diferentes medidas a nivel nacional y regional, marcadas por implementación de un nuevo sistema de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), orientadas a “mejorar la calidad y eficiencia de la producción; generar prácticas amigables con el medio ambiente; y, garantizar la seguridad de productores y consumidores finales” (Gobierno de Loja, 2012).

2.8 Beneficios para el campesino productor y exportador

Los beneficios que reciben los campesinos productores son diversos. Pero el principal es el empuje de la administración central y las administraciones regionales junto con las asociaciones para reactivar el sector que sufrió tantos años atrás. Esto se consigue a través de políticas que favorecen la producción, comercialización y exportación, lo que repercute en una mejora del cultivo que se traduce en beneficios para el productor. Danilo Cueva, técnico del programa de negocios inclusivos de la Asociación Procafeq, afirma que “desde inicio del proceso organizativo cada familia pasó de tener un ingreso diario de 3 dólares a uno de 6.” (La Hora, 2012). Por otro lado, Jaime Santín, técnico del Programa de Desarrollo Económico Local de la misma asociación que reúne a 450 familias de Quilanga, Gonzanamá, Espíndola, Calvas y Sozoranga, indica que “para lograr este nivel se requirió de un proceso estricto partiendo desde el cultivo hasta el procesamiento, pero además en la clasificación por calidad.” (La Hora, 2012).

Esta gran diferencia de ingreso diario que obtienen los campesinos, el doble, hace que sea mucho más rentable dedicarse al cultivo de café y mejora notablemente las condiciones laborales de este sector. Adicionalmente se crea una cultura positiva entorno al cuidado del medio ambiente y el entorno (Elzakker, B. y Eyhorn, F. 2010, p.10).

Cabe resaltar el éxito obtenido por la asociación FAPECAFES, han conseguido mayor poder de negociación al tener mayor volumen de producción como asociación que como productores individuales, lo que les da otros beneficios tales como mejor acceso al financiamiento, capacitaciones, lo que les da una ventaja competitiva para los productores asociados a la misma.

CAPÍTULO 3: Análisis del mercado español.

Introducción

En los últimos años la manera de consumir café en España ha variado; antes se consumía en mayor proporción el café fuera del hogar, en los bares, restaurantes y cafeterías, pero la crisis ha dejado tocado el bolsillo de los españoles, y de lo primero que se ha prescindido es del consumo en la hostelería aumentando el consumo en el canal de la alimentación en detrimento del primero, según se presenta en el estudio de “Informe Sectorial del Café en España 2011”, elaborado por la Federación Española del Café (FEC) en Fórum del café (2011). Uno de los motivos que ha propiciado este cambio se atribuye a la crisis económica mundial, que azota con extrema dureza, especialmente, en dicho país. Por otra parte, el consumo de café encapsulado (café que se comercializa en pequeños contenedores sellados, para usarse en máquinas específicas adaptadas para recibir dichas cápsulas) ha tenido un gran *boom* comercial desde el año 2001 en España. Este tipo de café tiene la ventaja de que la cápsula protege el café contra la humedad y la luz, lo que asegura que cada taza tenga el mismo sabor y aroma, y esto favorece para que se dé el consumo en el hogar. Estas mejoras conseguidas por el encapsulado y la pérdida de poder adquisitivo han producido esta variación en la manera de consumir, cabe aclarar que a priori el café encapsulado resulta más caro en comparación con otras de las presentaciones en las que se comercializa el café para su consumo en el hogar, sin embargo siempre resulta más barato que tomarlo fuera del hogar. Por otro lado las tendencias marcan un alza en el consumo de productos comercializados bajo el sello de comercio justo y producido de manera orgánica.

A continuación se analizará la demanda de café en el mercado español, las tendencias de dicha demanda con certificación orgánica y de comercio justo y por último, los principales oferentes de este tipo de café.

3.1 Análisis de la demanda de café en España.

En el año 2011, España importó un total de 234.495 toneladas netas de café, pero de esta cantidad importada, no todo se dirige únicamente al consumo interno del país, sino que en los últimos años existe una tendencia a la re-exportación, donde España actúa de intermediario. La mayor parte de las re-exportaciones se dirigen al resto de la Unión Europea, principalmente Portugal y Alemania, aunque el mercado principal es Suiza. El resto de las exportaciones extracomunitarias están muy diseminadas (Subdirección General de Comercio Exterior de Productos Agroalimentarios, 2011).

El consumo de café es estable desde 2006 al 2009, periodo de años en que el consumo se situaba en 4kg/habitante/año, no ha sufrido grandes variaciones, en el 2010 se encontraba en 3,85 kg/habitante/año (FEC, 2011). Si se cuenta con que la población española triplica en número a la población ecuatoriana y “8 de cada 10 españoles consumen café a diario atraídos por su aroma, su sabor y por sus efectos estimulantes” (Fórum del Café, 2010). Se prevé una gran oportunidad en este mercado que importó en el 2010 más de seis veces (263.323Tm) de lo que exporta Ecuador para ese mismo año (38.534Tm).

3.1.1 Importaciones de café en España.

España es un país considerado importador de café, pues la escasa producción de ciertas áreas no es suficiente para considerar al país como un productor de café a nivel internacional.

Tabla 11. Importaciones de Café en España por tipo/Toneladas.

	Importaciones de Café en España/Toneladas			
	Verde	Tostado	Soluble	Total
2004	226.251	10.667	3.607	240.525
2005	241.236	11.560	4.154	256.950
2006	241.387	15.001	5.024	261.412
2007	262.227	15.211	6.318	283.756
2008	257.061	16.548	8.159	281.768
2009	239.083	17.439	8.081	264.603
2010	238.950	14.593	9.780	263.323
2011	234.495	14.262	10.086	258.843

Tomado de Federación Española del Café, 2011.

Como se observa en la Tabla 11 la mayor participación de estas importaciones las acapara el Café Verde, en torno al 90,5% de las importaciones, mostrándose una gran diferencia, que marca la preferencia para la comercialización internacional de este estado del café, frente al 5,6% del Tostado y 3,9% del soluble.

En cuanto a las importaciones por variedad, sigue predominando la importación del café robusta frente a las importaciones de la variedad arábica, el 63,16% y 36,84% respectivamente.



Como muestra la Figura 8 la participación de robusta es mayor. Cabe recalcar que esto se debe a que el soluble y el de exportación agrupan un gran porcentaje del total del robusta. El consumo interno de España esta dividido en los hogares en donde se consume en mayor proporción el café soluble, frente al sector hostelero que usa el café tostado de variedad arábica. “Por lo que en el consumo interior del café tostado y en particular el de hostelería el porcentaje de arábica es sensiblemente superior al de robusta” (Fórum del café, 2011: p. 22). En definitiva la variedad arábica es preferida por el consumidor español fuera del hogar.

Tabla 12. Café Verde: Importaciones por Variedad (%).

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Variedades Arábicas	38,88	39,18	40,39	39,59	35,98	37,29	39,84
Colombia	6,45	8,99	7,78	7,99	6,10	5,40	6,33
Otros Suaves	8,76	6,73	9,17	8,72	8,70	10,13	9,19
Brasil y otras variedades Arábicas	23,67	23,46	23,44	22,88	21,18	21,76	21,32
Variedades de Robustas	61,12	60,82	59,61	60,41	64,02	62,71	63,16

Tomado de Fórum del Café, 2011.

En la tabla anterior se observan las cifras de las importaciones en porcentajes, durante el periodo de 2005-2010. Como se ha expuesto con anterioridad, la importación de la variedad de robusta predomina frente a la arábica. Analizando las diferentes variedades que se consumen en España, en el informe realizado por el FEC, el cual afirma “La importación de arábicas lavados (Colombias y otros suaves) se mantiene estable desde 2005, mientras que los brasiles bajan ligeramente en favor de los robustas por una mera cuestión de precio” (Fórum del café, 2011: p. 22).

En la siguiente tabla se destacan los principales proveedores de café verde al mercado español durante el año 2010 y 2011, resaltando la variación entre los años y el porcentaje del total de las importaciones de café verde de España. Vietnam y Brasil son los principales proveedores 33,67% y 20,26% respectivamente, abarcando más de la mitad del mercado entre ambos.

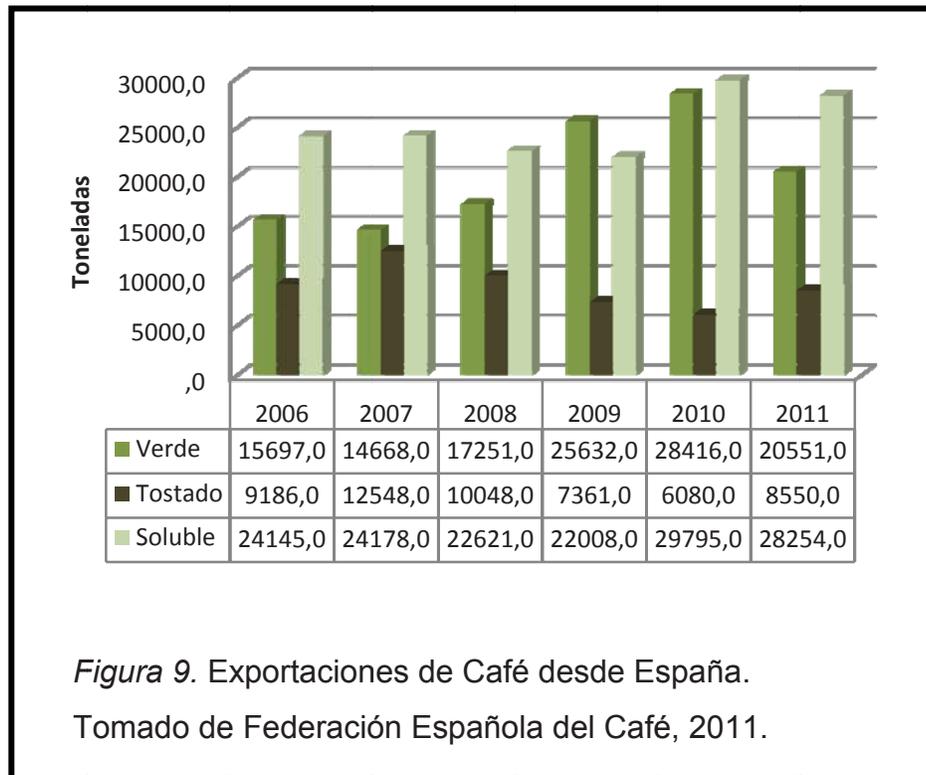
Tabla 13. Importaciones brutas de Café Verde por países (Tm).

Principales proveedores	Año 2010	Año 2011	Var. 11/10	% S/Total
Vietnam	94.661	85.884	-9,27%	33,67%
Brasil	57.081	51.679	-9,46%	20,26%
Uganda	14.747	17.946	21,69%	7,04%
Alemania	23.650	23.542	-0,46%	9,23%
Colombia	12.076	13.783	14,13%	5,40%
Indonesia	10.111	2.145	-78,78%	0,84%
Costa de Marfil	11.933	8.827	-26,03%	3,46%
India	8.550	14.674	71,62%	5,75%
Nicaragua	6.767	3.043	-55,04%	1,19%
Países Bajos	3.209	5.724	78,37%	2,24%
Honduras	4.834	5.057	4,62%	1,98%
OTROS	19.880	22.743	14,40%	8,92%
TOTAL	267.499	255.046	-4,66%	100,00%

Tomado de Federación Española del Café, 2011.

3.1.2 Exportaciones de café en España

El total de las exportaciones asciende a 64.291 toneladas en el 2010 y muestra una contracción de 6.936 toneladas en el 2011, dejando unas cifras totales para ese año de 57.355 toneladas como se observa en la Figura 9. Si comparamos los datos de las exportaciones del 2011 en relación a las importaciones del 2011 (234.495tm) se observa que aproximadamente un cuarto del total del café que entra en España se exporta, lo que supone que no todo el café que compra España es para el consumo interno.

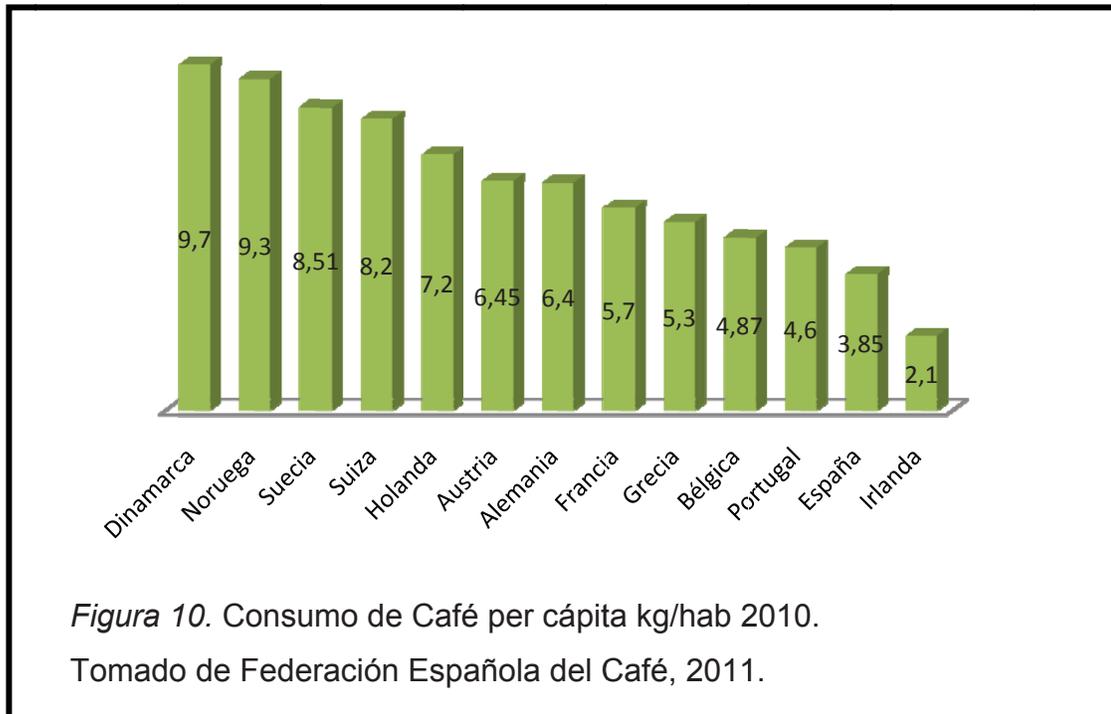


3.1.3 Consumo de café en España

El consumo per cápita de café en España es alto en comparación con Ecuador (3,85kg/año y 0,66kg/año, respectivamente). Sin embargo, España no es uno de los países con una tasa elevada de consumo dentro de la Unión Europea.

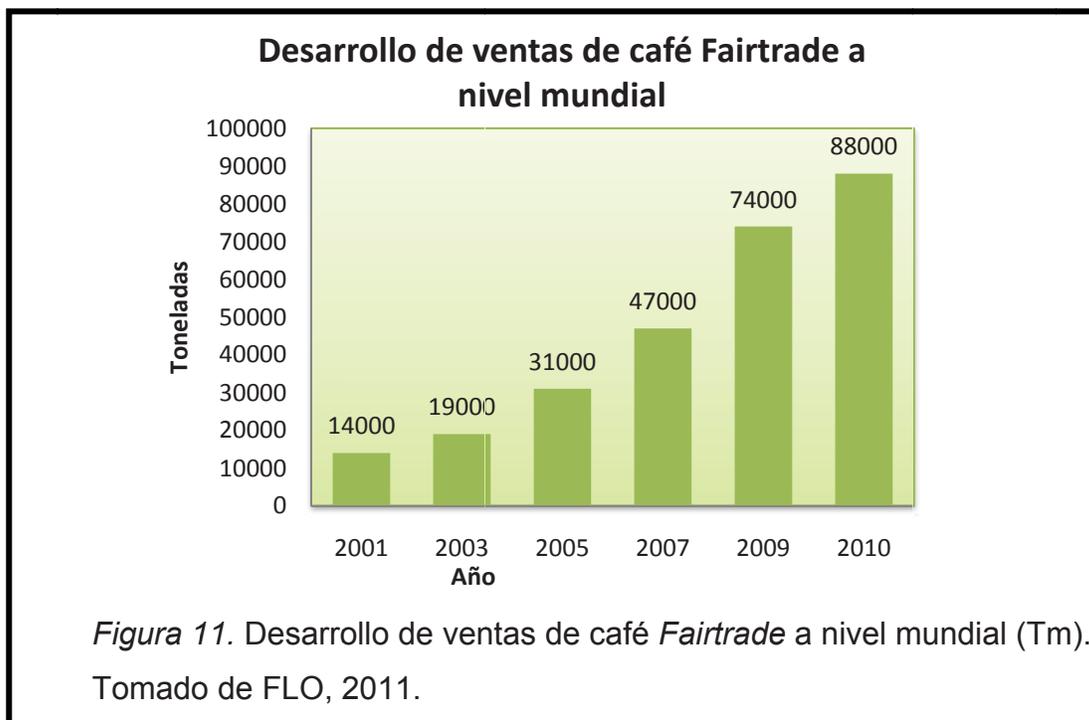
En la Figura 10 se puede observar el consumo per cápita en el año 2010 de los principales compradores de café en la Unión Europea.

Según los datos facilitados por la Federación Española del Café, el consumo per cápita en España fue de una media de 3,85 kg/café/2010, situando a España en la cola de Europa tan solo por delante de Irlanda, que posee un consumo de 2,1 kg/hab/año.



3.2 Tendencias de la demanda de café con certificación orgánica y de comercio justo en el mercado español.

El comportamiento del consumidor en el mundo ha variado a favor de los cafés de alta calidad y los cafés producidos que le dan especial importancia a la responsabilidad ambiental y social (Pro-ecuador, 2011). También se observa una tendencia de mayor consumo de café comercio justo (Fairtrade) y esto se puede relacionar directamente a las ventas de café. Ya que en el 2001 se vendía un volumen de 14.000 Tm de café frente a las 88.000 del 2010. Las ventas han crecido un 528% en 9 años.



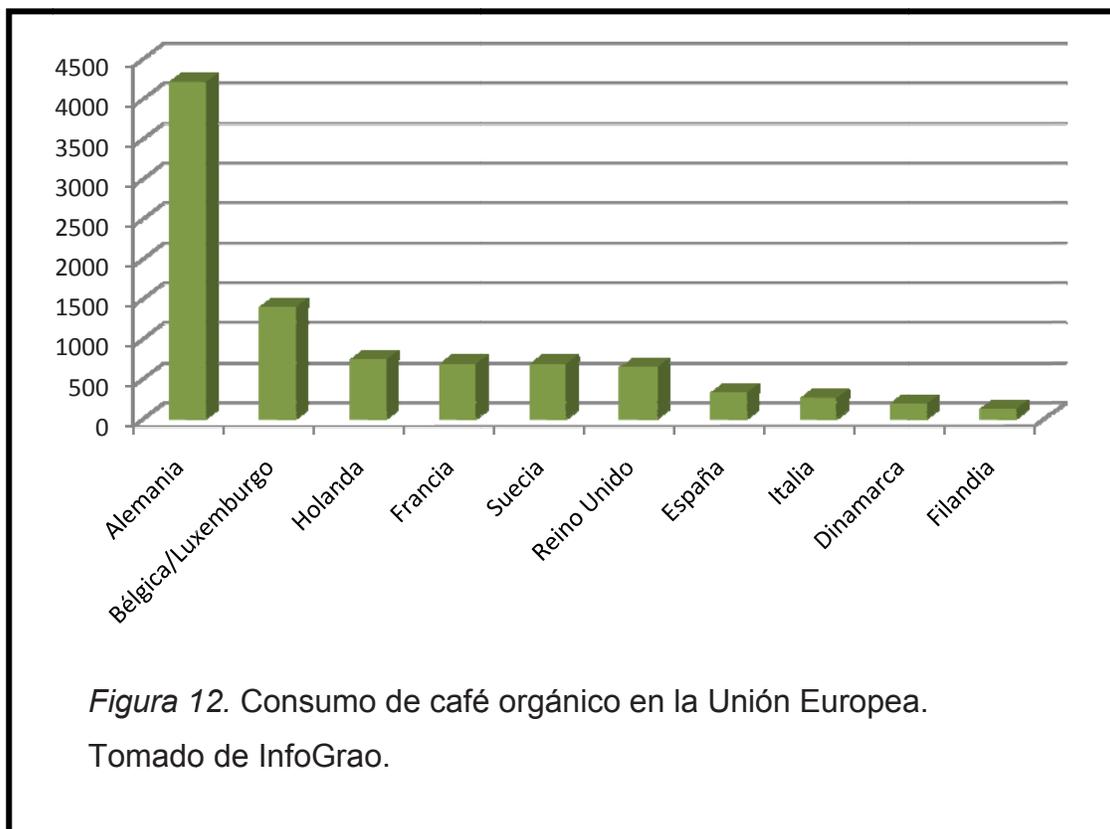
Según se observa el desarrollo de las ventas de café Fairtrade a nivel mundial ha sido acelerado. El café de comercio justo ha crecido durante el año 2010 un 19%, en comparación con el año anterior con más de 1.400 empresas con licencias para vender el café. De estas empresas, 21 se encuentran en España. Según se afirma desde la plataforma oficial de comercio justo “En España los consumidores compraron café *Fairtrade* por 10,5 millones de Euros, 7 veces más que en el 2006, el primer año de funcionamiento de *Fairtrade* en España” (Fairtrade España, 2011), lo cual demuestra la factibilidad de introducir productos de este tipo en el país. Esta situación mundial también se ve reflejada en el mercado español.

Las tendencias de consumo en España están marcadas por las preferencias de unos consumidores, que cada vez se interesan más por lo que comen, buscando productos orgánicos. De igual manera se sienten más interesados en el origen y la mano de obra utilizada en su producción. Esto ha favorecido la compra de bienes bajo el sello de comercio justo, que refleja un gran aumento

El departamento de *Equimercado* de la Fundación *Adsis*, organización no gubernamental española que busca construir una sociedad más justa y solidaria trabajando, entre otros, con la promoción y desarrollo del comercio justo siendo su departamento de Equi-Mercado uno de los miembros fundadores de la Coordinadora Estatal de comercio justo y de la Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT) (Fundación Adsis, 2012), expone que el comercio justo en el año 2009 realizó en España unas ventas por valor de 18 millones de euros, de este monto el 60% es alimentación, y las ventas del café acaparan el 50% de esta categoría. En ese mismo año crecieron las ventas de comercio justo en un 40% respecto al 2008. Ese porcentaje de crecimiento es un indicador positivo, ya que en el 2010, el crecimiento respecto al 2009 fue de un 82,5% duplicando el crecimiento del año anterior. Según afirma *Fairtrade* España, por medio de su presidenta:

En España durante el 2010 hemos comprado productos de comercio justo avalados por la certificación *Fairtrade* por un valor estimado de 14,9 millones de euros, lo que equivale en plena crisis a un crecimiento del 82,5 % en comparación con el año anterior” (Fairtrade, 2011)

El consumo de café orgánico certificado también está creciendo a un ritmo importante, aunque claramente la tendencia es mayor hacia el mercado de comercio justo debido principalmente, a que el nuevo consumidor es más sensible hacia los aspectos sociales y ambientales (Pro-ecuador, 2011).



La Unión Europea consume aproximadamente 27.4 millones kilogramos de “Café Orgánico Certificado” constituyendo el 1% de las ventas totales de café en Europa, siendo los principales importadores de café orgánico son Alemania, Bélgica, Países Bajos, Francia y Suiza (Mineco, 2008).

La tendencia del consumo, que aumenta en España, es hacia un comprador más responsable sobre su gasto, interesándose por el origen y el tratamiento de los productos consumidos. Según una encuesta reciente realizada por *Fairtrade* España, se expone que respecto al año 2009 “El reconocimiento del Sello *Fairtrade* ha crecido al 40% en España y 8 de cada 10 consumidores recomendarían productos *Fairtrade* a sus amistades y familiares” (Estor, 2012; p.5).

3.3 Principales oferentes de café orgánico y de comercio justo en España

3.3.1 El comercio justo de café en España.

En España a nivel nacional hay 20 empresas que comercian con productos de comercio justo. Estas empresas están registradas en Fairtrade España, lo que acredita que poseen productos como el café, producidos de manera orgánica y bajo los parámetros del comercio justo. Hay empresas con una larga tradición y experiencia. Encontramos empresas con más de un siglo de funcionamiento como Cafés Tumpinamba que fue fundada en 1897 y otras de más reciente creación como Alternativa 3, en 1992. La comunidad con mayor concentración de empresas es Cataluña ya que en Barcelona, Lleida y Gerona encontramos la mayoría de éstas, pero también se hallan repartidas por otras provincias como Lugo y Madrid. Sólo siete de estas empresas se enfocan en la importación y distribución, las demás se centran únicamente en la distribución. La mayoría cuentan con su propia marca de café. (Anexo 7)

Tabla 14. Precios del café en las importadoras FAIR TRADE ESPAÑA.

Marca	TIPO CAFÉ	Precio	Presentación	Precio/kg
ALTERNATIVA 3	Monodosis café biológico 100% ARÁBICA	43,00 €	1,05kg	40,95 €
CAFÉS CIVIT	Café en Grano	8,75 €	250gr	35,00 €
ALTERNATIVA 3	Monodosis café biológico NATURAL	35,37 €	1,05kg	33,69 €
CAFÉS				
CANDELAS	Café Natural comercio justo	23,10 €	1kg	23,10 €
CAFÉS NOVELL	Café Responsable Novell Gourmet	19,00 €	1kg	19,00 €
CAFÉS NOVELL	Café Responsable Novell Gourmet	19,00 €	1kg	19,00 €
SUPRACAFÉ	Products Café ecológico	4,50 €	250gr	18,00 €
SUPRACAFÉ	Supracafé comercio justo	15,20 €	1kg	15,20 €
INTERMÓN- OXFAM	Café IO Molido Biológico	3,25 €	250gr	13,00 €

Tomado de Fairtrade, 2011.

En la tabla anterior observamos un baremo de precios de 7 de las 20 empresas registradas en *Fairtrade* España. Podemos observar que el precio oscila entre los 13€ kg y los 40,95€ kg. Las presentaciones suelen ser en 250 gramos y 1 kilogramo.

3.3.2 Análisis histórico de ventas y precios del mercado de comercio justo en España.

Con una breve comparativa en el periodo de diez años, del 2000 al 2010, en el caso de las ventas de comercio justo en España, y de un histórico de la cotización de precios de la bolsa de Nueva York se pretende analizar el mercado y mostrar su comportamiento.

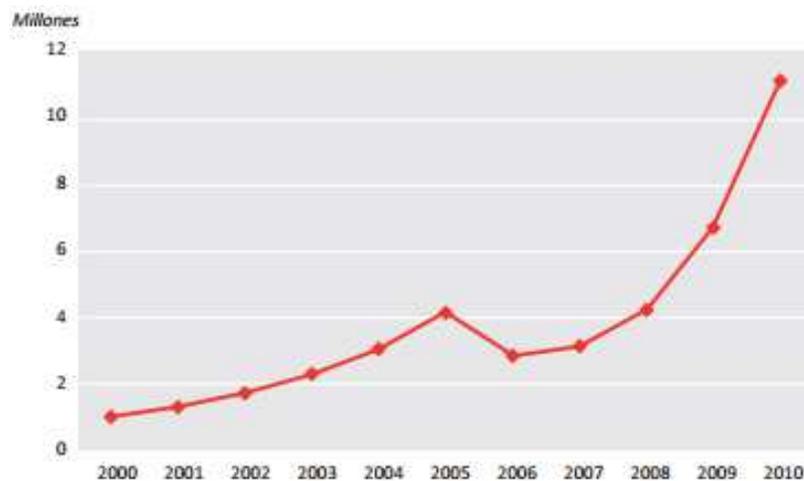


Figura 13. Ventas de café de comercio justo en España. Evolución 2000-2010. Millones de euros.

Tomado de Coordinadora Estatal de comercio justo, 2012.

En la Figura 13 se puede observar la tendencia al alza, en cuanto a las ventas relacionadas al comercio justo en España. Desde el 2000 al 2005 el crecimiento fue constante pero poco pronunciado, sin embargo a partir del 2006 que se experimentó una caída, el crecimiento ha sido muy pronunciado sobrepasando los 10 millones de euros.



Figura 14. Precio del café Arábica en la bolsa de Nueva York. Evolución 1998-2010. US/quintal.

Tomado de Coordinadora Estatal de comercio justo adaptada de Intermón Oxfam, 2010.

El precio del café convencional sufrió fuertes caídas por malas cosechas, crisis económicas, sin embargo el precio del café de comercio justo se ha mantenido estable desde 1999, y esto sucede porque las cosechas se pre-pagan y se fijan relaciones comerciales a largo plazo y con precios marcados por lo que no se ven afectados por situaciones externas (Coordinadora Estatal de comercio justo, 2012).

“Un precio justo, estable, con prefinanciación y estabilidad en el tiempo son características fundamentales del comercio justo y que se encuentran en las antípodas de la especulación, volatilidad e inestabilidad tan habituales del mercado globalizado y de las injustas reglas que rigen el comercio internacional” (Coordinadora Estatal de comercio justo, 2012).

3.4 Restricciones arancelarias y no arancelarias para el café en el mercado español

3.4.1 Requisitos Generales para todos los productos.

Dentro de los requisitos imprescindibles para la importación de productos a la Unión Europea se encuentran la factura comercial, documentos de transporte, lista de carga, declaración de valor en aduana, seguro de transporte, documento único administrativo (DAU). En el anexo 8 se puede visualizar las especificaciones de cada requisito.

3.4.2 Aranceles y otras medidas impositivas al café orgánico ecuatoriano

Entre los gravámenes internos que se aplican dentro del territorio español para la comercialización de este producto, se encuentra el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), aplicando la tarifa del 10% en este tipo de productos, desde septiembre del 2012, ya que hasta esa fecha gozaba de un IVA del 8%. De este tipo de impuestos quedan exentas las comunidades de Ceuta, Melilla y las Islas Canarias

Tabla 15. Lista de requisitos.

LISTA DE REQUISITOS	
Código de producto	09012100
País de origen	Ecuador
País de destino	España (excluyendo XC XL)
Código	Descripción del producto
09	CAFÉ, TÉ, YERBA MATE Y ESPECIAS
0901	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción
0901 21	Café tostado

Tomado de Export Help Desk, 2012.

Según la legislación básica redactada por *Export Helpdesk* se encuentra que las tasas impositivas totales, para la importación de este producto en España, están compuestas del valor imponible del IVA y algunos gastos complementarios:

- *Los derechos de aduana y otros impuestos:* La base imponible estará incluir impuestos, derechos, tasas y demás gravámenes exigibles con motivo de la importación, excepto el impuesto al valor agregado que proceda imponer.
- *Los costos marginales:* los costes suplementarios (comisión, embalaje, envasado, transporte, seguros) que surjan después de la entrada en el territorio español, hasta el lugar de destino.

Por lo que el costo total de la importación quedaría:

Base imponible = *Valor en aduana + Los derechos de aduana y otros tributos a pagar por razón de la importación + gastos suplementarios hasta el lugar de destino* (Export Helpdesk, 2012).

3.4.3 Barreras de entrada no arancelarias para el café orgánico ecuatoriano

El café es usualmente transportado en sacos. Actualmente, gran parte del café es transportado en contenedores secos de 20 pies, lo que es considerado un avance en comparación con el antiguo método "*Break bulk*", pero aún así este nuevo método requiere una manipulación extensiva. El café es también transportado en "*bulk*" dentro de contenedores de polipropileno provisto. El envío mediante contenedores no es adecuado para tramos largos a menos que los contenedores sean ventilados: esta es una condición que se puede especificar en los contratos celebrados por el negociador de la Unión Europea.

Los requisitos exigibles para el producto ecuatoriano con el código 09012100 en el mercado español son los siguientes (Pro-Ecuador, 2012):

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos.

- Control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal.
- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal.
- Etiquetado de productos alimenticios.
- Voluntario - Productos de producción ecológica.

Conclusiones y Recomendaciones

A lo largo del trabajo se ha analizado la industria cafetalera del Ecuador, la situación socioeconómica de Cariamanga y el mercado Español. En este punto se procede con las conclusiones y recomendaciones sugeridas a raíz de la investigación donde se afirma la hipótesis inicial de que es factible la exportación del café orgánico producido en Cariamanga al mercado español bajo los parámetros de comercio justo, ya que las tendencias analizadas marcan un alza en el consumo.

Como se ha podido comprobar la industria o sector del café influye notoriamente en el ámbito económico, social y ecológico, contribuyendo al crecimiento del país. Además este sector presenta una ventaja competitiva debido a las condiciones de cultivo biofísicas, sus características organolépticas y que los productores ya trabajan mediante el asociativismo, lo que favorece el ingreso de este café a los mercados.

En lo que respecta al ámbito económico, de la investigación se extrae que el café tiene una participación de mercado menor que la de los derivados del café. El dinero recibido en un valor FOB de las exportaciones ha experimentado un crecimiento, desde el año 2001 al 2010, lo que da como resultado unas cifras más que deseables que alentarán la inversión en este sector.

Otra conclusión favorable, respecto al ámbito económico, extraída de los datos analizados es que la industria cafetalera se muestra como un negocio rentable ya que en el 2011, el sector dejó en el Ecuador un saldo favorable de más de \$266 millones.

De la información analizada se extrae que miles de familias que viven del café han duplicado sus ingresos haciendo mucho más rentable dedicarse a este negocio. Esto favorecerá para que más familias entren en el negocio

consiguiendo un aumento de la producción, que actualmente se encuentra a un cuarto de su potencial, y con ello se podrá abastecer nuevos mercados y obtener mayores beneficios.

Por último, en lo que respecta al ámbito ecológico, en Ecuador a nivel regional se está desarrollando una política de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), lo que fomenta una cultura positiva entorno al cuidado del medio ambiente. Estas nuevas prácticas y lineamientos benefician o facilitan la apertura de negocios que amparen el comercio justo y la producción orgánica, siendo esta condición uno de los objetivos principales de la investigación.

Cariamanga posee un suelo y unas condiciones ideales, para la producción de café de calidad, lo que da como resultado que el café que ahí se produce tenga unas características excepcionales que le ha permitido ser galardonado en varias ocasiones cómo uno de los mejores cafés del Ecuador.

Por otro lado, es importante considerar que la región sur del país está muy poco industrializada, sobre todo en el cantón de Calvas. En principio podría suponer un obstáculo, pero también puede suponer una oportunidad de negocio e inversión ya que el incremento de producción y la apertura de nuevos mercados generarían puestos de trabajo y la necesidad de nuevos negocios y servicios.

A pesar de existir un espacio de crecimiento en el mercado, se debe tener en cuenta la aparente barrera de entrada que presenta la industria cafetalera, ya que existe una única empresa (El Café) que controla la mitad del mercado de las exportaciones, quedando únicamente el 50% restante a manos de 39 empresas exportadoras, lo que puede dificultar la comercialización por el gran control que ejerce una sola empresa en toda la industria.

Ecuador no es uno de los principales exportadores de café hacia España, situándose en el puesto número 12 dentro de la Organización Internacional de

Café (OIC), siendo uno de los pocos países que producen ambas variedades de café (robusta y arábica). En este contexto, el mercado español presenta una alta demanda de café de ambas variedades, lo cual se convierte en un nicho de mercado interesante que Ecuador debería explorar para su explotación para acercarse a las principales empresas exportadoras de café de comercio justo y orgánico, y con ello también se presenta una buena oportunidad para la implantación de nuevos negocios.

La manera de consumo de café ha variado en España, debido a la crisis en el mercado español y la crisis económica mundial, punto que debe tomarse en cuenta por los intereses comerciales que representa el mercado español,

En el mercado español han inclinado su preferencia por la importación de café en grano verde, el 90.5% de participación de mercado, ya que conserva su sabor y características aromáticas durante más tiempo y se puede comprar por un menor precio.

En cuanto a las importaciones por variedad, predomina la importación del café de la variedad robusta (63,16%), frente a las importaciones de la variedad arábica (36,84%).

El consumo interno de España está dividido entre los hogares donde se consume en mayor proporción el soluble, frente al sector hostelero que usa el café tostado de variedad arábica.

El café encapsulado, que está inmerso en un *boom* comercial desde el año 2001 en España, podría ser una apuesta de negocio ya que tiene la ventaja de que la cápsula protege el café contra la humedad y la luz, lo que asegura que cada taza tenga el mismo sabor y aroma.

Las mejoras conseguidas por el encapsulado podrían ser una oportunidad para su fabricación en Ecuador, permitiendo conseguir un mejor precio ya que el

producto sería elaborado en el país y se obtendría un beneficio mayor por su comercialización.

El comportamiento del consumidor en el mundo ha variado sosteniblemente a favor de los cafés de alta calidad, pero también por los de responsabilidad ambiental y social. Estas tendencias están marcadas por unos consumidores cuyas preferencias se inclinan hacia productos más naturales, interesándose por su origen y tratamiento, lo que favorece al ingreso del café de especialidad producido de manera orgánica y amparándose bajo los parámetros de comercio justo.

En estos momentos hay 21 empresas en España con licencia para vender café de comercio justo, lo cual reafirma que las tendencias hacia un consumo más responsable están en aumento.

La franja de precios en la que se mueve el café producido de manera orgánica, permite tener un amplio margen para fijar un precio, posicionar un producto y de esta manera no distorsionar mucho con los precios de mercado.

Como recomendación final para inversores que buscan rentabilidad por su dinero pero conscientes de que hay que hacerlo de manera responsable y sostenible con el medio, tienen ante ellos, la oportunidad de apostar por la inversión en el sector cafetalero ecuatoriano y concretamente en el de la comunidad de Cariamanga. Esta modalidad de inversión también generará beneficios para la comunidad, promoviendo el comercio justo y la producción orgánica, consolidando “el principio de ganar-ganar” dando como resultado un beneficio mutuo que aseguren el bienestar de ambas partes siendo un ejemplo para que el mundo crezca de una manera justa y sostenible con este principio como base.

REFERENCIAS

Andrew Bovarncik (2012). *El gran valor del Café para el medio ambiente.*

Recuperado el 25 de Febrero de 2012 de

http://www.forumdelcafe.com/pdf/F-48_Cafe_y_medio_ambiente.pdf

ANECAFÉ (2012). *Acumulado por país de destino.* Recuperado el 8 de Agosto de 2012 de

<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/ACUMULADO-PAIS-DE-DESTINO-20113.pdf>

ANECAFÉ (2012). *Acumulado por variedad.* Recuperado el 8 de Agosto de 2012 de

<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/ACUMULADO-POR-VARIEDAD-1992-20112.pdf>

ANECAFÉ (2012). *Estadísticas exportaciones.* Recuperado el 8 de Agosto de 2012 de <http://www.anecafe.org.ec/>.

ANECAFÉ (2012). *Gráfico de exportaciones según dólares.* Recuperado el 8 de Agosto de 2012 de

<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/Grafico-Seg%C3%BAAn-D%C3%B3lares-1992-20113.pdf>

ANECAFÉ (2012). *Porcentaje de exportación de café de Ecuador según empresas exportadoras.* Recuperado el 8 de Agosto de 2012 de

<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/PORCENTAJE-EXPORTADORES-POR-CALIDAD-2011.pdf>

ANECAFÉ (2012). *Porcentaje de exportación de café de Ecuador según país de destino.* Recuperado el 8 de Agosto de 2012 de

<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/PORCENTAJE-DE-EXPORTACION-POR-PAIS-DE-DESTINO-2011.pdf>

Banco Central del Ecuador (2012). *Comercio exterior*. Recuperado el 14 de Junio de 2012 de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp.

Banco Central Ecuador (2012). *Estadísticas Macroeconómicas*. Recuperado el 5 de Febrero del 2013 de <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000019>

Banco Central del Ecuador (2011). *Estadística*. Recuperado el 14 de Junio de 2012 de <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000003>

Bio Manantial (2012). *Café sostenible*. Recuperado el 25 de Febrero de 2012 de <http://www.biomanantial.com/cafe-sostenible-a-204-es.html>

Cafecom (2012). *CAFECOM. Café Cariamanga Gourmet (Orgánico)*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2012 de <http://www.cafecom.ec/nuestros-productos/cafe-cariamanga/>

Cafecom (2012). *Premios ganados por CAFECOM S.A. en diferentes concursos*. Recuperado el 18 de Octubre de 2012 de <http://www.cafecom.ec/medallas/>

Cárdenas Gutiérrez, J. (1999). *Colombia, Centro América y el mercado mundial del café*. Recuperado el 24 de Mayo de 2012 de <http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Colombia,%20Centroamérica%20y%20el%20mercado%20mundial%20del%20café.pdf>

Cofenac (2011). *Diagnostico del Sector Cafetalero Ecuatoriano*. Recuperado el 20 de Mayo de 2012 de <http://www.cofenac.org/sector-cafetalero>

Cofenac (2012). *Diagnóstico del Sector Cafetalero Ecuatoriano*. Recuperado el 3 de Marzo de 2013 de <http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2010/09/Diagnostico-2012.pdf>

Cofenac (2012). *Noticias: Informe final Refinca. "Proyecto de reconversión de fincas cafetaleras en unidades familiares agropecuarias auto sostenibles"* Recuperado el 12 de Octubre de 2012 de

<http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2012/07/Informe-Final-Refinca.pdf>

Cofenac (2012). *Noticias: Proyecto “Reconversión de pequeñas fincas cafetaleras en unidades familiares agropecuarias auto sostenibles”. Monitoreo de Medio Término de las variables agro socioeconómicas.* Recuperado el 2 de Septiembre de 2012 de <http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2010/9.pdf>

Comercio Para el Desarrollo (2012). *Comercio justo.* Recuperado el 15 de Julio de 2012 de <http://www.copade.es/comercio-justo/>

Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (2003). *Acuerdo Ministerial n-º 177.* Recuperado el 5 de Febrero del 2013 de <http://www.agriculturaorganicaamericas.net/Documentos%20Oficiales%20OCIAO/Acuerdo%20Ministerial%20N%C2%BA%20177-2003.pdf>

Comunidad virtual de Loja (2009). *Calvas.* Recuperado el 2 de Septiembre de 2012 de http://www.lojanos.com/Joomlalojanos/index.php?option=com_content&view=article&id=61&Itemid=57

Coordinadora Estatal de comercio justo (2012). *Cuaderno de Comercio justo.* Recuperado el 15 de Setiembre de 2012 de <http://www.uco.es/consumoresponsable/images/pdf/cuadernocafe.pdf>

Corecaf (2012). *Plan estratégico.* Recuperado el 20 de Mayo de 2012 de <http://www.corecaf.org/interna.php?IDPAGINA=3&TIPOPAS=Qui%E9nes%20somos>

Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (CORPEI) (2012). Recuperado el 8 de Agosto de 2012 de <http://www.corpei.org/>

Del Cisne (2010). *Reestructuración de la cartera de crédito en la caja de ahorro y crédito “horizonte familiar”, de la red de mujeres de calvas.* Universidad técnica particular de Loja

Elzakker, B. y Eyhorn, F. (2010) *La Guía de Negocios Orgánicos.* Recuperado el 3 de Febrero de 2013 de <http://www.unep.ch/etb/publications/Organic%20Agriculture/Organic%20>

Business%20Guide%20publication/Guia%20de%20negocios%20organicos_Sp.pdf

Europa (2008). *Producción ecológica de productos agrarios y alimenticios*.

Recuperado el 12 de Marzo de 2013 de http://europa.eu/legislation_summaries/other/l21118_es.htm

Export Helpdesk (2012). *Requisitos y gravámenes*. Recuperado el 20 de

Agosto de 2013 de http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt_Introduccion.html&docType=main&languageId=ES

Fairtrade (2011). *Noticias: Comercio justo con certificación Fairtrade crece un*

82%. Recuperado el 10 de Noviembre de 2012 de http://www.sellocomerciojusto.org/news/es_ES/2011/07/27/0003/comercio-justo-con-certificacion-fairtrade-crece-un-82

Fairtrade España (2011). *El mercado internacional del café. FLO, CECJ.*

España. Recuperado el 12 de Agosto de 2012 de http://www.sellocomerciojusto.org/mm/file/sala_prensa/20120621_dossier_mercadoInternacionalcafe.pdf

Fairtrade España (2011). *La certificación Fairtrade se afianza en los mercados*

más maduros y despega en los nuevos mercados. Recuperado el 5 de Febrero de 2013 de http://www.sellocomerciojusto.org/news/es_ES/2012/07/17/0001/la-certificacion-fairtrade-se-afianza-en-los-mercados-mas-maduros-y-despega-en-los-nuevos-mercados

Fairtrade International (2012). *Recursos*. Recuperado el 12 de Septiembre de

2012 de <http://www.fairtrade.net/resources.html>

Fapecafes (2009). *El proceso de comercialización y exportación asociativa de*

café. Recuperado el 25 de Febrero de 2012 de <http://www.fapecafes.org.ec/index.php/descargas/category/1-documentos#>

Fapecafes (2012). *Inicio*. Recuperado el 5 de Febrero de 2013 de

<http://www.fapecafes.org.ec/>

- Fapecafes (2012). Socios. Recuperado el 2 de Septiembre de 2012 de <http://www.fapecafes.org.ec/index.php/socios>
- Federación del café (2011): *Noticias. Resumen estadístico: "Informe Café & Té: Hábitos de Consumo de Café en España"*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012 de <http://www.federacioncafe.com/Documentos/Prensa/Noticias/Estad%C3%ADsticas%20Informe%20Caf%C3%A9%20y%20T%C3%A9.pdf>
- Food Agriculture Organization (2013). *Función del Centro de Inversiones de la FAO*. Recuperado el 3 de Febrero de 2013 de <http://www.fao.org/investment/es/>
- Fórum del café (2010). *El café en España 2010*. Recuperado el 3 de Marzo de 2013 de http://www.forumdelcafe.com/pdf/F-46_Cafe_Espana_2010.pdf
- Fórum del café (2011). *El Mercado del Café en España 2011* en Revista del Fórum Cultural del Café N° 46-Septiembre 2011. Recuperado el 10 de Octubre de 2012 de http://www.forumdelcafe.com/pdf/F-49_Cafe_Espana.pdf
- Fundación Adsis (2013). Comercio Justo. Recuperado el 29 de julio de 2013 de <http://www.fundacionadsis.org>
- Gobierno autónomo descentralizado del cantón calvas (2010). *Ubicación y límites*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2012 de <http://www.gobiernocalvas.gob.ec/index.php/calvas/ubicacion-y-limites#limites>
- Gobierno de Calvas (2010). *Densidad poblacional*. Recuperado el 16 de Julio de 2012 de http://www.gobiernocalvas.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=9
- Gobierno de la Provincia de Loja (2012). *Gobierno Provincial articula trabajo para proyectos productivos*. Recuperado el 19 de Julio de 2012 de <http://www.gpl.gob.ec/ep/deprosur/?p=267>

- Gobierno de la Provincia de Loja (2012). *Gobierno Provincial impulsa buenas prácticas agrícolas*. Recuperado el 19 de Julio de 2012 de <http://www.gpl.gob.ec/ep/deprosur/?p=350>
- Gobierno de la Provincia de Loja (2012). *Gobierno Provincial reactiva caficultura*. Recuperado el 19 de Julio de 2012 de <http://www.gpl.gob.ec/ep/deprosur/?p=352>
- Gobierno de la Provincia de Loja (2012). *Loja será pionera en buenas prácticas agrícolas*. Recuperado el 19 de Julio de 2012 de <http://www.gpl.gob.ec/ep/deprosur/?p=178>
- Infoagro. *Estudio de mercado de café, té y cacao orgánicos en la Unión Europea*. Recuperado el 3 de Marzo del 2013 de http://www.infoagro.com/herbaceos/cafe_te_cacao_organico.htm
- Instituto Ecuatoriano de Normalización (2012). Recuperado el 8 de Agosto de 2012 de http://www.inen.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=161&Itemid=1
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2008). Recuperado el 19 de Julio de 2012 de <http://www.iica.int/Esp/Paginas/default.aspx>
- Isabel Lages (2011). *Fortalecimiento a la producción del Café de Calvas*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012 de <http://cariamangatv.blogspot.com.es/2011/03/fortalecimiento-la-produccion-del-cafe.html>
- La Hora (2007): *Productores de café ganaron premio nacional*. Ecuador. Recuperado el 18 de Octubre de 2012 de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/620673/-1/Las_asociaciones_El_Colmenar_de_San_Antonio_de_las_Aradas_del_cant%C3%B3n_Quilanga_y_Productores_de_Caf%C3%A9_Especial_de_Cariamanga,_del_cant%C3%B3n_Calvas,_de_la_provincia_de_Loja,_obtuvieron_el_primer_y_segundo_lugar_en_un_concurso_nacional_denominado_%E2%80%98Taza_dorada_2007%E2%80%99....html#.UIAqr28xokw

- La hora (2012). *En el Sur está el mejor café*. Recuperado el 18 de Octubre de 2012 de <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101339629#.UIAqt28xokw>
- Marcogutierrez Weblog (2011). *Apoyando y mejorando la producción del café de Calvas*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012 de <http://marcogutierrez.wordpress.com/2011/03/17/apoyando-y-mejorando-la-produccion-de-cafe-de-calvas/>
- Mercasa (2009). *Por un café más ecológico y natural*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012 de http://www.mercasa.es/files/multimedios/pag_072-081_murcia.pdf
- Mineco (2008). *Productos orgánicos (café, miel y cacao)*. Recuperado el 3 de Marzo de 2012 de <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/fichas/guatemala/gt-productos-organicos.pdf>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2010). *Proyectos emblemáticos: Café cacao*. Recuperado el 16 de Julio de 2012 de <http://www.agricultura.gob.ec/?p=2768/cafe-cacao>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería (2006). *Reglamento de la normativa de la producción orgánica agropecuaria en el Ecuador*. Ministerio de agricultura y ganadería (Acuerdo No. 302). Recuperado el 12 de Marzo de 2013 de http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Desenvolvimento_Sustentavel/Organicos/Legislacao/Internacional/Equador_Acuerdo_302_de_19-09-2006.pdf
- Moran Marcillo, V. Tamara (2006). *Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa procesadora de café orgánico tostado y molido en la provincia de Manabí*. Escuela Politécnica Nacional, Quito, Ecuador.
- Murgueitio Manrique, C. Alberto (2006). *Estrategias comerciales de los principales productores de café: Brasil y Colombia, antes y después de la crisis económica mundial de 1929*. En revista Historia y Espacio N°26. Colombia.

- Organización Internacional del café (2011). *Estadística*. Recuperado el 23 de Julio de 2012 de http://www.ico.org/coffee_prices.asp?section=Estad%EDstica
- Pro-ecuador (2011). *Análisis sectorial de café y elaborados*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2012 de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-AS2011-.CAFE-Y-ELABORADOS.pdf>
- Pro ecuador (2012). *Pro ecuador, una institución de apoyo para el sector exportador*. Recuperado el 25 de Febrero de 2012 de <http://www.proecuador.gob.ec/2011/05/31/pro-ecuador-una-institucion-de-apoyo-para-el-sector-exportador/>
- RTU (2012). *Cariamanga productor de café de calidad*. Recuperado el 9 de Octubre de 2012 de <http://www.rtu.com.ec/provinciales/7801-cariamanga-productor-de-cafe-de-calidad>
- Subdirección General de Comercio Exterior de Productos Agroalimentarios (2011). *La balanza comercial agroalimentaria en 2011*. Recuperado el 23 de julio de 2013 de <http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/informacion-sectorial/agroalimentarios/estadisticas/PDF/2012.10.03%20Balanza2011%20completa%20DEFINITIVA.pdf>
- Sweet and Coffee (2012). *Información Institucional*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012 de <http://sweetandcoffee.info/InformacionInstitucional.pdf>
- Telégrafo (2012). *Centro de acopio de café beneficia a 157 familias de 4 cantones de Loja*. Recuperado el 23 de julio de 2013 de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/centro-de-acopio-de-cafe-beneficia-a-157-familias-de-4-cantones-de-loja.html>
- Rovayo, M. (2009). *Ecuador es parte del “mundo de la agricultura orgánica”* Recuperado el 3 de Mayo de 2012 de

<http://blogs.udla.edu.ec/negociosinternacionales/2009/03/13/ecuador-es-parte-del-mundo-de-la-agricultura-organica/>

Viceministerio de desarrollo rural (2012). *Subsecretaría de Tierras y Reforma Agraria*. Recuperado el 23 de Julio de 2013 de <http://www.agricultura.gob.ec/viceministerio-de-desarrollo-rural/>

World Fair Trade Organization (2012): *Sobre comercio justo*. Recuperado el 20 de Mayo de 2012 de <http://www.wfto.com/>

ANEXOS

Anexo 1: Clientes FAPECAFES

Nombre	País	Año inicio relación comercial	Volumen actual de compra	Calidad del café
ETHIQUABLE	Francia	2003	3000 qq/año	Orgánico CJ, Convencional CJ y Soluble CJ
Kencaf Importing & Distribution	Canadá	2003	2508 qq/año	Orgánico, comercio justo, Convencional
H & H Coffee and Tea	Austria	2005	2090 qq/año	Orgánico
Equal Exchange	EEUU	2002	1672 qq/año	Orgánico CJ
Oxfam ww	Bélgica	2001	1280 qq/año	Orgánico, comercio justo
Benecke Coffee	Alemania	2001	1030 qq/año	Convencional, Orgánico y comercio justo
DR Wakefield	Inglaterra	2006	850 qq/año	Orgánico, comercio justo, Gourmet,
Sustainable Harvest	EEUU	2006	850 qq/año	Orgánico, comercio justo, Gourmet,
Simon Levelt	Holanda	2001	850 qq/año	Orgánico, comercio justo
InterAmerican Coffee	Alemania	2003	426 qq/año	Orgánico, Especial
Hamburg Coffee Co.	Alemania	2003	418 qq/año	Orgánico y comercio justo
A. van Weely	Holanda	2006	418 qq/año año	Orgánico CJ, Convencional
Ruquoy	Bélgica	2006	418 qq/año año	Convencional CJ
International Coffee	EEUU	2001	380 qq/año	Convencional

Tomado de FAPECAFES/2009.

Anexo 2: Empresas y/o asociaciones exportadoras de café Ecuatoriano

Exportadores de café 2011	Total anual (2011)	
	Saco 60 kg	Dólares
AGROSREXMIN CIA. LTDA.	12.926,66	1.681.584,30
AGUILAR ANRANGO JOSE REMIGUIO	2,06	1.013,70
ARMANDO JESUS PINCAY GONZALEZ	1.700,01	273.877,82
ASKLEY DELGADO FLOR	633,71	99.793,31
BELCET S.A.	46.027,26	8.214.771,50
CAFECOM S.A.	5 8.538,53	9.311.159,09
CEBALLOS MEDICIS HUGO MARTIN	2 2.617,51	3.902.039,38
CEZAMO S.A.	9.066,65	2.807.720,00
COLEIMCAFE S.A.	1 6.647,47	2.801.556,98
COLIMEXPORT CIA. LTDA.	2.220,83	313.718,50
CORPORACION GRUPO SALINAS	15,15	4 .893,23
CRISTIAN RENÉ ESPINOZA ENRIQUEZ	6.884,17	879.987,00
EL CAFÉ C.A.	818.433,97	131.203.919,93
EXP. HIDROVO MUÑOZ S.A. EXPHIMUSA	6.230,00	914.778,00
EXP. IMP. IND. EXPORCAFE CIA. LTDA.	3.457,32	476.450,42
FAPECAFES	1 2.379,22	2.753.789,25
FECAFEM	632,50	194.720,92
GOTHY SERVICIOS CIA. LTDA.	4.625,04	706.242,68
GUSNOBE S.A.	5 3.695,41	7.965.737,50
IGNACIO VICENTE HIDROVO SOLORZANO	5.129,79	1.481.537,80
JOHNNY JAVIER MERCHAN PIN	1 1.254,14	3.490.215,00
JOSE BENJAMIN MEZA ONEIL	1 ,72	331,08
JUAN CARLOS BUSTAMANTE QUEZADA	1.133,33	200.880,00
KAVE CAFÉ ECUATORIANA S.A.	4.164,00	1.484.463,74
LAMA BARZOLA JULIO WINGMIN	5 8.159,73	7.805.163,44
LARA PAGUAY GALO HERMOGENES	6 ,82	1.750,00
LEE JIN HO	114,16	52.392,00
LIOTTA S.A.	6 7.129,42	19.863.362,85
LOMBANA GUERRON HUGO HERNANDO	578,13	67.299,99
LUIS ALDEMAR INAGAN ARIAS	2 9.190,02	4.143.768,00
MARCO AUGUSTO MONCADA MORA/EXP CAFEMON	6.200,87	1.051.773,97
MERCAFE S.A.	107.218,01	2 0.363.088,82
MERCHAN PIN JOHNNY JAVIER	1.133,33	304.640,00
NESTLE ECUADOR S.A.	9 ,18	3.154,56
PANTOJA PANTAJA PEDRO ANTONIO	8 2.742,29	12.286.955,11
SOLUBLES INSTANTANEOS C.A.	6 0.951,16	11.985.077,34
TERAN PINEDA NANCY PIEDAD	2 ,44	277,65
ULTRAMARES CORPORACION C.A.	2 7.891,25	9.480.118,04
VELEZ MANTILLA JOSE NICOLAS	1 ,67	715,00
YOFRE RENE RUIZ JIMENEZ	6.593,34	1.347.114,19
TOTAL	1.546.338,27	269.921.832,09

Tomado de ANECAFE (2012).

Anexo 3: Empresas y/o asociaciones exportadoras de café orgánico Ecuatoriano

																																
ECOCAFÉ / ECO KAKAO S.A.	ASOCIACIÓN RIO INTAG	CAFÉ GALLETTI																														
<p>Empresa dedicada a la comercialización y exportación de cacao en grano, en especial del tipo arriba (fino y de aroma), propio del Ecuador. Sus proveedores se encuentran ubicados, principalmente, en la provincia de El Oro.</p>	<p>Asociación Agroartesanal de Caficultores Río Intag - AACRI</p> <p>Empresa que se dedica a la comercialización de café de altura, en diferentes presentaciones: verde, tostado en grano, tostado y molido.</p>	<p>Empresa que se dedica a la venta de café especial, tostado y molido. Trabaja en la compra, procesamiento y comercialización de café arábigo. Su marca se comercializa en los principales establecimientos nacionales.</p>																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>Meta lograda agosto 2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Familias capacitadas</td> <td>229</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas mejoradas</td> <td>138</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas nuevas implementadas</td> <td>66</td> </tr> <tr> <td>Empleos de tiempo completo</td> <td>102</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	Meta lograda agosto 2012	Familias capacitadas	229	Hectáreas mejoradas	138	Hectáreas nuevas implementadas	66	Empleos de tiempo completo	102	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>Meta lograda agosto 2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Familias capacitadas</td> <td>451</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas mejoradas</td> <td>290</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas nuevas implementadas</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>Empleos de tiempo completo</td> <td>196</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	Meta lograda agosto 2012	Familias capacitadas	451	Hectáreas mejoradas	290	Hectáreas nuevas implementadas	36	Empleos de tiempo completo	196	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>Meta lograda agosto 2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Familias capacitadas</td> <td>535</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas mejoradas</td> <td>222</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas nuevas implementadas</td> <td>382</td> </tr> <tr> <td>Empleos de tiempo completo</td> <td>407</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	Meta lograda agosto 2012	Familias capacitadas	535	Hectáreas mejoradas	222	Hectáreas nuevas implementadas	382	Empleos de tiempo completo	407
Indicadores	Meta lograda agosto 2012																															
Familias capacitadas	229																															
Hectáreas mejoradas	138																															
Hectáreas nuevas implementadas	66																															
Empleos de tiempo completo	102																															
Indicadores	Meta lograda agosto 2012																															
Familias capacitadas	451																															
Hectáreas mejoradas	290																															
Hectáreas nuevas implementadas	36																															
Empleos de tiempo completo	196																															
Indicadores	Meta lograda agosto 2012																															
Familias capacitadas	535																															
Hectáreas mejoradas	222																															
Hectáreas nuevas implementadas	382																															
Empleos de tiempo completo	407																															
<p>Información de contacto</p> <p>☎ (593) 4 225 0782 - 4 225 0783</p> <p>Fax: (593) 4 225 0782 - 4 225 0783</p> <p>✉ presidencia@ecocafe.com.ec</p> <p>Guayaquil-Guayas</p>	<p>Información de contacto</p> <p>☎ (593) 6 264 8489</p> <p>Fax: (593) 6 264 8489</p> <p>✉ aacri@andinanet.net</p> <p>www.aacri.com</p> <p>Cotacachi-Imbabura</p>	<p>Información de contacto</p> <p>☎ (593) 2 282 7129 - 2 252 7361</p> <p>Fax: (593) 2 252 7361</p> <p>✉ info@cafegalletti.com</p> <p>www.cafegalletti.com</p> <p>Quito-Pichincha</p>																														

Tomado de ANECAFÉ (2012).

Anexo 4: Empresas y/o asociaciones exportadoras de café orgánico Ecuatoriano

																																
<p>SOL DE ORIENTE Piladora Sol de Oriente</p> <p>Empresa dedicada al acopio, pilado y comercialización café robusta, en las provincias amazónicas de la región norte, desde cereza madura a café pilado.</p>	<p>CAFÉ VÉLEZ</p> <p>Se dedica a la compra, transformación y venta de café gourmet (café de altura) con base en un trabajo de mercado de enfoques nuevos y especializados. Fomenta la cultura de consumo de café especial ecuatoriano.</p>	<p>ESCOFFEE Ecuador Speciality Coffee</p> <p>Producen y comercializan café especial (verde, en grano, tostado, molido e instantáneo), chocolates especiales, artesanías y arte, en general. Su producto está en mercados locales y extranjeros.</p>																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>Meta lograda agosto 2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Familias capacitadas</td> <td>986</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas mejoradas</td> <td>215</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas nuevas implementadas</td> <td>941</td> </tr> <tr> <td>Empleos de tiempo completo</td> <td>578</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	Meta lograda agosto 2012	Familias capacitadas	986	Hectáreas mejoradas	215	Hectáreas nuevas implementadas	941	Empleos de tiempo completo	578	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>Meta lograda agosto 2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Familias capacitadas</td> <td>464</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas mejoradas</td> <td>706</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas nuevas implementadas</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>Empleos de tiempo completo</td> <td>456</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	Meta lograda agosto 2012	Familias capacitadas	464	Hectáreas mejoradas	706	Hectáreas nuevas implementadas	79	Empleos de tiempo completo	456	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>Meta lograda agosto 2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Familias capacitadas</td> <td>448</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas mejoradas</td> <td>300</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas nuevas implementadas</td> <td>111</td> </tr> <tr> <td>Empleos de tiempo completo</td> <td>246</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	Meta lograda agosto 2012	Familias capacitadas	448	Hectáreas mejoradas	300	Hectáreas nuevas implementadas	111	Empleos de tiempo completo	246
Indicadores	Meta lograda agosto 2012																															
Familias capacitadas	986																															
Hectáreas mejoradas	215																															
Hectáreas nuevas implementadas	941																															
Empleos de tiempo completo	578																															
Indicadores	Meta lograda agosto 2012																															
Familias capacitadas	464																															
Hectáreas mejoradas	706																															
Hectáreas nuevas implementadas	79																															
Empleos de tiempo completo	456																															
Indicadores	Meta lograda agosto 2012																															
Familias capacitadas	448																															
Hectáreas mejoradas	300																															
Hectáreas nuevas implementadas	111																															
Empleos de tiempo completo	246																															
<p>Información de contacto</p> <p>☎ (593) 6 283 1181 ✉ julaban@msn.com www.soldeoriente.nicotinamedia.com Lago Ágrio-Sucumbíos</p>	<p>Información de contacto</p> <p>☎ (593) 2 322 7508 / 9 982 8685 ✉ info@cafevelez.com www.cafevelez.com Quito-Pichincha</p>	<p>Información de contacto</p> <p>☎ (593) 4 512 1545 - 4 229 6126 Fax: (593) 4 229 6339 ✉ info@escoffee.com www.escoffee.com Guayaquil-Guayas</p>																														

Tomado de ANECAFE (2012).

Anexo 5: Empresas y/o asociaciones exportadoras de café orgánico Ecuatoriano



FAPECAFES
FEDERACIÓN REGIONAL DE ASOCIACIONES DE PEQUEÑOS CAFETALEROS ECOLÓGICOS DEL SUR DEL ECUADOR



CAFÉ MINERVA



CAFECOM
FUSIÓN POR EL CAFÉ

FAPECAFES
Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur del Ecuador

Produce, acopia, transforma, procesa y exporta cafés especiales, tipo gourmet, a Europa y EEUU.

Indicadores	Meta lograda agosto 2012
Familias capacitadas	1.208
Hectáreas mejoradas	1.516
Hectáreas nuevas implementadas	222
Empleos de tiempo completo	971

Información de contacto
 (593) 7 258 3478 - 7 258 8403
 info@fapecafes.org.ec
 www.fapecafes.org.ec
 Loja-Loja
<http://www.fapecafes.org.ec>

PRODUCTOS MINERVA

Procesa y comercializa una amplia gama de marcas de café, entre las cuales, están el clásico, especial, coffee house, entre otros. Está presente en el mercado ecuatoriano desde hace 50 años.

Indicadores	Meta lograda agosto 2012
Familias capacitadas	574
Hectáreas mejoradas	170
Hectáreas nuevas implementadas	241
Empleos de tiempo completo	205

Información de contacto
 (593) 2 269 0758 - 2 269 0759
 (593) 2 269 0760
 Fax: (593) 2 269 0144
 cminerva@productosminerva.com
 productosminerva.com
 Pichincha

CAFECOM

Empresa dedicada a la comercialización de café en grano verde para el mercados locales e internacionales, como Europa y Estados Unidos. También comercializa cafés especiales producidos por pequeños caficultores de Carimanga (Loja).

Indicadores	Meta lograda agosto 2012
Familias capacitadas	450
Hectáreas mejoradas	482
Hectáreas nuevas implementadas	42
Empleos de tiempo completo	262

Información de contacto
 (593) 4 600 5730 - 4 600 5731
 (593) 4 600 5732 - 4 600 5733
 (593) 4 600 5734 - 4 600 5735
 Fax: (593) 4 211 0666
 cafecom@gs.satnet.net
 www.cafecom.ec
 Guayaquil-Guayas

Tomado de ANECAFE (2012).

Anexo 6: Empresas exportadoras de café orgánico Ecuatoriano

																																
<p>EL CAFÉ Compañía de Elaborados de Café ELCAFÉ C.A.</p> <p>Ofrece en el mercado nacional algunas marcas de café soluble. También exporta café especial en grano. Tiene más de 60 años de presencia en el mercado ecuatoriano.</p>	<p>HOJA VERDE</p> <p>Comercializa chocolate negro, a partir de cacao fino y de aroma, y café especial con variedades de estricta altura para el mercado local y de exportación.</p>	<p>SWEET & COFFEE Sweet & Coffee Shop Limited S.A.</p> <p>Fundada en 1997 como la primera cafetería especializada en cafés y dulces gourmet del Ecuador, hoy cuenta con alrededor de 50 locales. También comercializa café molido en los principales supermercados del Ecuador.</p>																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>Meta lograda agosto 2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Familias capacitadas</td> <td>1.137</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas mejoradas</td> <td>83</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas nuevas implementadas</td> <td>835</td> </tr> <tr> <td>Empleos de tiempo completo</td> <td>459</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	Meta lograda agosto 2012	Familias capacitadas	1.137	Hectáreas mejoradas	83	Hectáreas nuevas implementadas	835	Empleos de tiempo completo	459	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>Meta lograda agosto 2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Familias capacitadas</td> <td>308</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas mejoradas</td> <td>131</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas nuevas implementadas</td> <td>34</td> </tr> <tr> <td>Empleos de tiempo completo</td> <td>82</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	Meta lograda agosto 2012	Familias capacitadas	308	Hectáreas mejoradas	131	Hectáreas nuevas implementadas	34	Empleos de tiempo completo	82	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicadores</th> <th>Meta lograda agosto 2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Familias capacitadas</td> <td>339</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas mejoradas</td> <td>116</td> </tr> <tr> <td>Hectáreas nuevas implementadas</td> <td>47</td> </tr> <tr> <td>Empleos de tiempo completo</td> <td>81</td> </tr> </tbody> </table>	Indicadores	Meta lograda agosto 2012	Familias capacitadas	339	Hectáreas mejoradas	116	Hectáreas nuevas implementadas	47	Empleos de tiempo completo	81
Indicadores	Meta lograda agosto 2012																															
Familias capacitadas	1.137																															
Hectáreas mejoradas	83																															
Hectáreas nuevas implementadas	835																															
Empleos de tiempo completo	459																															
Indicadores	Meta lograda agosto 2012																															
Familias capacitadas	308																															
Hectáreas mejoradas	131																															
Hectáreas nuevas implementadas	34																															
Empleos de tiempo completo	82																															
Indicadores	Meta lograda agosto 2012																															
Familias capacitadas	339																															
Hectáreas mejoradas	116																															
Hectáreas nuevas implementadas	47																															
Empleos de tiempo completo	81																															
<p>Información de contacto</p> <p>☎ (593) 4 224 6058 - 4 227 0620 Fax: (593) 4 264 4498</p> <p>✉ instant@cafeelcafe.com www.cafeelcafe.com Guayaquil-Guayas</p>	<p>Información de contacto</p> <p>☎ (593) 2 212 7081 - 2 212 7056 (593) 2 212 7085 Fax: (593) 2 212 7073</p> <p>✉ gourmet1@hojaverde.com.ec www.hojaverdegourmet.com Cayambe-Pichincha</p>	<p>Información de contacto</p> <p>☎ (593) 4 283 7745 - 4 283 8847 ✉ n.olsen@sweetandcoffee.com.ec www.sweetandcoffee.com.ec Guayaquil-Guayas</p>																														

Tomado de ANECAFE (2011).

Anexo 7: Importadoras de Café registradas en FAIR TRADE ESPAÑA

Empresa	Página web	Área desempeño	Marca del Café
ALTERNATIVA 3	www.alternativa3.com	Importación y distribución	
ALLIANCE VENDING S.A	www.alliancevending.es	Distribución	
BRUNO SIETE	-	Distribución	CAFES BRUNO
CAFE RICO	www.caferico.net	Distribución	CAFE RICO
CAFES BATALLA	www.cafesbatalla.com	Importación y distribución	TARRAZU
CAFES CANDELAS	www.cafescandelas.com	Distribución	CANDELAS
CAFES CIVIT	www.cafescivit.com	Importación y distribución	CIVIT
CAFES NOVELL	www.cafesnovell.com	Distribución	FILOSOFIA Q
CAFES SAULA	www.cafesaula.com	Distribución	100% CAFE AMIGO
CAFES TUPINAMBA	www.tupinamba.com	Distribución	
IDEAS	www.ideas.coop	Distribución	IDEAS
INTERMON-OXFAM	www.intermonoxfam.org	Importación y distribución	INTERMON OXFAM
MOCAY (Grupo Pascual)	www.mocay.com	Distribución	MOCAY
PERE CORNELLA	www.cafescornella.es	Distribución	CORNELLA
STARBUCKS COFFEE ESPAÑA S.L.	www.starbucks.es	Distribución	ESTIMA
SUPRACAFE	www.supracafe.com	Importación y distribución	SUPRACAFE
TORRELSA SAU	www.torrelsa.com	Distribución	ALDEA COFFEE
UNION TOSTADORA	www.unifos.com	Importación y distribución	
COPROCAFE IBERICA	www.coprocafe.es	Importación	

Tomado de Fair Trade España, 2012.

Anexo 8: Requisitos para la importación de productos a la UE

Factura Comercial	<ul style="list-style-type: none"> – Identificación del exportador y el importador – Fecha de expedición. – Número de factura. – Descripción de las mercancías – Unidad de medida. – Cantidad de mercancías. – Valor unitario. – Valor total. – Valor facturado total y moneda de pago. Debe indicarse la cantidad equivalente en una moneda libremente convertible a euros o a otra moneda de curso legal en el Estado miembro importador. – Condiciones de pago (modo y fecha de pago, descuentos, etc.). – Condiciones de entrega según el correspondiente Incoterm. – Medio de transporte.
Documentos de transporte	<ul style="list-style-type: none"> – Conocimiento de embarque (marítimo) – Conocimiento de embarque FIATA – Carta de porte por carretera (CMR) – Conocimiento aéreo (AWB) – Carta de porte por ferrocarril (CIM) – Cuaderno ATA – Cuaderno TIR
Lista de Carga	<ul style="list-style-type: none"> – Datos del exportador, el importador y la empresa de transporte – Fecha de expedición – Número de la factura de transporte – Tipo de embalaje (bidón, jaula, cartón, caja, tonel, bolsa, etc.)

	<ul style="list-style-type: none"> – Número de bultos – Contenido de cada bulto (descripción de las mercancías y número de artículos en cada bulto) – Marcas y numeración – Peso neto, peso bruto y dimensiones de los bultos.
Declaración de valor en Aduana	<ul style="list-style-type: none"> – Documento que debe presentarse a las autoridades aduaneras cuando el valor de las mercancías importadas excede de 10 000 euros. – Pueden añadirse al precio, comisiones o cánones – Debe deducirse el transporte interno (desde el punto de entrada hasta el destino final en el territorio aduanero comunitario).
Seguro de Transporte	<ul style="list-style-type: none"> – <i>Varía según Transporte:</i> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Carretera, Ferrocarril, Marítimo o Aéreo
Documento Único Administrativo (DAU)	<ul style="list-style-type: none"> – El DAU puede presentarse de las siguientes maneras: <ul style="list-style-type: none"> • A través de un sistema informatizado conectado a las autoridades aduaneras, o • en las oficinas de aduanas designadas.

Tomado de Export Helpdesk, 2012.