



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
SECCIÓN DE POSGRADO

**CAMBIOS EN LA DEMANDA MUNDIAL DE ALIMENTOS Y LA
EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO (2005-2012)**

PRESENTADA POR
NADIEZHDA YENNY ESCALANTE CANDIOTTI

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ECONOMÍA CON MENCIÓN EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES

LIMA - PERÚ

2014



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

SECCIÓN DE POSTGRADO

**CAMBIOS EN LA DEMANDA MUNDIAL DE ALIMENTOS Y LA
EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO (2005-2012)**

TESIS

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN ECONOMÍA CON MENCIÓN
EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR:

NADIEZHDA YENNY ESCALANTE CANDIOTTI

LIMA, PERÚ

2014



**CAMBIOS EN LA DEMANDA MUNDIAL DE ALIMENTOS Y LA
EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO (2005-2012)**

ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Dr. Víctor Palomino Chinchay

PRESIDENTE DEL JURADO:

Dr. Domingo Félix Sáenz Yaya

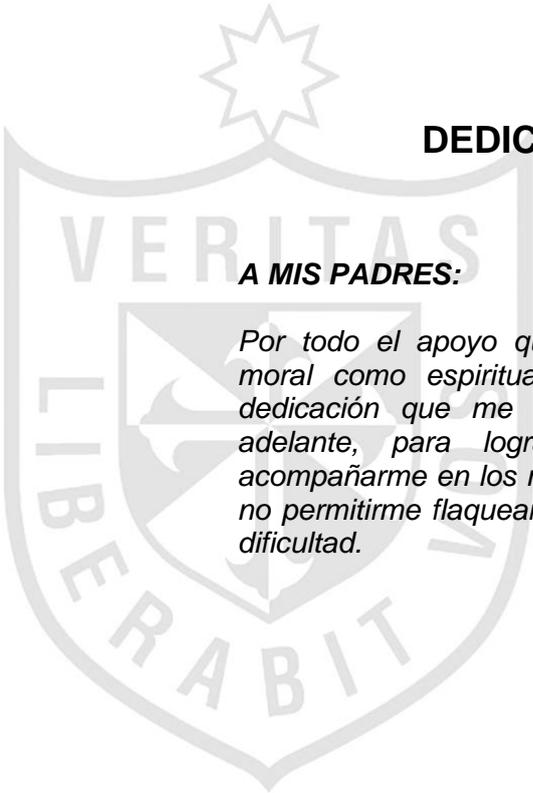
MIEMBROS DEL JURADO:

Dr. Reynaldo Uladislao Bringas Delgado

Dr. Luis Humberto Ludeña Saldaña

Dr. Mario Rolando Velásquez Milla

Mo. Víctor Manuel Loret de Mola Cobarrubias



DEDICATORIA

A MIS PADRES:

Por todo el apoyo que me brindaron tanto moral como espiritual, por todo el amor y dedicación que me dan para poder seguir adelante, para lograr mis metas, por acompañarme en los momentos más difíciles y no permitirme flaquear o declinar ante ninguna dificultad.

AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento a las autoridades de la Facultad de Ciencias Contables Económicas Financieras por darme la oportunidad de especializarme.

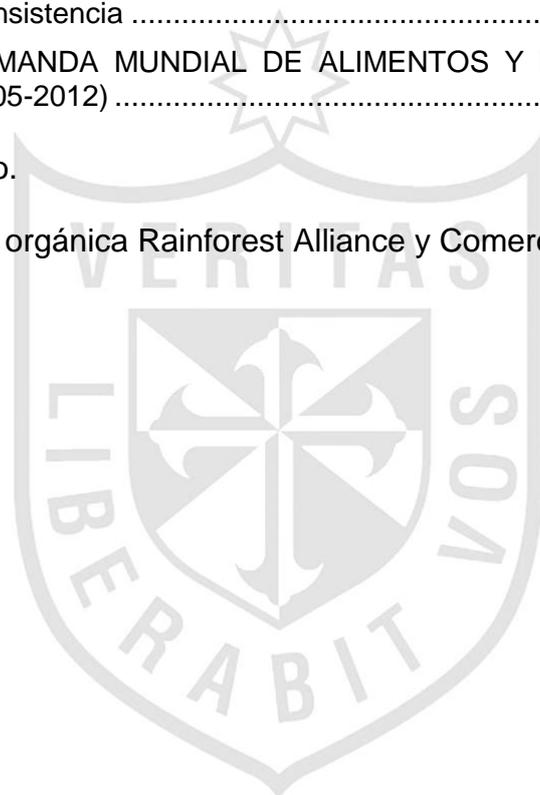
Al Doctor Víctor Palomino Chinchay y la Doctora Isabel Seijas Ríos, por su valiosa colaboración y asesoría en la elaboración de la presente Tesis.

ÍNDICE

Portada	i
Título	ii
ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
RESUMEN	ix
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	xiv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la Realidad Problemática	1
1.2. Formulación del Problema	9
1.2.1. Problema General	9
1.2.2. Problemas Específicos	9
1.3. Objetivos de la Investigación.....	9
1.3.1. Objetivo General	9
1.3.2. Objetivos Específicos	10
1.4. Justificación de la investigación	10
1.4.1. Justificación.....	10
1.4.2. Importancia	11
1.5. Limitaciones del Estudio.....	12
1.6. Viabilidad del Estudio	12
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	13
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	13
2.2. Bases Teóricas	20
2.2.1. Comercio Internacional	20
2.2.2. Teoría de la Ventaja Absoluta.	21
2.2.3. Teoría de la Ventaja Comparativa.	22
2.2.4. Comercio Justo del Café Orgánico.....	24
2.2.5. El Café Orgánico.....	28
2.2.5.1. Características del Café Orgánico	30
2.2.5.2. Propiedades del café orgánico.....	30
2.2.5.3. Diferencia entre el café orgánico y el grano de café convencional	31
2.2.5.4. Beneficios del Café Orgánico.....	32
2.2.5.5. Incidencia de plagas y enfermedades en el Café.....	34
2.2.6. Turismo Ecológico de las rutas del café orgánico.....	37
2.3. Definiciones Conceptuales	40

2.4. Formulación de las Hipótesis	44
2.4.1. Hipótesis General.....	44
2.4.2. Hipótesis Específicas	44
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	45
3.1. Diseño Metodológico.....	45
3.1.1. Tipo de Investigación	45
3.1.2. Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis.....	45
3.2. Población y Muestra.....	46
3.2.1. Población:	46
3.2.2. Muestra:	46
3.3. Operacionalización de variables.....	47
3.4. Técnicas de Recolección de Datos	48
3.4.1. Descripción de los instrumentos.....	48
3.4.2. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.	49
3.5. Técnicas para el Procesamiento de la Información	49
3.6. Aspectos Éticos.....	50
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	51
4.1. Tendencia Poblacional en los Países Desarrollados	51
4.1.1. Agricultura Orgánica y Alimentos Orgánicos	54
4.1.2. Cafés Especiales y Café Orgánico en el Perú	63
4.2. Producción, Área Cosechada y Rendimiento de Café por Regiones	68
4.2.1. Producción, Área Cosechada y Rendimiento de Café Orgánico.....	75
4.2.2. Principales Provincias Cafetaleras de la Región Cajamarca y Café Orgánico	76
4.2.3. Calidad del Café Orgánico Peruano	78
4.2.4. El Impacto de la Roya en la caficultura peruana.....	80
4.3. Precio FOB del Café y Precio en Chacra del Café por Regiones	83
4.3.1. Precio FOB del Café, Crisis Financiera Internacional y Producción Brasileña de Café	85
4.3.2. Precio FOB del Café según Variedades	87
4.3.3. Precio en Chacra, Inflación y Nivel de Vida Rural.....	89
4.3.4. Precios FOB del Café y del Café Orgánico.....	91
4.4. Exportaciones de Café	91
4.4.1. Países de Destino de las Exportaciones de Café y Precios FOB	93
4.4.2. Exportaciones de Café de la Región Cajamarca	95
4.4.3. Exportaciones de Alimentos Orgánicos y de Café Orgánico.....	96
4.4.4. Principales Mercados para Alimentos Orgánicos	98
4.4.5. Países de Destino de las Exportaciones de Café Orgánico y Población Envejecida	100
4.5. Mercado Mundial del Café	103
4.5.1. Principales Países Productores de Café	104
4.5.2. Principales Países Productores de Café Orgánico	106
4.5.3. Exportaciones Mundiales de Café	106
4.5.4. Consumo Mundial de Café	108
4.6. Turismo Receptivo y las Rutas del Café.....	113
4.6.1. Destinos Turísticos, Costo de Oportunidad e Infraestructura Económica ...	114

4.6.2. Ruta del Café y del Polen.....	117
4.6.2.1. Café y Turismo Vivencial en Villa Rica.....	117
4.6.2.2. Café, Polen y Turismo Vivencial en Oxapampa	118
4.6.2.3. Café Orgánico y Turismo Vivencial en los Valles de Chanchamayo y Satipo	120
CAPÍTULO V: DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	127
5.1 Discusión.....	127
5.2 Conclusiones.....	129
5.3 Recomendaciones.....	133
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	135
ANEXOS	141
Anexo 1 : Matriz de Consistencia	142
CAMBIOS EN LA DEMANDA MUNDIAL DE ALIMENTOS Y LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO (2005-2012)	142
Anexo 2 Cuestionario.	
Anexo 3 Certificación orgánica Rainforest Alliance y Comercio Justo	



RESUMEN

El propósito de la presente tesis titulada **“CAMBIOS EN LA DEMANDA MUNDIAL DE ALIMENTOS Y LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO (2005-2012)”** consiste en determinar en qué medida se relacionan los cambios en la demanda mundial de alimentos orgánicos con las exportaciones de café orgánico; para cuyo proceso se analiza la evolución de las exportaciones del café orgánico y su participación en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país; asimismo, se determina cómo inciden las tendencias en la estructura poblacional de los principales países desarrollados a favor de las personas de la tercera edad sobre la demanda del café orgánico, y se identifican las principales rutas del café orgánico y su potencial generador de ingresos por concepto de turismo ecológico-vivencial.

La tesis se fundamenta en el comercio internacional, específicamente en las teorías, de la ventaja absoluta, la ventaja comparativa y en la teoría del comercio justo.

En la investigación se utilizó una muestra intencional, conformada por las 13 regiones productoras de café orgánico, las mismas que han sido extraídas del listado de ADEX; así mismo, se analizó datos proporcionados por entidades pertinentes de reconocido prestigio como MINAG, SISEX, PROM PERÚ, OIC; y se realizó una encuesta al gerente del área comercial de la Junta Nacional del Café.

Al término de la tesis, se ha obtenido datos que corroboran las hipótesis planteadas por lo que se colige que el café es el producto más relevante en el ámbito de la agricultura orgánica, y el Perú se constituye en uno de los primeros países productores de café orgánico a nivel mundial; que se cultiva y produce en agroecosistemas orientados a la obtención de café de alta calidad y cafés especiales, cuyas cualidades y propiedades diversas son benéficas para el estado de la salud humana, así como la armonía con la naturaleza, lo que implica la protección del ambiente, evitando la aplicación de insumos químicos agrotóxicos, que dañan y deterioran las áreas de cultivo, afectan directamente al ambiente y principalmente al ser humano.

El café ocupa el primer lugar como producto agrícola generador de divisas y da empleos a cerca de 123 mil familias que viven de este cultivo en el medio rural peruano. A finales de los 80's los cultivadores de café decidieron desarrollar el café orgánico, que aparte de conservar el equilibrio ecológico de los suelos, se encuentra libre de químicos y contaminantes.

El café orgánico especial adquiere cada vez mayor demanda en los mercados de Europa, Estados Unidos y Japón, principalmente de parte de la población de la

tercera edad y muchas organizaciones de productores en Perú se han especializado en este tipo de producto agrícola y nutracéutico, logrando incluso que nuestro país produzca la mayor cantidad de café orgánico en el mundo.

Palabras Claves: Demanda mundial, alimentos orgánicos, Exportación peruana, café orgánico, Hemileia Vastatrix, beneficios para la salud humana.



ABSTRACT

The purpose of the present thesis entitled “Changes in the World Demand of Food and Organic Coffee Exports : 2005-2012”, is to determine in what measure the changes in the world demand of organic food is related with organic coffee exports; that is why organic coffee exports is analyzed as well as its contribution, in foreign currency, to agricultural exports and to total national exports; likewise, it is studied the tendencies in the population structure of developed countries in favor of older people whose age are over 64 years and how this impacts on the demand for organic coffee; finally, the main coffee valleys are identified with the purpose of encouraging ecological tourism.

The thesis is based on the international trade, specifically in the theories of absolute advantage, the comparative advantage and the theory of fair trade.

In this research study, we used an intentional sample, composed of the 13 regions producing organic coffee, the same that have been extracted from the listing of ADEX, well same is analyzed data provided by entities of recognized prestige as

MINAG, SIISEX, PROM PERU, OIC, and a survey was realized to the manager of the commercial area of the National Meeting of the Coffee.

At the end of the thesis data has been obtained to corroborate the assumptions made by what it is gather that coffee is the more relevant product in the field of organic agriculture, and Peru is the main organic coffee producer of the world; organic coffee is cultivated under an agroecosystems faced to the securing of coffee of high quality and special coffees, which qualities and diverse properties are beneficial for the state of the human health, as well as the harmony with the nature, what implies the protection of the ambience, avoiding the application of chemical inputs agrotóxicos, which damage and spoil the cultivation areas, they affect straight to the ambience and principally to the human being.

Coffee occupies the first place among agricultural products in generating foreign currency and given jobs to fence off of 123 thousand families who live in this crop in the rural Peru; by the end of the 80's the coffee farmers decided to introduce in their lands organic coffee, which apart from preserve the ecological balance of the soil, is free of chemicals and pollutants.

Organic coffee special is having more and more demand in European, American and Japanese markets, mainly from people who have more than 64 years; this fact has encouraged many Peruvian coffee farmers to the point that at the present Perú is the main organic coffee producer in the world.

Keywords: Global demand, organic food, Peruvian export, organic coffee, Hemileia vastatrix, benefits to human health.

INTRODUCCIÓN

Durante la ejecución de la presente tesis primero se ha planteado la problemática relacionada con el impacto de los cambios en la demanda mundial de alimentos (convencionales y orgánicos) sobre las exportaciones de café orgánico.

El café orgánico ha cobrado gran importancia en nuestro país en los últimos años; comenzó a gestarse en los cafetales de los campesinos peruanos que lograron exportarlo a las grandes urbes en donde se vende en cafeterías especializadas bajo un concepto de conciencia social y ecológica; asimismo, el aumento en la demanda de productos orgánicos responde al crecimiento de los movimientos ambientalistas que hemos presenciado en esta última década que han resultado en una euforia por los alimentos “naturales, sanos, biológicos, y orgánicos”; de otro lado, los productos orgánicos que normalmente son más caros que los convencionales le garantizan a los consumidores informados alimentos de calidad, libres de agroquímicos, producidos bajo sistemas agrícolas que son “amigables” con el ambiente.

El presente trabajo consta de cinco capítulos:

El capítulo I; Hace referencia al planteamiento del problema, describiéndolos de manera detallada.

En el capítulo II: Se presentan los antecedentes de la investigación así como el marco teórico donde se hace referencia a la estructura poblacional de los principales países involucrados en la presente tesis; al comercio internacional, a la teoría de la ventaja comparativa, a la teoría de la ventaja absoluta, al comercio justo, a la roya del café, al turismo ecológico, además del marco conceptual, relacionados con las variables.

En el capítulo III :Se describe la metodología aplicada, el tipo de investigación, las estrategias o procedimientos de contrastación de las hipótesis por corroborar, la población y muestra seleccionada, la operacionalización de las variables, las técnicas de recolección y procesamiento de la información y los aspectos éticos que debemos tomar en cuenta.

En el capítulo IV: presentamos los datos, análisis e interpretación de resultados que se dio a través del análisis de los datos secundarios para así demostrar la hipótesis general que nos hemos planteado.

En el capítulo V: Se expone la Discusión, las Conclusiones y las Recomendaciones.

Así mismo, se detallan las fuentes de información, tanto bibliográficas, como electrónicas y los anexos respectivos.

Finalmente, esperamos que esta tesis contribuya al incremento del conocimiento del agroecosistema caficultor, al desarrollo de la profesión y del país.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

En el actual desarrollo mundial, la producción de alimentos orgánicos se ha incrementado como respuesta a la demanda cada vez creciente de la población consumidora que se preocupan por la calidad de vida, por la salud y el despliegue de nuevos valores, de la vida buena, la conservación de las culturas y la sustentabilidad ambiental.

Ante esta situación, la preocupación de la Organización Mundial de la Salud por promover una mejor calidad de vida, saludable y protección del medio ambiente, ha coadyuvado al avance de la tendencia mundial continua por consumir productos ecológicos, preferentemente orgánicos (OMS, 2007).

El creciente interés por consumir productos orgánicos es parte de una tendencia mundial de cambios, de los consumidores modernos (prioridad del crecimiento económico, consumo material, y seguridad legal y militar) por los nuevos valores de los consumidores actuales, que prefieren el mejoramiento

de la calidad de vida, la autorrealización, la democratización de la sociedad y la sustentabilidad del ecosistema terrígeno. Esta tendencia es producto y expresión de sociedades que cuentan con altos niveles de ingresos y cuya población gasta cada vez menos en alimentos (menos del 10% del ingreso en promedio en los países desarrollados), por lo que están en posibilidad de satisfacer sus nuevas necesidades. Esta tendencia se despliega también en los demás países, por una mayor demanda de productos 'ecológicos', entre ellos los alimentos orgánicos especiales.

Los motivos que tienen los consumidores para comprar alimentos orgánicos son por lo general: los beneficios para la salud humana, la preocupación por conservar el ecosistema terrígeno, mejorar los sentidos del sabor, el aroma y la frescura que caracterizan a estos alimentos.

No obstante, el orden de su importancia varía significativamente por región y país, en lo cual influyen los antecedentes y la fuerza política del movimiento ecológico, la toma de conciencia de la población, el rol del Estado en el fomento de la producción y el consumo. E incluso, las informaciones persistentes sobre la alteración de los alimentos naturales y los recientes casos de los ganados con encefalopatía espongiforme bovina conocida como "vacas locas", que han motivado a muchos consumidores a adquirir con más frecuencia productos orgánicos.

Las encuestas realizadas en Estados Unidos, Canadá y Alemania sobre estas motivaciones, revelan que el consumidor de productos orgánicos es único y se distingue en el conjunto de los consumidores porque sabe

identificar y cuantificar lo que adquiere; además, porque tiene mayores exigencias sobre la calidad de los alimentos (Willer y Yussefi, 2001).

La población de consumidores orgánicos en el mundo va *in crescendo*, tanto los -ego trip- (de los supermercados), como los -ecológico trip- (con responsabilidad social) y los gerontes, demandan cada vez más productos saludables, orgánicos y nutraceuticos, orientados por un estilo de vida y envejecimiento saludable, dentro de lo que sería el estilo de vida ecológico trip.

En la medida en que los productores y comerciantes logren satisfacer estas expectativas es posible expandir la demanda de los productos orgánicos que podemos apreciar en el siguiente cuadro:

Tabla 1

Motivación de los consumidores de países seleccionados por comprar alimentos orgánicos
(Porcentajes)

	<i>Alemania</i> ¹	<i>Reino Unido</i> ²	<i>Estados Unidos</i> ³	<i>Canadá</i> ⁴
Salud	67	46	66	89
Sabor	13	—	38	93
Medio ambiente	10	41	26	—
Otros	17	26	30	68
	(apoyo a la agricultura)	(bienestar animal)	(inocuidad)	(facilidad de preparación)
			16	62
			(disponibilidad)	(precio)

Nota: Se permitieron respuestas dobles.

1. IFOAM, "What the consumer says", en *Ecology and Farming*, enero-abril de 1999, p. 14.

2. IFOAM, "Trends between countries", en: *Ecology and Farming*, *ibid.*, p. 15-3.

3. The Hartman Group, *Food and the environment*, Update 2001, Bellevue, Estados Unidos, primavera de 2001, p. 8.

4. Rosalie Cunningham, *The organic consumer profile...*, *op. cit.*, p. 7.

El mercado de productos y de alimentos orgánicos se desarrolla y expande de manera muy acelerada. Ningún otro grupo de productos agropecuarios registra tasas de crecimiento de la producción por arriba de

20% anual y tiene, además, la particularidad de que todavía no puede satisfacer la demanda, como sucede con los de carácter orgánico en Europa, Japón y América del Norte. Las ventas de alimentos orgánicos crecieron en varias zonas del mundo: de US\$ 10 000 millones en 1997 a US\$ 20 000 millones en el 2000 (Willer y Yussefi, 2001).

La producción orgánica de alimentos en el mundo se ha incrementado tanto en Europa como en Estados Unidos, cuyos reportes indican que durante el período 1995 – 2010 la superficie total de tierras orgánicas en estos países se triplicó, y la superficie de tierras orgánicas en la Argentina aumentó durante los últimos 7 años, en 1,200%. En el Perú, el proceso de cambio de la producción orgánica se ha incrementado, debido básicamente a la demanda de los países industrializados por el consumo de alimentos orgánicos, en respuesta a las exigencias por el mejoramiento de la salud, la prevención de enfermedades originadas por el abuso del empleo de agroquímicos tóxicos y al deterioro observado en el medio ambiente.

La agricultura orgánica se practica en casi todos los países del mundo, entre los cuales figura el Perú, como uno de los mayores exportadores mundiales de productos orgánicos, siendo esta una de las principales fuentes de divisas por agroexportación y ocupa el tercer lugar en el rubro de exportación agropecuaria.

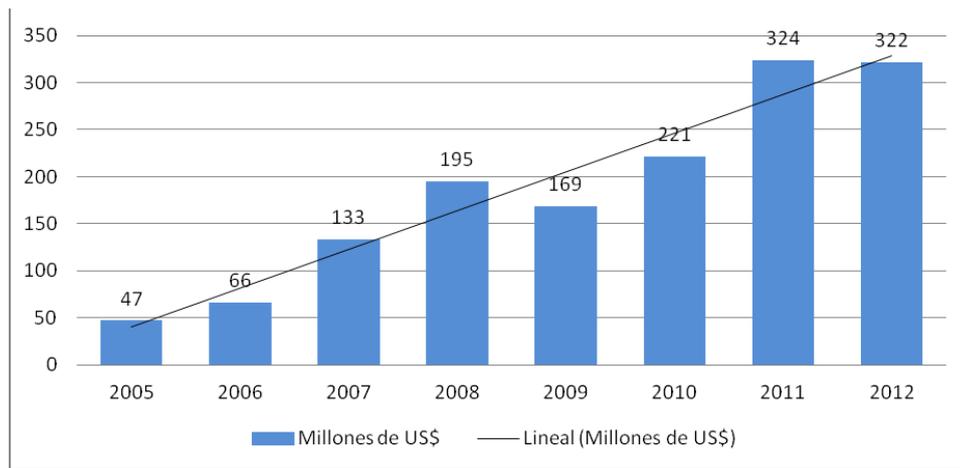


Figura 1. Perú: Exportaciones de Productos Orgánicos, 2005-2012 (millones de US\$)

Fuente: Sunat, FIBL-IFOAM .Elaboracion Propia

Dentro de los principales productos orgánicos se encuentra el café, que es la bebida más vendida en el mundo (después del agua) y consumida por un tercio de la población mundial (la otra bebida, que compite con el café, es el té, la consumen los pueblos del Lejano Oriente, que representan la mitad de la población mundial). Solamente en EUA se beben alrededor de 400 000 millones de tazas de café.

En los últimos 10 años el consumo de café a nivel mundial muestra un marcado dinamismo; así desde el 2001 hasta el 2011 el café logró un record de producción de 8,34 millones de TM que implicaría un crecimiento promedio del 2,4% anual.

La demanda mundial de café está concentrada en los países no productores del mundo desarrollado, siendo los principales compradores Estados Unidos de Norteamérica, Alemania, Francia, Japón e Italia.

Tabla 2
Principales países importadores de Café
Valores en miles de US\$
2006-2010

Importadores	2006	2007	2008	2009	2010
Mundo	15.080.622	17.899.861	21.915.272	20.168.090	23.620.980
EE.UU	3.220.434	3.648.429	4.256.990	3.872.301	4.695.991
Alemania	2.346.024	2.723.881	3.329.372	2.861.799	3.527.486
Francia	919.395	1.131.696	1.381.429	1.439.364	1.681.260
Japón	1.021.723	1.066.638	1.267.087	1.152.705	1.405.866
Italia	872.518	1.092.848	1.380.256	1.229.742	1.303.227
Bélgica	579.121	614.398	1.206.415	990.996	1.111.799
Canadá	628.561	681.663	788.446	782.564	971.218
España	486.451	617.494	765.332	645.538	733.934
Reino Unido	420.404	484.128	630.258	595.435	688.247
Países Bajos (Holanda)	472.504	581.137	451.409	500.056	391.328
Suiza	253.007	327.016	422.002	419.726	558.561
Suecia	294.794	337.685	408.581	366.143	501.055
Austria	249.954	386.133	452.622	351.802	388.815
Polonia	206.409	210.099	270.298	334.364	375.545
República de Corea	162.736	203.934	289.254	276.284	371.612
Federación de Rusia	120.699	170.834	243.916	247.564	333.006
Finlandia	170.4	191.385	242.271	224.558	294.184

Fuente: TradeMap

Actualmente el Perú, es el séptimo país en porcentaje de habitantes que se dedica a la producción orgánica, casi todos los países que nos anteceden en el ranking son países en vías de desarrollo, como Etiopía. El único país desarrollado que nos antecede y que está en el quinto lugar es Italia (Roberto Ugás, 2009).

En el Perú, la producción de café se realiza en 15 ámbitos de Gobiernos Regionales y el café orgánico se produce en 13 regiones, destacándose las áreas cafetaleras de Junín, Cajamarca, Cuzco, San Martín, Amazonas y Puno. Esta producción cuenta con 105 mil hectáreas certificadas de café orgánico, a cargo de 32 mil productores empadronados, según las normas técnicas vigentes. (JNC. 2012)

Entre las bondades del café orgánico (cosechado sin químicos) es que es pagado en el mercado internacional a un precio superior al cancelado por el café tradicional debido a sus prácticas agrícolas comprometidas con el medio ambiente. “El mercado internacional está demandando más cafés

orgánicos. Está tomando conciencia de la importancia de producir grano que no dañe el medio ambiente” (Galindo Mauricio, 2013).

Son cerca de 17 países los principales exportadores de café orgánico, según la OIC, entre ellos figura el Perú, siendo el tercer productor de Sudamérica, después de Brasil y Colombia y el décimo en el mundo; y el primer exportador mundial de café orgánico en el 2010 y en el 2012 se exportaron cinco millones 757 mil quintales de café orgánico, alcanzaron un valor FOB de US\$ 101 millones disminuyendo en un 47% respecto al año 2011 y llegando a un volumen de 22 mil TM. Esta disminución se debió a la incidencia de enfermedad de la roya amarilla en los cafetales peruanos así como a la reducción en el precio internacional. El precio promedio alcanzó un valor de US\$ 4,5 por kilogramo.

El principal destino de las exportaciones de café orgánico es el mercado Europeo que concentra 48.6% del volumen total exportado, segundo es el Norteamericano, con un 39.4%. Entre los países de la Unión Europea destaca Alemania que concentra el 60% del volumen total exportado a esta región.

En la producción nacional el café es el principal producto agropecuario de exportación, cumple un importante rol en la Balanza Comercial Agropecuaria, participando con el 30 % del total de las exportaciones; con 1,030 millones de dólares (FOB) al PBI agrario (2012) y es una fuente generadora de trabajo e ingresos para cerca de 2 millones de peruanos

participantes parciales o totalmente en la cadena productiva caficultora especializada.

La producción nacional del café también ha desarrollado el turismo ecológico cultural, vinculado a los cafés especiales, consistente en las rutas turísticas de los cafés del centro y del nororiente del país. Según la encuesta realizada, “Índice de marca país 2010” el Perú se encuentra entre los diez mejores lugares del mundo para hacer turismo, destacando en 5 categorías: belleza natural, cultura, gastronomía, arte y arqueología. Esta encuesta tiene como base la opinión de los turistas que retornan a sus lugares de origen luego de visitar un determinado lugar turístico. El turismo receptivo genera divisas por alrededor de US\$ 900 millones (tercero en importancia detrás de las divisas obtenidas por exportaciones mineras y pesqueras), estimándose un gasto por visitante extranjero superior a los US\$ 850 dólares, muy por encima de los US\$ 123 que en promedio gasta un turista nacional durante su viaje al interior del país.

Debido a los cambios en la demanda mundial de alimentos y a la producción fluctuante del café orgánico nacional – no obstante ser el Perú uno de los principales exportadores del café orgánico en el mundo- nos planteamos el imperativo de investigar la relación entre la demanda mundial de alimentos orgánicos y las exportaciones del café orgánico durante el período 2005 -2012.

1.2. Formulación del Problema

El problema de investigación sobre los cambios en la demanda mundial de alimentos y la exportación de café orgánico (2005-2012), podemos definirlos como sigue:

1.2.1. Problema General

¿En qué medida se relacionan los cambios en la demanda mundial de alimentos orgánicos con las exportaciones peruanas del café orgánico?

1.2.2. Problemas Específicos

- a) ¿En qué medida la evolución de las exportaciones del café orgánico participan en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país?
- b) ¿Cómo inciden las tendencias en la estructura poblacional de los principales países desarrollados en favor de las personas de la tercera edad sobre la demanda del café orgánico?
- c) ¿En qué medida las principales rutas del café orgánico pueden convertirse en un potencial generador de ingresos por concepto de turismo ecológico?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

La presente investigación tiene como objetivo general:

- a) Determinar en qué medida se relacionan los cambios en la demanda mundial de alimentos orgánicos con las exportaciones de café orgánico.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Analizar la evolución de las exportaciones del café orgánico y su participación en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país.
- b) Determinar como inciden las tendencias en la estructura poblacional de los principales países desarrollados a favor de las personas de la tercera edad sobre la demanda del café orgánico.
- c) Identificar las principales rutas del café orgánico y su potencial generador de ingresos por concepto de turismo ecológico.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación

La elección del tema se originó a partir de la experiencia profesional de la autora, vinculada a la investigación regional y al desiderátum de indagar sobre el estatus que ocupa el Perú como primer exportador mundial de café orgánico y seleccionado como productor del ‘mejor café orgánico del mundo’ (2010) y ganador del premio al ‘grano de mejor sabor’ en el concurso realizado por Reforest Alliance (2011).

Por lo que se estima, que mediante la presente tesis sobre los ‘cambios en la demanda mundial de alimentos y la exportación del café orgánico 2005-2012’, contribuirá al mejor conocimiento teórico y fáctico acerca de las nuevas tendencias de los mercados mundiales

por el consumo del café orgánico y su incidencia en la producción nacional caficultora de exportación y su sustentabilidad en el tiempo.

1.4.2. Importancia

Estimamos que la presente tesis tiene, en primer lugar, importancia **teórica**, porque se propone incrementar el conocimiento factual del café orgánico/especiales, investigar la introducción de nuevas tecnologías media y alta de rendimiento y los beneficios que aporta al estado de la salud humana, biogénico mental y a la terapéutica activa y preventiva actual.

En segundo lugar, tiene importancia **práctica**, para la economía nacional por cuanto, como primer exportador mundial de café orgánico, es el primer producto de agro exportación del Perú; fuente generadora de divisas; cuya actividad caficultora de exportación suministra empleos y subempleos a la actividad económicamente activa de la población en 13 regiones del país; y puede extender la ruta turística del café que muestra la historia de la caficultura peruana en la selva central, desde la Ruta del café Villa Rica, La Merced-Chanchamayo, y la del Turismo vivencial cafetalero en el Nor Oriente peruano, Jaén y San Ignacio, hasta proyectarse hacia la nueva ruta del café de Tunki; mejorando así, el potencial generador de ingresos por concepto del turismo cultural del café.

1.5. Limitaciones del Estudio

La tesis analizó las exportaciones de café orgánico, entre los años 2005 y 2012.

Teniendo como base documentos e información secundaria proporcionada por entidades de reconocido prestigio como Sunat, Adex, MINAG, SISEX, PROM PERÚ, JNC, OIC, que asumimos que son verdaderas.

En cuanto al diseño de investigación debo manifestar que la limitación de los estudios correlacionales es que los resultados no indican relaciones de causalidad intrínseca entre los eventos (variables) del problema en estudio, sino, solo indican las correlaciones o asociaciones entre las variables consideradas.

No obstante, la investigación correlacional ayuda a evaluar cuestiones descriptivas y postular predicciones que pueden ser las bases de ulteriores investigaciones empíricas y experimentales.

1.6. Viabilidad del Estudio

La investigación realizada ha sido viable por contar con la cobertura investigativa de la institución universitaria, el asesoramiento de especialistas cualificados (competencia técnica y académica), los recursos materiales, financieros y tecnológicos. Así como la disponibilidad del tiempo requerido para la realización de la tesis.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

En la línea del tiempo investigativo se acredita que en 1791, el diario El Mercurio Peruano consignaba artículos referentes al consumo del café peruano. Desde entonces, el background del café convencional y el referencial teórico sobre el café orgánico tiene registro histórico. Sólo en el nuevo milenio, puede destacarse la de:

Tudela Mamani. J. (2006) que reporta el informe titulado **“Determinantes de la Producción Orgánica: Caso del Café Orgánico en los Valles de San Juan del Oro – Puno”**. En dicho informe nos indica que la tendencia mundial del consumo de productos agrícolas orgánicos ha sido ascendente, ningún otro grupo de productos agropecuarios registra tasas de crecimiento de la producción por arriba del 20% anual y tiene, además, la particularidad de que todavía no puede satisfacer la demanda, como sucede

con los de carácter orgánico en Europa, Japón y América del Norte (Gómez, et.al, 2003).

Las ventas de alimentos orgánicos crecieron en varias zonas del mundo: de 10.000 millones de dólares en 1997 a 20.000 millones en el 2000 (Willer, et.al, 2001). Para el caso del café orgánico, el mercado representa por lo menos US\$ 10.000 millones de dólares anuales del comercio orgánico mundial (Leibovich, et.al, 1999). Dentro del mercado de los productos orgánicos, el café es uno de los productos con mayor demanda y en la década de los noventa alcanzo tasas de crecimiento entre el 10 y 30% anuales (Ramos, 2002).

En el Perú, el esfuerzo de varios años de pequeños productores cafetaleros organizados en cooperativas y asociaciones, ha permitido tener una presencia expectante en el escenario internacional del café orgánico. El año 1994 se embarcaron 1.200 quintales, mientras que el año 2000 se vendieron más de 85.000 quintales de café con certificación orgánica (Junta Nacional del Café), ese año el Perú tenía la posición de segundo mayor productor mundial de café orgánico certificado, además de una gran proporción de sus chacras cafetaleras con cafetales bajo sombra (Greenberg, et.al, 2000).

Marco Loayza O. (2006) realizó el trabajo titulado **“Planeamiento Estratégico para el Sub Sector Cafetalero del Perú: Periodo 2006 Al 2011”** para optar el grado de magister en Administración Estratégica de

Negocios. El autor en esta tesis sostiene que el café es el producto agropecuario principal de exportación en el Perú. Históricamente el café ha representado una de las fuentes más importantes de divisas para el país. No obstante, en los últimos cuatro años, la drástica caída de su cotización en el mercado internacional ha contribuido a que los ingresos por las ventas al exterior se hayan reducido cuantiosamente.

En nuestro país a pesar de las limitaciones con las que se desarrolla la actividad agrícola, el café constituye el primer producto de agro exportación que cumple un importante rol en la Balanza Comercial Agropecuaria Peruana, genera fuentes de trabajo para 125,000 familias agricultoras que generan casi un millón de puestos de trabajo directos e indirectos, constituyéndose además en una interesante alternativa para las estrategias nacionales de descentralización de la economía y lucha contra el narcotráfico. Por tal razón el sub sector cafetalero Peruano puede convertirse en una fuente generadora de divisas y contribuir con el incremento de las exportaciones nacionales.

Marrero Saucedo, F. (2010), Tesis: “Características, Limitaciones y Posibilidades de Desarrollo de la Producción y Comercialización de Productos Orgánicos en el Perú”, elaborado para optar el grado académico de Magister Scientiae en Agronegocios en la Universidad Nacional Agraria La Molina. En esta tesis el autor sustenta que el sector de productos orgánicos en el país se encuentra en una etapa de crecimiento. Haber pasado en cifras de exportación de 15,1 millones de dólares del año

2001 a 240 millones de dólares el 2009, y haber aumentado en cinco veces el número de productores orgánicos en ese periodo, ratifican su crecimiento.

La agricultura orgánica en el Perú se encuentra respaldada por la presencia importante de factores básicos (recursos naturales, clima, mano de obra semicalificada abundante y barata) como fuente esencial y generalizada de la ventaja competitiva.

El crecimiento del sector de la producción agrícola orgánica, está orientada a la demanda externa y solo el 3% de la producción se orienta al mercado interno, lo cual es una limitante para generar ventajas competitivas en el sector.

Los costos adicionales que genera la certificación de los productos orgánicos y la reducción de precios que tienden a equipararse a los productos convencionales, podría generar el estancamiento en el crecimiento del sector.

Las ventajas competitivas del sector de productos orgánicos están orientadas principalmente a la aplicación de la estrategia de enfoque o alta segmentación, tanto en el mercado nacional e internacional.

Huamán Valer, I. (2011), realizó una investigación titulada **“Oportunidades de Negocio en el Mercado Chino: Café Orgánico”**. En dicha investigación señala que el Perú cuenta con ventajas competitivas para la obtención de un café orgánico de alta calidad, como son las

condiciones climáticas idóneas y el no uso de insecticidas que pueda alterar el cultivo del café.

Perú tiene una temporada de cosecha de café orgánico distinta al resto de países productores de café como México y países de América Latina, lo cual resulta una gran oportunidad para cubrir la demanda del café orgánico en momentos que los otros productores se encuentran empezando su cultivo de café.

El café orgánico peruano tiene un alto reconocimiento a nivel mundial, propiciando que la entrada en un nuevo mercado tenga una gran aceptación.

Los consumidores chinos tienen preferencias por ingerir productos naturales, siendo una gran oportunidad para exportar nuestro café orgánico resaltando su calidad y su forma de cultivo libre de cualquier alteración, a la vez de aprovechar los beneficios arancelarios que nos da el TLC con China. Existe un crecimiento sostenido en el consumo de café en china y las proyecciones de venta de café son óptimas para las expectativas de exportar café orgánico a esta nación asiática. La venta de café orgánico peruano en China puede propiciar la apertura de otros negocios con dicha nación.

Vergara Cobián, S. (2012), realizó el Informe titulado “**Reporte de Inteligencia de mercados: Café Peruano: Aroma y sabor para nosotros y el mundo**”, elaborado por Red Libre. En este informe se menciona que actualmente, el Perú es el primer productor de café orgánico en el mundo y posee un alto potencial para seguir expandiéndose en determinados nichos

de mercado en EE.UU., Europa y Asia. El cultivo de café es un gran generador de empleo, ya que su producción directa genera alrededor de 43 millones de jornales al año.

Según las estimaciones de la Organización Internacional del Café (OIC) en la cosecha 2012-2013 subirían cerca de un 8%, y se llegará a los 140 millones de sacos de 60 kilos debido a un año de alta cosecha en Brasil. La OIC espera una cosecha de 130 millones de sacos de café en 2011/12.

Durante el 2011, las ventas al exterior del café sin descafeinar representaron el 33% de las agroexportaciones al aumentar 28% en volumen, 78% en valor y 39% en precio FOB, respecto del año 2010 debido al incremento de la producción nacional en 13,6% y al alza sostenida del precio internacional por la mayor demanda mundial y la caída de la producción de principales ofertantes mundiales como Brasil, Indonesia, Colombia y Vietnam. Los principales mercados para el grano peruano fueron: Estados Unidos al representar el 28% del total, Alemania (22%), Bélgica (16%), Colombia (8%) y Corea del Sur (3%) de un total de 42 países destino.

Más allá de virtudes como el sabor y el aroma que proporciona el café orgánico, la industria cafetera ha conseguido que la Agencia Europea de los Alimentos (EFSA por sus siglas en inglés) avale tres alegaciones nutricionales: que ayuda a mejorar el rendimiento cognitivo, el físico y el nivel de alerta.

Gómez Flores, L. (2012), Tesis: “Análisis sobre la Inversión Pública en Infraestructura y su Impacto en el Crecimiento Económico en el Perú 2000-2011”, elaborado para optar el grado de Maestro en Economía en la Universidad Nacional de Piura. En esta tesis el autor sustenta que la existencia de una infraestructura adecuada en una economía genera una serie de efectos positivos para el desarrollo de las actividades privadas, puesto que esta se constituye en un conjunto de activos públicos que influyen en las decisiones de producción y de consumo de las empresas y de los hogares. Así, por ejemplo, las actividades privadas en las regiones de un país no se desarrollarían adecuadamente si la inversión en infraestructura no fuera provista de manera eficiente, ya sea por el sector público o por el privado, evitando la duplicación y el desperdicio de recursos escasos.

Para concluir con la antecedencia, brevemente, puede decirse que las inversiones en infraestructura en los países en desarrollo son necesarias para generar aumentos sostenidos del crecimiento económico a través de la expansión de la capacidad productiva de un país o a través de la mejora de la eficiencia económica mediante la transparencia de los precios relativos. Además, el efecto económico del gasto en infraestructura varía no solo según el sector, sino también de acuerdo a su diseño, a su ubicación y la oportunidad. Por ello, la eficacia de las inversiones en infraestructura depende de ciertas características como su calidad, su fiabilidad, su cantidad, así como que la oferta de servicios corresponda exactamente con su demanda.

No obstante, que los estudios precedentes, suministran informaciones valiosas, es pertinente investigar, los cambios en la demanda mundial de alimentos y su incidencia en la exportación del café orgánico durante el período 2005-2012, que nosotros nos proponemos realizar.

2.2. Bases Teóricas

La investigación ha aplicado las teorías económicas disponibles como la teoría del comercio Internacional, el sistema del comercio justo y el referencial teórico de la evolución del café orgánico.

2.2.1. Comercio Internacional

El comercio internacional es importante en la medida que contribuye a aumentar la riqueza de los países y de sus naciones, riqueza que se mide a través del indicador de la producción de bienes y servicios que un país genera anualmente que es medido por el indicador producto Interno Bruto (PIB). Sobre la base de estas aseveraciones se ha defendido la libertad de comercio como un instrumento que permite lograr un objetivo, la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de la población mundial que está íntimamente relacionada con la renta económica generada y con su distribución. A través del comercio internacional de bienes y servicios y de los flujos internacionales de dinero, las economías de los diferentes países están ahora más estrechamente relacionados.

Esta Teoría del Comercio Internacional se basa en las ventajas comparativas que aumentan conforme exista diferencia en precios relativos entre los países.

2.2.2. Teoría de la Ventaja Absoluta.

Con la publicación en el año 1776 la obra de Adam Smith, “La Riqueza de las Naciones”, cierra el ciclo del mercantilismo y surge el nacimiento del liberalismo y de la escuela de pensamiento económico clásico con la política de laissez- faire (menor interferencia gubernamental posible en el sistema económico).

El comercio basado en la ventaja absoluta enunciada por Smith, sustenta su tesis en un postulado elemental: si dos países comercian entre sí en forma voluntaria, ambos países deben obtener beneficios; si uno de los dos países no logra ganancia, o se encuentra en pérdida, simplemente se negaría a hacerlo.

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

ganancias de la especialización por medio del intercambio entre ambos países mediante el comercio. (Salvatore, Dominick.1995).

De acuerdo con su teoría, el libre comercio permitiría un uso mucho más eficiente de los recursos del planeta y en consecuencia, se lograría un mayor bienestar en todo el mundo. Pero es paradójico que hoy en día en su mayor parte de los países impongan tantas restricciones al libre flujo del comercio internacional. (Salvatore, Dominick.1995).

2.2.3. Teoría de la Ventaja Comparativa.

La teoría original de las ventajas comparativas se debe al economista David Ricardo, en su obra Principios de Política Económica y Tributación (1871), obra en la que expuso la ley de la ventaja comparativa. Éste argumenta que los patrones de intercambio se explican por las diferencias en dotaciones de recursos que existen entre los países involucrados en el intercambio (Krugman, 2002).

Según esta ley, aun cuando un país es menos eficiente que el otro (tiene una desventaja absoluta con dicho país) en la producción de ambos bienes, aún existe base para desarrollar actividades de intercambio comercial de beneficio mutuo.

El primer país debe especializarse en la producción y exportación del bien en la cual es menor su desventaja absoluta (se trata del bien de su

ventaja comparativa) e importar el bien donde su desventaja comparativa sea mayor (se trata del bien de su desventaja comparativa).

En el modelo Ricardiano se da por hecho la existencia del trabajo como único factor de producción y la diferencia entre países es la mayor o menor productividad. Los países intercambian por necesidad y por conveniencia, importan lo que les es difícil producir entonces son improductivos y exportan los productos en donde son más productivos; a esto se denomina ventajas comparativas.

El comercio siempre suministra beneficios, por un lado incrementa el consumo de los residentes del país por la libre importación; es un método de producción que facilita la satisfacción de necesidades a un menor costo porque implica menos esfuerzo de producción. Los precios relativos de un país determinan la distribución de sus ganancias, para determinar los precios relativos es necesario observar la oferta y la demanda relativa; el precio relativo indica un salario de la misma naturaleza. Lo rescatable de la teoría, es la afirmación hecha sobre la tendencia a exportar bienes en los que se tenga alta productividad. (Salvatore, Dominick.1995).

Uno de los principios fundamentales de David Ricardo en su obra Principios de Economía Política y Tributación, la teoría clásica de la renta fue la controversia sobre las Leyes de Granos, a consecuencia del embargo de Napoleón sobre puertos británicos durante las guerras napoleónicas. Los agricultores británicos se vieron obligados a aumentar

la producción del cereal doméstico, y como los costes de producción eran más altos que en el extranjero, el precio del cereal británico aumentó.

La renta que Ricardo definió como lo “que se paga... por el uso de las energías indestructibles del suelo” no existe en el margen (las peores tierras cultivadas) y aparece en las mejores tierras sólo cuando se ponen en cultivo las tierras peores; e identificaba la renta en el margen extensivo (cuando se cultivaba una tierra nueva), pero según Ricardo, la renta también aparece a causa de los rendimientos decrecientes de la tierra de la misma calidad (margen intensivo). El efecto de las Leyes de Granos era el de forzar una agricultura más intensiva y extensiva en Inglaterra. Lo que Ricardo demostró, que existían rendimientos decrecientes tanto en el margen intensivo (mayor cantidad de factores aplicada a la misma tierra) como en el margen extensivo (la misma cantidad de factores aplicada a diferentes clases de tierra). (Ekelund, Robert B. y Hébert, Robert F., 1992).

2.2.4. Comercio Justo del Café Orgánico

El año 1964, comienza el sistema de Comercio Justo (**FT**, por Fair Trade) o Comercio Alternativo (**AT**, por Alternative Trade), con la conferencia de la UNCTAD Allí, se planteó la ayuda económica hacia los países pobres por un régimen de apertura comercial de los mercados de alto poder adquisitivo. Unos pocos grupos de habitantes de los países desarrollados promovieron la creación de tiendas "UNCTAD", que

comercializarían productos del llamado Tercer Mundo en Europa, evitando las barreras arancelarias de entrada.

A partir de ese momento, se plantea la iniciativa para crear canales comerciales innovadores, dentro de los cuales la relación entre las partes se orienta al logro del desarrollo sustentable y sostenible de la oferta. El FT se orienta hacia el desarrollo integral, con sustentabilidad económica, social y ambiental), respetando la idiosincrasia de los pueblos, sus culturas, sus tradiciones y los derechos humanos básicos.

Las nuevas alternativas al comercio internacional se establecen en las siguientes iniciativas:

- El comercio justo representa una relación más directa y solidaria entre el consumidor y el pequeño productor. Al eliminar la intermediación excesiva, se procura un trato comercial más justo, para el pequeño productor como para el consumidor. De esta manera, el productor logra obtener un ingreso digno que refleja el valor real de su trabajo y le permite impulsar sus propios medios de desarrollo comunitario y comercial. A cambio, el consumidor obtiene un producto de alta calidad integral (calidad física, social, cultural y ecológica) a un precio razonable mientras brinda apoyo al desarrollo sustentable del productor.
- El comercio justo es una alianza entre productores y consumidores que trabajan para enfrentar las dificultades de los productores y aumentar el acceso al mercado y promover un proceso de desarrollo sostenible.

- El comercio justo exige la construcción colectiva, reglamentación transparente e inclusión de los excluidos en políticas públicas adecuadas y responsables, certificaciones independientes con formulaciones y planificaciones que incluyan relaciones comerciales, preservación ambiental, producción orgánica, desarrollo del territorio y capital social.

La filosofía del Comercio Justo es que la mejor ayuda de los países centrales a los países en vías de desarrollo es el establecimiento de relaciones comerciales éticas y respetuosas, con crecimiento sustentable de las naciones y de los individuos. Más que por las entidades oficiales o estatales, el Comercio Justo es impulsado y practicado por millones de personas solidarias en diversas partes del mundo. Aquí las llamadas Tiendas del Tercer Mundo cumplen un rol decisivo, a través de voluntarios que en sus horas libres apoyan en la venta de productos como Café Orgánico del Perú.

Tiene como objetivos garantizar para los trabajadores o trabajadoras un salario justo. - Mejorar las condiciones de seguridad e higiene del lugar de trabajo. - Fomentar la igualdad de oportunidades para las mujeres. - Proteger los derechos de los niños. - Salvaguardar las minorías étnicas - Preservar el medio ambiente.

Ventajas de Participar dentro el Comercio Justo.

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

Un precio mínimo. El Comercio Justo tiene un precio que sirve de base y consiste en 125 dólares/100 libras de café oro, sea convencional, orgánico o en transición.

Con este precio se considera que el productor puede cubrir los costos de producción y quedarse con alguna utilidad. Los 125 dólares es el precio mínimo que los importadores deben pagar aunque el precio del café en la Bolsa de Nueva York se encuentre por debajo de este.

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

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

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

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

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

Participantes del Comercio Justo.

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

2.2.5. El Café Orgánico

Es el café libre de químicos y pesticidas, en su lugar se emplean abonos elaborados con desechos y materia orgánica, es decir se cultiva sin usar pesticidas, plaguicidas o fertilizantes químicos. Se produce usando solo

métodos naturales. Además hay un tratamiento especial para la conservación del suelo y se cultiva bajo sombra, no afectan a los cafetos que los producen, sino que armonizan con el ecosistema local.

El café orgánico en el Perú se cultiva bajo sombra, es decir, las matas del cafeto se cultivan intercaladas con árboles diversos tales como naranja, plátano, limón, aguacate. También dan sombra al café árboles que no dan producto, del género Inga. Estos cafetales son sistemas agroforestales que ofrecen numerosos beneficios ecológicos y económicos tales como: la protección y conservación de la biodiversidad; protección de suelos; regulación de lluvias, heladas, vientos; protección de cuencas hidrológicas, captación de carbono; generación de alimentos y diversificación productiva.

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

La agricultura orgánica se rige bajo los principios de una producción: Ambientalmente amigable: respetar y proteger el ambiente utilizando técnicas de producción en equilibrio y armonía con la naturaleza, evitando la destrucción de los recursos naturales en las zonas tropicales y subtropicales.

Económicamente viable: dirigida a mejorar el ingreso del productor a través del sobreprecio que se paga por el café orgánico.

2.2.5.1. Características del Café Orgánico

El café orgánico, es más agradable y saludable para el consumidor que el café normal, porque se cultiva en forma natural, excluyendo el uso de pesticidas y otros elementos químicos que podrían ser dañinos para la salud humana. Igualmente, es más rentable para el productor porque obtiene mejores precios en el mercado internacional.

Aromático, de buen sabor y no se usa insecticida para su elaboración. Por estas cualidades, el café orgánico peruano está ganando posicionamiento en el mundo.

2.2.5.2. Propiedades del café orgánico

Las propiedades del café orgánico, suman a los beneficios que el café convencional aporta a la salud, sus características ecológicas. El café orgánico está libre de pesticidas y fertilizantes, por lo que no expone al organismo a los efectos adversos de estos. Sus contraindicaciones, por otra parte, no difieren de las del café convencional y se relacionan con los efectos de la cafeína, que pueden ser perjudiciales en determinadas circunstancias. Conoce para qué sirve el café orgánico y por qué deberías o no consumirlo.

La siembra y cultivo de café orgánico, tiene enormes beneficios tanto para la preservación del medio ambiente, como para la conservación de la salud humana.

Las propiedades del café orgánico no difieren de los beneficios para la salud del café convencional. En particular, se destacan sus efectos estimulantes del sistema nervioso central, además de su alto contenido en antioxidantes que podrían ralentizar el proceso de envejecimiento.

Por otra parte, se han estudiado sus propiedades medicinales en la inhibición del avance de enfermedades como la diabetes, el mal de Parkinson, el mal de Alzheimer y la cirrosis hepática. Sin embargo, por contener cafeína en su composición, su consumo debe ser medicado o en todo caso no ser excesivo y en ciertas circunstancias, puede estar contraindicado o restringido su uso. Tal es el caso, de los pacientes con hipertensión arterial, niños pequeños, y mujeres embarazadas, que al igual de lo que ocurre con otro tipo de alcaloides, no deben excederse en su consumo.

2.2.5.3. Diferencia entre el café orgánico y el grano de café convencional

Sistema de Producción. El cultivo del café orgánico es similar al que tradicionalmente se realizaba. Antes de la introducción de los fertilizantes, el cafeto se solía sembrar a la sombra, intercaladas entre árboles tales como el naranjal, el platanero, el limonero, entre otros.

Con este sistema se evitaba la contaminación del agua y mantenía la riqueza del suelo. Además los pájaros que tenía como habita los árboles que daba sombra al café, mantenían a raya las distintas alimañas e insectos dañinos al cafeto. Con el tiempo sin embargo, se abandone este sistema de

producción y se introduce el sistema actual de extensivo al sol, en donde el uso de insecticida y fertilizante es necesario.

Precio. El café orgánico es hoy en día más caro que el café normal, porque los costes de producción son superiores a los del sistema de cultivos tradicionales. A esto se añade que la producción de café orgánico se realiza a pequeña escala.

2.2.5.4. Beneficios del Café Orgánico

Beneficios para la población. Con el café orgánico se elimina la exposición a los insecticidas y pesticidas habituales en la agricultura contemporánea. En general, se puede decir que reducir la exposición del cuerpo a agentes químicos externos siempre es beneficioso. Es importante saber, que el café orgánico no está completamente exento de agentes químicos.

Beneficios para el medioambiente. La protección y conservación de la biodiversidad; protección de suelos; regulación de lluvias, heladas, vientos; protección de cuencas hidrológicas, captación de carbono; generación de alimentos y diversificación productiva.

Los consumidores eligen consumir el café orgánico por los siguientes motivos:

- **Beneficios para la salud.** Muchos consumidores se preocupan cada vez más de lo que ingieren diariamente en sus comidas y bebidas: consideran que los alimentos orgánicos son más sanos. Los estudios científicos experimentales muestran que el consumo sistemático de café orgánico proporciona bioelementos nutricionales saludables, por sus propiedades organolépticas, cognitivas, a nivel de alerta y físicos (*Agencia Europea de los alimentos - EFSA*); y principalmente de índole nutracéutico que podría retrasar y prevenir la aparición del Alzheimer, la diabetes tipo 2 (*Escuela de Salud Pública de la Universidad de Harvard, Boston, Massachusetts - UEA, 2104*), la cirrosis hepática y procesos de longevidad.
- **Demanda de cafés especiales.** Esta demanda está creciendo y se considera que los cafés orgánicos pertenecen a esta categoría. Si bien la calidad del café orgánico no es necesariamente mejor que la de los cafés convencionales, el mercado del café orgánico demanda cada vez más una calidad superior, y por ello a menudo se los sitúan en el segmento de los cafés especiales. Los primeros cafés orgánicos que aparecieron en el mercado en el decenio de 1980 eran arábicas de México, de buena calidad pero hoy en día existen también de calidades inferiores de arábica orgánico, además de robusta orgánico. Algunas plantaciones o exportadores de calidad hacen certificar sus cafés como orgánicos para subrayar su calidad, confiando en que se percibirán como cafés realmente especiales.
- **Preocupaciones ambientales.** Otros consumidores se preocupan de los efectos negativos causados por las sustancias agro-químicas

en el medio ambiente. No están preocupados necesariamente por cuestiones de salud pero desean en principio estar seguros de que los productos que compran se producen de modo favorable al medio ambiente para prevenir así la polución, la erosión y la degradación de las tierras.

2.2.5.5. Incidencia de plagas y enfermedades en el Café

El café constituye en el momento actual un producto importante para la economía del Perú y participa en buena parte en la dinámica de la estructura rural del país, tanto por lo que representa en términos de empleo, como por los ingresos económicos y de divisas que genera. Un análisis de la historia económica del país, necesariamente debe incluir los efectos que la producción del grano de café tiene para el crecimiento económico y para las principales variables de la economía.

Por eso, cuando los precios internacionales del café fluctúan a la baja, como acaeció hace apenas cinco años y sucede nuevamente, las alarmas se activan, por las consecuencias que esto conlleva. Y si además de dichas variaciones, se afronta un problema que afecta directamente la cosecha, como es el caso de la incidencia de plagas *Leucoptera coffeella* (Guérin-Ménéville, 1842) y *Hypothenemus hampei* (Ferrari, 1867) y enfermedades como la *Cercospora coffeicola* (Berk y Curtis, 1880) y la *Hemileia vastatrix* (Berk y Broome, 1869).

La Roya del Cafeto

De la plaga y enfermedades que infestan al café, la de mayor incidencia es la *Hemifleta Vastatrix* que es la más destructiva del cafeto y la de mayor importancia económica a nivel mundial y nacional debido a que provoca la caída prematura de las hojas, propiciando la reducción de la capacidad fotosintética así como el debilitamiento de árboles enfermos y en infecciones severas puede ocasionar muerte regresiva en ramas e incluso la muerte de arboles (APS, 2011).

Los primeros síntomas de la enfermedad aparecen en la cara inferior de las hojas, donde se observan inicialmente manchitas pálidas que con el tiempo aumentan de tamaño y se unen formando las características manchas o lesiones amarillo-anaranjado, con apariencia de un polvo fino. Ahí se producen las esporas o “semillas” del hongo con un diámetro de casi 5 mm, pero pueden crecer hasta 10 veces más grandes. Con el tiempo, las manchas más viejas de roya van adquiriendo un color pardo o necrótico, donde sobrevive el hongo en las hojas (vivas) para el siguiente ciclo o campaña.

A su vez, el cultivo de café es considerando como el producto agrícola más importante en el comercio internacional, y una mínima reducción en el rendimiento o un ligero aumento en los costos de producción de este cultivo por efecto de *H. Vastatrix*, puede tener un gran impacto en los

caficultores y en los países cuyas economías son totalmente dependientes de las exportaciones del café (APS, 2011)

La Roya como nombre común en varios idiomas

Nombre Común	
Español	Roya del cafeto, roya del café, roya amarilla del café
Inglés	Coffe rust, leaf rust of coffee, orange coffee rust
Portugués	Ferrugem do cafeeiro Ferrugem do café
Francés	Rouille de la feuille du caféier, rouille vriae des cafeiras

Figura 2. Expresión lingüística de la roya en idioma español, Inglés, portugués y francés.

Uno de los casos más severos del ataque de esta enfermedad, se reportó en Ceilán (actualmente Sri Lanka), entre los años 1871 y 1878 donde la producción de café se redujo de 4,5 centenas (cwt)/acre a 2 cwt/acre y el área establecida para este cultivo se redujo de 68 787 ha a 14 170 ha, y finalmente para 1890 se abandonaron las plantaciones no rentables (CABI, 2013).

Las consecuencias nocivas que perjudican a los productores de café son:

- i. Reducción de la producción y las ganancias de grandes y medianos caficultores, así como la ruina económica de los pequeños productores, para quienes el problema cobra dimensiones alarmantes.
- ii. Disminución del ingreso de divisas al país, por la baja del volumen de exportación del grano.
- iii. Caída del empleo generado en el sector cafetero.

iv. Debilitamiento del mercado interior, debido al declive de los salarios y de los ingresos de pequeños y medianos caficultores.

El impacto económico de *H. Vastatrix* en el cultivo del café no solo se debe a la reducción de la cantidad y la calidad de la producción, sino también a la necesidad de implementar costosas medidas de control en los cultivos susceptibles (CABI, 2013).

A criterio de expertos en el tema, una de las principales medidas para el control o manejo de la roya consiste en la aplicación de fungicida. Asimismo, el fungicida debe aplicarse en los meses de abril o mayo, para evitar mayores daños en las plantaciones, que a su vez, provoquen significativas pérdidas en la cosecha cafetera. Esta temporalidad o ciclo de cuidados culturales asociados al tratamiento de la roya, que para los expertos es de conocimiento común, es algo que pasa desapercibido al ser ignorado por la mayoría de la población y sus expresiones colectivas que se aglutinan en los diferentes sectores y grupos de la sociedad, los medios de prensa y la llamada clase política del país.

2.2.6. Turismo Ecológico de las rutas del café orgánico

El turismo ecológico es la actividad guiada que despliegan los turistas para conocer *in situ* los mejores lugares de producción de los cafés orgánicos especiales; suscitar experiencias vivenciales únicas y aprender comportamientos ecosistémicos nuevos en armonía con las bondades de la

naturaleza. Dicho en otra forma, el ecoturismo es el turismo cuyo fin primordial es el acercamiento armonioso con la naturaleza (Romero, 1991).

Desde los años de la década de los 70 ha venido desarrollándose una tendencia muy pronunciada en el incremento del ecoturismo tomando actualmente características de masificación que a la larga van deteriorando el medio ambiente natural, de no tomarse las necesarias medidas de conservación del mismo.

Es el momento de desarrollar la defensa del "oikos" o sea de solapar los términos turismo "ecológico" y "ecoturismo", tendiendo a que, quienes practican el ecoturismo, busquen cambiar la asfixia y el stress ciudadano por el aire puro y por la tranquilidad del bosque, con el mismo criterio que lo enfoca el ecólogo.

Mientras no haya una definida conciencia del turista frente a la conservación del "oikos" o "ambiente natural" las enseñanzas de los ecólogos no detendrán la destrucción de los practicantes del ecoturismo, que algunas veces son involuntarias, por ignorancia, y otras a sabiendas, en desesperada búsqueda de ganancias económicas. La conciencia ante el ecoturismo masivo debe crearse desde la infancia, es problema de educación y es deber del Estado, el cual debe crear leyes, normas y penalidades que defiendan el "oikos" y que realmente se apliquen en beneficio de la subsistencia humana.

El ecoturismo, se ha convertido en un fenómeno de gran volumen y se practica de diferentes maneras y en diferentes sitios. Se utilizan los

bosques, las selvas, los lagos, los ríos, las montañas, los desiertos. Se desarrollan infinidad de actividades como la pesca, los safaris, la cacería, la tala, la toma de fotos, la recolección de flora, estudios de investigación y en fin un sin número de acciones incontroladas que destruyen diferentes ecosistemas y crean desigualdades geológicas. Es necesario entender que el ecoturismo sano es el que logre establecer un nivel de compensación entre el disfrute de la naturaleza y la obtención de recursos naturales para usos industriales o alimentarios, pues la conservación de la biodiversidad es condición "sine qua non" para el bienestar y vivencia del ser humano y de otras especies.

En muchas partes del mundo se practica el ecoturismo, sea el caso de los Estados Unidos, del Canadá, de Costa Rica (con mucho éxito), por sus diferentes climas y gran cantidad de animales y vegetación, Argentina por su variada pesca, las zonas del mediterráneo y en fin en muchas otras partes.

En Perú tenemos diversidad de sitios para practicar el Ecoturismo, los cuales debemos someter a mantenimiento sostenido y a control severo. Para conservar los ecosistemas y aprovechar sus bellezas naturales como generadoras de turismo.

En este proceso la actividad caficultura se ha tornado importante para el desarrollo de las regiones que su promoción y conservación de su origen histórico, se han creado las Rutas Turísticas del Café que muestra la evolución histórica del café más fino del mundo como la Ruta del Café La

Merced-Chanchamayo y otras Rutas del café – Villa Rica, Oxapampa-Pasco y la Ruta del café: Turismo Vivencial Cafetalero en el Nor Oriente Peruano.

2.3. Definiciones Conceptuales

En la presente tesis se hizo uso de los siguientes términos:

Agricultura orgánica, ecológica o biológica.- Se define como un sistema de producción que utiliza insumos naturales (rechaza los insumos de síntesis química (fertilizantes, insecticidas, plaguicidas) y los organismos genéticamente modificados) mediante prácticas especiales como composta, abonos verdes, control biológico, repelentes naturales a partir de plantas, asociación y rotación de cultivos, etc. Esta forma de producción, además de considerar la filosofía, mejora las condiciones de vida de sus practicantes, de tal modo que aspira a una sostenibilidad integral del sistema de producción (económica, social y ecológica). O sea, la producción orgánica se basa en estándares específicos y precisos de producción que pretenden alcanzar un agro ecosistema social, ecológico y económicamente sustentable (Kortbech-Olesen, 2000).

Productos Orgánicos.- Según la Organización para la Agricultura y la Alimentación FAO; (2006); Pág. 12; dice que: “Los productos son considerados orgánicos, siempre y cuando sean producidos y a la vez procesados cumpliendo normas establecidas en la fase agrícola orgánica.

Café Orgánico.- Es el café que se obtiene sin usar productos agroquímicos (ni fertilizantes, ni plaguicidas), en su lugar, se emplean abonos elaborados con desechos y materia orgánica y se efectúan labores de conservación de suelos. Un café orgánico son aquellos granos de café que se cultivan sin el uso de pesticida o fertilizantes, utilizando solo métodos naturales. La teoría detrás de todo esto es que la producción de café orgánico contamina menos que el cultivo de café normal.

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

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

Producción de Café Orgánico.- El cultivo de café orgánico se rige por normas internacionales de producción e industrialización que son vigiladas

bajo un sistema de certificación que nos garantiza el consumo de café de alta calidad sin insumos de síntesis química y la protección del medio ambiente.

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

Costos de producción.- Costo del proceso de fabricación de un producto, incluyendo el coste de las materias primas, mano de obra y gastos indirectos o de fabricación.

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

Comercialización.- planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables. La comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión.

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

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

Infraestructura.- Hace referencia a la dotación de bienes y servicios con los que cuenta un país para sostener su estructura social y productiva. Hace referencia a las facilidades elementales que se requieren al desarrollo potencial turístico de una zona tales como: teléfono, agua potable, vías de comunicación (Boullón, 1991).

Demanda turística.- Conjunto de necesidades requeridas por los turistas durante su desplazamiento y en el lugar de estancia. (OMT, 1994)

Oferta Turística.- En términos generales, se entiende por oferta a la “cantidad de mercancía o servicios que entra en el mercado consumidor a un precio dado” (Boullón, 1992, p.34).

Actividad Ecoturística.- Son aquellas actividades que involucran la naturaleza, para aprovechar sus recursos naturales. (Pérez, 1999).

2.4. Formulación de las Hipótesis

En correspondencia a los problemas supra citados se propone las respectivas hipótesis.

2.4.1. Hipótesis General

H: Si los cambios en la demanda mundial de alimentos orgánicos se incrementan, entonces inciden en la exportación de café orgánico del Perú.

2.4.2. Hipótesis Específicas

Hi₁: Si la evolución de las exportaciones del café orgánico se incrementa, entonces inciden en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país.

Hi₂: Si la tendencia en la estructura poblacional de los principales países desarrollados a favor de las personas de la tercera edad es creciente, entonces inciden en la mayor demanda del café orgánico.

Hi₃: Si las principales rutas del café orgánico cuentan con una adecuada infraestructura económica, entonces puede convertirse en un potencial generador de ingresos por concepto de turismo ecológico.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño Metodológico

3.1.1. Tipo de Investigación

De acuerdo al propósito de la tesis, la naturaleza de los problemas y los objetivos formulados, la presente investigación es de índole correlacional que nos permitió comprender la relación de las variables y escrutar los sucesos ex post facto y predecir los eventos in curso.

3.1.2. Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis

La estrategia para verificar la aceptación o negación de las hipótesis parte de la recopilación de información secundaria sobre nuestras variables independientes (variables causa) y variables dependientes (variables resultado); esta información secundaria es de carácter histórico. Todo este proceso de recopilación de información ya sea

de origen secundaria estuvo orientado por el marco teórico. En el proceso de investigación se empleó el método deductivo y estadístico, el mismo que se comparo con el inductivo.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población:

La población en el presente trabajo de investigación se refiere al total de los productores del café convencional y orgánico de las 15 regiones a nivel nacional. (Extraído del listado de ADEX)

3.2.2. Muestra:

El presente estudio utilizó una muestra no paramétrica de carácter intencional, conformado por la data de 13 de regiones productoras de café orgánico distribuidas en el país, seleccionado del listado de ADEX y a un representante de la Junta Nacional del café.

3.3. Operacionalización de variables

HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
HG: Si los cambios en la demanda mundial de alimentos orgánicos se incrementan, entonces inciden en la exportación de café orgánico del Perú.	VI: Cambios en la demanda mundial de alimentos orgánicos	X1: Estructura poblacional de los países desarrollados (EEUU, Alemania)
	VD: Incremento de la exportación de café orgánico del Perú.	Y1: Exportación de café orgánico en TM y en millones de US\$. Y2. Producción de café orgánico en TM Y3: Superficie cultivada de café orgánico en Ha.
HE1: Si la evolución de las exportaciones del café orgánico se incrementa, entonces inciden en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país.	VI: Evolución de las exportaciones del café orgánico	X1: Exportaciones de café orgánico en TM y en millones de US\$
	VD: Incremento en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país.	Y1: Participación de las exportaciones de café orgánico en las agroexportaciones Y2: Participación de las exportaciones de café orgánico en las exportaciones totales
HE2: Si la tendencia en la estructura poblacional de los principales países desarrollados a favor de las personas de la tercera edad es creciente, entonces inciden en la mayor demanda del café orgánico.	VI: Tendencia de la estructura poblacional en los países desarrollados.	X1: Estructura poblacional de los países desarrollados (EEUU, Alemania).
	VD: Incremento de la demanda mundial de café orgánico	Y1: Exportaciones peruanas del café orgánico en TM y en millones de US\$.
HE3: Si las principales rutas del café orgánico cuentan con una adecuada infraestructura económica, entonces pueden convertirse en un potencial generador de ingresos por concepto de turismo ecológico.	VI: Principales rutas del café orgánico.	X1: Circuitos turístico del café orgánico.
	VD: Potencial generador de ingresos por turismo Ecológico.	X2: Infraestructura económica Y1: Ingresos por demanda turística

3.4. Técnicas de Recolección de Datos

3.4.1. Descripción de los instrumentos

Entre los principales instrumentos que se utilizó en la investigación se destaca:

- a) **Análisis de contenido**, realizado a los documentos para la descripción y análisis sistemático, objetivo y cuantitativo del contenido manifiesto de los datos.
- b) **La Entrevista**, se empleó teniendo como referencia a personalidades vinculadas a la exportación de café orgánico. Se utilizó como instrumento: El Cuestionario Simple
- c) **Una observación consistente** en la recopilación, análisis e interpretación de información relevante para el conocimiento de un mercado.
- d) **Fuentes secundarias.**

Para la recolección de datos del presente trabajo de investigación, se utilizó las Fuentes Secundarias, es decir se recurrió a información secundaria proporcionada por la página web del MINAG, SIISEX, PROM PERÚ, JNC, OIC, para su posterior procesamiento informático y análisis respectivo.

Compuesta por documentos tales como:

- Publicaciones de investigaciones sobre exportaciones y estudios teóricos conceptuales sobre tópicos en cuestión, los cuales se

revisarán con el objeto de apropiar mayores elementos metodológicos para la realización de dicho trabajo.

- Reseñas historiográficas de la exportación de cafés orgánico de los principales ámbitos regionales del Perú.
- Otras fuentes: a la par de las anteriores fuentes, se empleó archivos fotográficos, diapositivas y publicaciones respecto al tema de investigación.

3.4.2. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.

Los instrumentos elaborados fueron consultados a profesionales con experiencia experta. Asimismo, para comprobar su confiabilidad se aplico las técnicas pertinentes a la índole de la investigación.

3.5. Técnicas para el Procesamiento de la Información

En el análisis estadístico de los datos se empleo los indicadores estadísticos que se utilizaron para el procesamiento de la información obtenida de la encuesta así como de las fuentes secundarias, será el siguiente:

- 1) Promedios Simples y ponderados
- 2) Participaciones porcentuales, tasas de crecimiento, otros.

3.6. Aspectos Éticos

La presente tesis se ha ceñido a los principios éticos de: integridad, objetividad, individualidad, responsabilidad, confidencialidad, competencia.

La investigación se realizó con honestidad, sinceridad y justicia. Los datos obtenidos fueron procesados de forma correcta y legal.

Se mantuvo la reserva en el manejo de la información. Se utilizó la lógica de primer orden, racionalidad, medida, equilibrio intelectual, limpieza y serenidad para la toma de decisiones.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Tendencia Poblacional en los Países Desarrollados

La estructura demográfica es la composición de la población según su sexo, su edad y su actividad económica, y es el resultado de los movimientos naturales de población y de las migraciones; la pirámide de población es la forma más frecuente de representar la estructura de la población; así, cuando el porcentaje de gerontes supera el 15% del total de la población, hablamos de población envejecida; en este caso el porcentaje de jóvenes está por debajo de 30%; en cambio si la población joven supera el 50% hablamos de población joven.

La estructura de edad de una población afecta los problemas socioeconómicos claves de una nación; los países con poblaciones jóvenes (alto porcentaje menores de 15 años) tienen que invertir más en escuelas, mientras que los países con poblaciones de edad avanzada (alto porcentaje de 65 años de edad o más) tienen que invertir más en el sector de la salud; la

estructura de edad también se puede utilizar para ayudar a predecir posibles problemas políticos; por ejemplo, el rápido crecimiento de una población de adultos jóvenes que no pueden encontrar empleo puede dar lugar a disturbios.

Veamos cómo se origina en un determinado país la preponderancia de la población en proceso de envejecimiento; veamos el caso de España por ejemplo; este país cuenta con 47.2 millones de habitantes y tiene una población envejecida que es el resultado de una baja tasa bruta de natalidad (10.5%) y una baja tasa bruta de mortalidad (8.2%) que se traduce en un reducido número de hijos por mujer (1.38) y una larga esperanza de vida (84.9 años para las mujeres y 78.9 años para los hombres) que tienen como resultado un crecimiento natural bajo o muy bajo (2.3%); desde la segunda mitad de los años 90 la masiva llegada de inmigrantes jóvenes en edad de trabajar y tener hijos ha originado un ligero ascenso de las tasas de natalidad y ha rejuvenecido la estructura demográfica española, incrementando levemente la tasa de crecimiento; sin embargo, el desarrollo de una grave crisis económica, a partir de 2007 ha dado lugar a:

- una drástica reducción en el número de llegadas;
- una reducción en el número de hijos por mujer, tanto extranjeras como españolas;
- un aumento en la tasa de envejecimiento.

Nótese en la siguiente tabla cómo los países desarrollados cuentan con un mayor porcentaje de población geronte que los países emergentes con la excepción de los Estados Unidos; esto implica 2 cosas:

- los Estados de los países desarrollados con una alta proporción de población vieja tendrán que destinar mayores gastos para la salud del país y para la seguridad social en general;
- esta creciente población vieja demandará cada vez más productos nutracéuticos, productos orgánicos, en concordancia con el mantenimiento de su salud que cada vez será más frágil; un producto nutracéutico es un alimento o producto alimenticio que proporciona beneficios para la salud y médicos, incluidos la prevención y el tratamiento de la enfermedad.

Tabla 3

Estructura Poblacional de Países Desarrollados y Emergentes : 2011										
población	años	%								
		Japón	Alemania	Italia	España	Francia	Reino Unido	Est.. Unidos	China	Perú
Joven	0-14	13.1	13.3	13.8	14.3	18.5	17.3	20.1	17.6	28.5
Adulta	15-64	64.0	66.1	65.9	68.6	64.7	66.2	66.8	73.6	65.1
Vieja	65 y más	22.9	20.6	20.3	17.1	16.8	16.5	13.1	8.9	6.4

Elaboración Propia

Fuente: Naciones Unidas.

Japón es el país desarrollado con el mayor porcentaje de población vieja del mundo con el 22.9%, seguido de Alemania (20.6%), Italia (20.3%), España (17.1%), Francia (16.8%) y del Reino Unido (16.5%).

Nótese asimismo, que Estados Unidos es un país desarrollado que tiene un bajo porcentaje de población vieja, 13.1% comparado con el 22.9% del Japón; también sorprende el bajo porcentaje de población vieja de China (8.9%) y del Perú (6.4%).

4.1.1. Agricultura Orgánica y Alimentos Orgánicos

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) define la agricultura orgánica como “un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agro ecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo ... Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro del sistema”.

El término "orgánico" está oficialmente definido y controlado por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA por sus siglas en inglés); esto significa que para tener la etiqueta de orgánico en el envase los alimentos deben cumplir determinados estándares; así, un producto alimenticio orgánico debe crecer sin el uso de sustancias químicas ni plaguicidas; los agricultores deben usar medios naturales para controlar los insectos y las malezas; solo se pueden utilizar fertilizantes naturales como el abono orgánico; después de la cosecha los productos alimenticios orgánicos no pueden tratarse con conservantes, como la cera; el término orgánico también excluye los alimentos que han sido alterados por científicos, como la sandía sin semillas.

Las metas de la producción orgánica son reducir el impacto negativo sobre el medioambiente y aumentar la sostenibilidad; sostenibilidad significa que las prácticas agropecuarias están diseñadas para cuidar la tierra a fin de asegurar que sea productiva y útil durante mucho tiempo.

El USDA permite usar varias etiquetas diferentes de productos orgánicos como los siguientes:

- **100% orgánico** significa que el producto se produjo y se procesó usando solo métodos e ingredientes orgánicos aprobados; esta etiqueta por lo general se usa en artículos que tienen un único ingrediente, como las frutas o los huevos;
- los productos **orgánicos** contienen al menos el 90% de ingredientes orgánicos;
- **hecho con productos orgánicos** incluye al menos el 75% de ingredientes orgánicos;
- hay otras etiquetas comunes, como **natural, sostenible y alimentado con pasto.**

Por lo general, los productos orgánicos se presentan como una opción más saludable y ecológica que los alimentos convencionales; veamos las diferencias a continuación:

- **Nutrición;** algunos alimentos orgánicos aportan la misma nutrición que las versiones no orgánicas, mientras que otros pueden aportar valor nutricional más alto; por ejemplo, si bien todavía se están realizando pruebas, parece que algunas frutas "regulares" de las tiendas de comestibles (como las manzanas) pueden aportar la misma nutrición que las frutas orgánicas; asimismo, la comida chatarra orgánica, como las galletas o el helado, no contiene ingredientes nutritivos adicionales especiales; en contraposición, algunas frutas y verduras orgánicas tienen mayores cantidades de

oligoelementos debido a las diferencias entre la producción agropecuaria orgánica y la inorgánica.

- **Ingredientes artificiales;** los alimentos orgánicos y los no orgánicos se diferencian en realidad en su exposición a hormonas de crecimiento, ingredientes sintéticos y plaguicidas; aunque los fertilizantes y los plaguicidas se usan comúnmente en la industria alimenticia, algunas personas temen a los posibles efectos a largo plazo de estas sustancias químicas artificiales sobre la salud y el desarrollo de los seres humanos; aunque los médicos no sepan con certeza qué problemas pueden provocar los fertilizantes artificiales y los plaguicidas, comer alimentos orgánicos puede reducir el riesgo de tener posibles problemas de salud.
- **Sabor;** dado que los alimentos orgánicos no tienen conservantes, por lo general se compran a los productores locales y por lo tanto tienden a estar frescos; tampoco tienen sustancias químicas ni saborizantes artificiales, por lo que pueden tener un gusto más natural; aunque la etiqueta de orgánico no garantiza un mejor sabor ni frescura, es posible que sienta que tienen un mejor gusto.
- **Medioambiente;** la producción orgánica tiene el objetivo de ser buena para el medioambiente; los agricultores certificados por el USDA trabajan para reducir la contaminación, ahorrar agua y recursos, y disminuir la erosión de los suelos; también proporcionan a sus animales condiciones de vida más naturales; los agricultores de productos orgánicos tampoco usan plaguicidas que pueden acumularse con el tiempo y, posiblemente provocar un daño a los animales silvestres y las plantas.

- **Duración;** dado que no tienen conservantes, los productos orgánicos por lo general no duran tanto como los alimentos inorgánicos.
- **Costo;** como probablemente ha notado, los productos orgánicos por lo general son más costosos que los alimentos inorgánicos; a medida que mayor cantidad de personas consuman productos orgánicos, es probable que los precios disminuyan.

Cuando determine si los alimentos orgánicos son adecuados para usted y su familia, recuerde que ningún tipo de alimento ni moda pasajera es una solución mágica para su salud; tener la etiqueta de orgánico significa que se les han realizado prácticas agropecuarias y procesamiento naturales, pero no es una garantía del contenido ni de los valores nutricionales.

Normas Internacionales Para Productos Orgánicos:

Regulación Internacional:

- Las exportaciones / importaciones Productos Orgánicos están sujetas dispuesto por las regulaciones de los países de destino.
- Dichas regulaciones consideran principalmente aspectos relacionados a:
 - Producción.
 - Certificación.
 - Etiquetado.
 - Acreditación, entre otras.

Superficie Mundial Con Cultivos Orgánicos:

Área con Manejo Orgánico:

- Se estima que en 2012 el área total mundial manejada bajo los principios de la agricultura orgánica fue de 37.3 millones de hectáreas.
- Australia/Oceanía es la zona que concentra la mayor cantidad de hectáreas al contar con 11.8 millones de hectáreas de cultivos orgánicos (39% del total).
- En el 2012, el área total mundial con cultivos orgánicos creció alrededor del 21% con relación al año anterior.
- Liechtenstein es el país con la mayor proporción de áreas destinadas a los cultivos orgánicos (28% de su área agrícola total).
- Perú es el 7mo país con el mayor número de productores con cultivos orgánicos al contar con alrededor de 33 mil productores.

Área Con Manejo Orgánico:

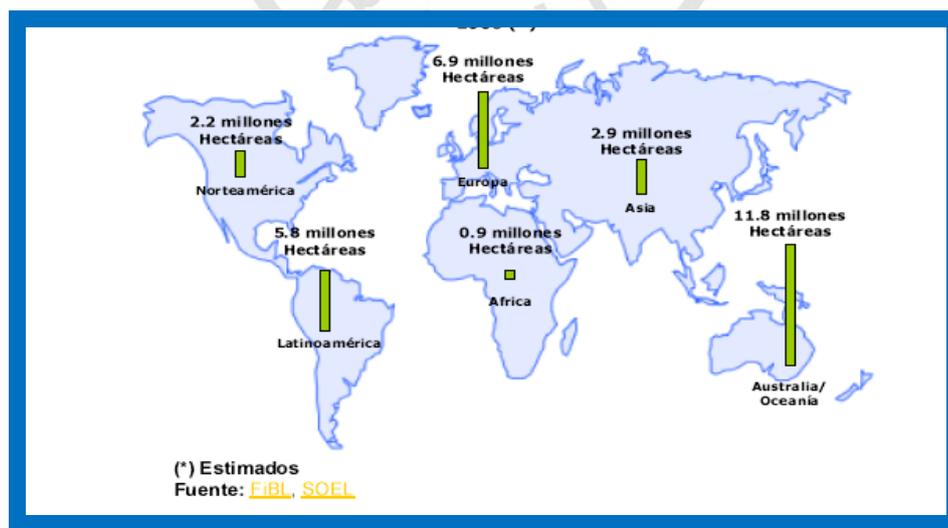


Figura 3. Superficie Mundial con Cultivos Orgánicos (2006)

Comercio Mundial De Productos Orgánicos:

El mercado mundial de productos orgánicos durante el período 2005-2012 ha procesado cambios significativos en la demanda global de alimentos, que en términos de venta, equivale una tasa de crecimiento promedio anual del 9.90%; pasando de US\$ 33, 000 mil millones en el año 2005 a US\$ 64, 000 mil millones durante el año 2012. (The World of Organic Agriculture, SOEL Survey. 2006-2014)

En la demanda mundial de alimentos orgánicos, se destacó el consumo del café orgánico con una tasa de crecimiento promedio anual del 2.1% en los países desarrollados y del 2.4% en los países emergentes y exportadores.

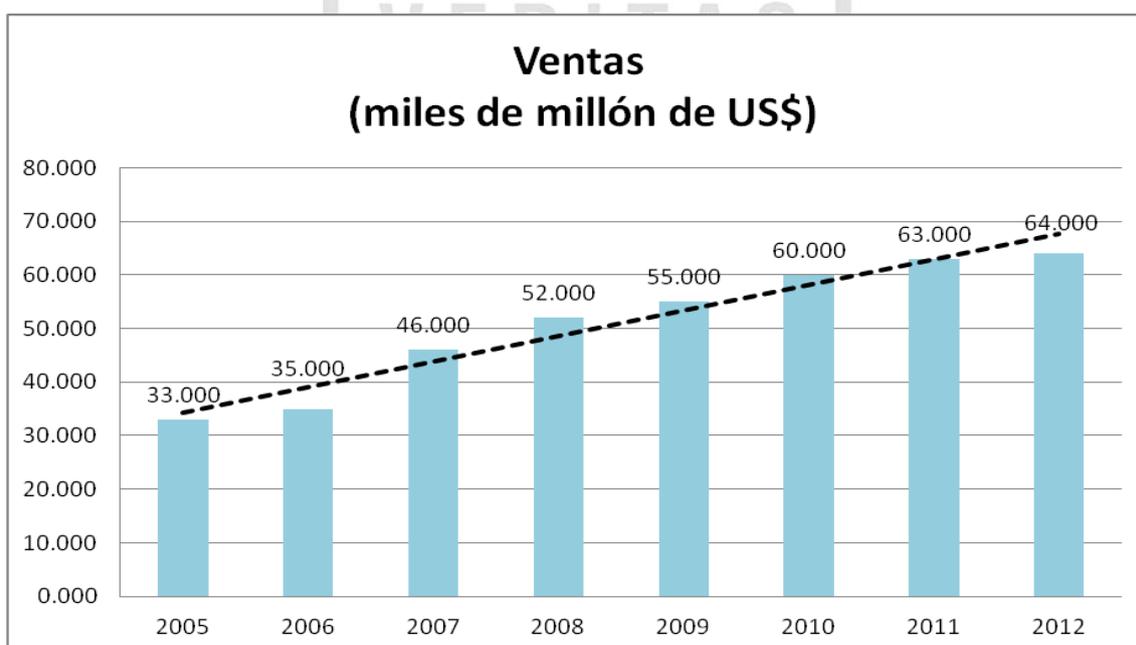


Figura 4. Evolución de las ventas mundiales de productos orgánicos (US\$ millones)

Fuente: The World of Organic Agriculture, SOEL Survey. 2006-2014, The World of Organic Agriculture Statistics & Emerging Trends 2006. Willer, Helga and Minou Yussefi, IFOAM 2006 y Organic Consumers Association.

Tal como se presenta en el Figura 4 precedente, la venta de productos orgánicos a nivel mundial ha seguido incrementándose durante el quinquenio 2005-2010 seguido del bienio 2010 -2012 y se espera que continúe creciendo.

En este proceso EE.UU lidera el comercio con €20.2 billones, mientras que en Europa, Alemania lidera la comercialización de estos productos con €6 billones, concentrando el 27% de las ventas.

La Tendencia Del Mercado De Los Alimentos Orgánicos A Nivel Mundial:

Estados Unidos.

Los estudios demuestran que el mercado orgánico de los Estados Unidos ha estado creciendo desde 20% a 25% por los últimos 10 años. Las ventas de comidas y bebidas orgánicas han crecido de \$1 billón de dólares en 1990 a casi \$31.5 billones de dólares en 2012. Fuente: Market-Led.

Unión Europea.

En Europa, el mercado para los productos orgánicos asciende actualmente a 1-2%, existiendo un potencial para un crecimiento a 15-20%. El motivo de compra de productos orgánicos es la salud, la protección del medio ambiente, la confianza en el origen de los productos, la calidad y el sabor del producto. Los consumidores más frecuentes son personas de nivel cultural superior, mayores de 35 años, de hogares unipersonales y con niños menores de 6 años. “En 2007, las ventas de productos orgánicos en la Unión Europea llegaron a casi los \$26 mil millones de dólares.” Fuente: Market-Led

Se estima que el 35% de los consumidores de la Unión Europea consumen alimentos orgánicos regularmente.

Este cambio en las tendencias de compras ha sido provocada por una serie de miedos sobre la seguridad de alimentos.

Canadá.

Los estudios demuestran que el mercado orgánico de Canadá está creciendo en los últimos años –desde 2006-, las ventas de productos orgánicos en el mercado canadiense experimentan un repunte del 300%, hasta contabilizar 3.700 millones de dólares en el 2012. Fuente: “Canada’s Agriculture, Food and Beverage Industry”

En este momento, los Estados Unidos provee entre 85% – 90% de los productos orgánicos a Canadá. Sin embargo, la mayor parte de estos productos no provienen de los Estados Unidos. La mayoría de estos productos orgánicos vienen de países de Latinoamérica (generalmente hortalizas y frutas frescas).

Japón.

Los estudios demuestran que las ventas al menudeo de productos certificados como orgánico eran de \$350 millones de dólares, o alrededor de 1% de venta total de alimentos. Fuente: “World Markets for Organic Fruit and Vegetables

España.

En el año 2012 el valor de las producciones ecológicas se ha estimado en 12.182 millones de euros. Se calcula que este mercado crecerá una media de un 12% anual hasta el año 2020. Fuente: Everis

El valor gastado por los españoles en alimentos ecológicos es alrededor del 1% del gasto total en alimentación. Se calcula que el 80% de la producción española de alimentos ecológicos se exporta a Centro Europa.

Las Razones De Esta Tendencia En La Demanda De Los Productos Orgánicos:

El mercado mundial de productos orgánicos ha experimentado cambios dramáticos en los últimos 10 años, produciendo un verdadero “boom”, principalmente en los países industrializados. Las razones que explican este fenómeno son muy variadas y entre éstas se destacan a continuación las siguientes:

- Deterioro y contaminación alarmante del medio ambiente: suelos, aguas, biodiversidad, otros.
- Aumento dramático de enfermedades en la población producto de los cambios ambientales y las costumbres alimentarias. Esta situación ha motivado un aumento en la demanda de productos más sanos, especialmente por parte de las personas más conscientes de esta situación.
- Aumento creciente de diferentes escándalos relacionados con los alimentos, como la peste en los cerdos, el exceso de hormonas en la crianza de pollos, los residuos químicos en la leche, otros.
- Aumento de la influencia política de los partidos ecologistas en los países industrializados, lo que obliga a los partidos tradicionales a prestar más atención a los problemas del ambiente y la salud en la población.

Según la *Mintel Global New Products Database*, la situación de las ventas en el mercado europeo da entender esta tendencia en la demanda de los consumidores; algo que se traduce en la aparición de nuevos productos basados en fórmulas antiguas por todas las estanterías de los supermercados. Incluso la alimentación infantil se ha visto implicada en la revolución orgánica.

En Italia, por ejemplo, la empresa Plasmon Oasi Ecológica (perteneciente al grupo Heinz) ha desarrollado dos nuevos productos orgánicos: un postre de cacao y leche para bebés de más de 12 meses, comercializado en Tetra Brick® de 200 ml. Se trata de una fórmula repetida hasta la saciedad, pero la diferencia está en la calidad nutritiva del producto.

4.1.2. Cafés Especiales y Café Orgánico en el Perú

El café especial o café gourmet se caracteriza por una calidad excepcional en taza y por no tener defectos; el café especial permite a los tostadores incorporar sobre la mezcla básica de arábica y robusta, proporciones variables de cafés con rasgos particulares que le otorgan una “diferencia” al producto; el café con denominación de origen se aplica a cafés que provienen de determinados territorios geográficos que por su microclima, variedad, composición y suelo son responsables de un aroma y sabor característico.

Como orgánico es denominado el café que proviene de cultivos con determinado tipo de manejo agronómico que se caracteriza por prácticas de conservación del suelo y por emplear métodos que emulan procesos ecológicos; asimismo, el café de comercio justo proviene de organizaciones de productores, a las cuales se les garantiza un precio mínimo y acceso a un pre-financiamiento de la cosecha por el comprador; el diferencial es destinado a proyectos comunitarios, acordados democráticamente; de otro lado, el café amigable con las aves (bird friendly) se caracteriza por determinadas características del estrato de los árboles de sombra del

cultivo y un adecuado manejo orgánico; de forma similar, el café de la Alianza para los Bosques (Rainforest Alliance) promueve sistemas de producción que favorecen la vida silvestre y la biodiversidad mediante la conservación de áreas de bosque o mediante la reinstalación de los ecosistemas naturales; también implica estándares de sociales como seguridad ocupacional, acceso a servicios de salud y educación.

La certificación de Utz Kapeh es equivalente al Eurep Gap y garantiza determinadas condiciones en el manejo ambiental y cumplimiento de los estándares sociales durante el proceso de producción; además existen estándares corporativos como el C.A.F.E Practices de la cadena de cafeterías Starbucks que agrupa una serie de criterios relacionados a calidad del producto y consideraciones de protección del medioambiente y de los derechos laborales durante el proceso de producción.

Ahora más que nunca el mercado internacional está siendo más exigente en cuanto a las características de calidad del café pretendiendo pagar más por aquellos cafés que en el control de calidad demuestran tener características excepcionales; para ello trabajamos sobre la base de un desarrollo sostenible apuntando a la tendencia del mercado que busca productos ecológicos con un mayor valor agregado; el café que crecientemente el Perú exporta es un café orgánico, con aroma y sabor fuerte, agradable, buen cuerpo y acidez.

Las fincas de café orgánico certificado en su mayoría están pasando de una agricultura orgánica pasiva a una agricultura orgánica activa; las fincas son certificadas por su diversificación productiva, por mantener cafetales con sombras, por la presencia en el suelo de microorganismos y elementos esenciales con materia orgánica, minerales primarios y nitrógeno atmosférico; los agricultores líderes en caficultura orgánica activa están enfatizando 2 aspectos que son muy importantes en la agricultura ecológica: el manejo ecológico de suelos y plagas.

Los caficultores vienen dando importancia a la conservación y la fertilidad natural:

- **prácticas de conservación :**
 - uso de árboles de sombra; todos los productores mantienen sus cafetales sombreados con especies leguminosas, generalmente del género Inga (pacaes, guabos, sikiles); sin embargo, en la investigación que se está haciendo en Villa Rica y en el Valle del Río Apurímac se encontró en promedio 9 especies, entre frutales y forestales, presentes en las finca del café; los Ingas y los plátanos (más de 5 y 7 especies diferentes respectivamente) se encuentran en casi todas las fincas; hay un número importante de fincas con cítricos, frutales y árboles maderables introducidos o nativos;
 - deshierbos adecuados; varios productores para evitar remover el suelo, especialmente en laderas, para el desmalezado, están utilizando machete “chafle”, y evitan el uso de lampas, “hiyuchi”, u otros instrumentos que tienen efecto erosivo porque remueven la capa superficial del suelo;

- siembras en curvas a nivel; la mayoría de productores en sus nuevas plantaciones están trabajando con esta técnica; la mayoría de productores indica que la siembra del café debe ser en curvas a nivel y entre bolillos (trazado en triángulo);
- terrazas de formación lenta usando barreras vegetales vivas contra la erosión tales como la leucaena, yerba luisa y diferentes arbustos y plantas nativas;
- terrazas individuales; cuando la pendiente es demasiado pronunciada la terraza individual es una buena técnica utilizada;
- **manejo de la fertilidad del suelo;** uno de los aspectos que los caficultores orgánicos están generalizando es el manejo de la fertilidad del suelo; existen esfuerzos muy importantes destacando los siguientes:
 - producción y uso de abonos orgánicos; es común en los caficultores orgánicos encontrar una compostera cerca de su casa donde preparan su abono a base de la pulpa de café, estiércol y desechos domésticos; también hay familias que se han especializado en la producción de humus de lombriz, otro en bioabono entre otros;
 - uso de abonos verdes tales como el frijol mucura (*stilozobium*), la canavalia (*canavalia ensiformes*), el chileno/zarandaja (*dolichos lab lab*), el maní forrajero (*arachis pintoy* y otros);
 - uso de abonos no-sintéticos como el guano de islas, la gallinaza, el abono líquido de pescado; en forma restringida usan sulfomac y sulfato potasio;

- enmiendas minerales tales como la cal, roca fosfórica, cenizas de madera, yeso, y algunos utilizan micro nutriente en casos necesarios;
- uso de bacterias de fijación libre; es muy restringido aún el uso de bacterias de fijación libre; lo más utilizado es azotolam que se produce en Arequipa;
- uso de productos estimulantes; en el Norte y Centro del Perú se encontraron algunos productores que han usado infusiones de ortiga y cola de caballo, también purines.

La cosecha del café orgánico se inicia en el mes de abril y termina en el mes de agosto; de otro lado, recientes descubrimientos en los Andes indican que actualmente el Perú cuenta con lo que podría ser el único y más grande recurso a nivel mundial de escasa variedad del café “típico original”; dicho recurso sobreviviente genéticamente puro de los mismos cafés típicos traídos a América Latina desde Etiopía, son cultivados en nuestro país a altitudes de 1200 a 1800 m.s.n.m. con granos de excelente tamaño y un hermoso color que aseguran una aromática y reconfortante bebida; por muchas décadas estos cafés han permanecidos juntos en las alturas selváticas de los legendarios Andes.

Mientras otros países productores de café alrededor del mundo se encuentran en una carrera desenfrenada por tecnificar sus industrias mediante la introducción de nuevas variedades semi enanas que prometen un rendimiento y ganancia dos o tres veces superior al del cafeto natural originalmente traído de África, el Perú ha sabido reconocer la importancia de

preservar y mejorar sus recursos cafetaleros naturales cultivados durante décadas en las alturas de la selva; gran parte de este tesoro oculto es el café virgen de sombra y protector de aves, ya que crece en vegetación selvática nativa, una característica que mucho otros países productores, actualmente considerados fuentes de especiales Premium, han desechado a favor de otras variedades altamente productivas y tolerantes al sol.

En estas plantaciones podemos encontrar árboles de sombra, que no son leguminosas nativas, razón por la cual no constituyen un hábitat para las aves; en el Perú la gran mayoría del café es cultivado ancestralmente de manera orgánica bajo sombra en armonía con el medio ambiente, preservando el ecosistema y la vida de esa región.

Un aspecto importante es que el Perú ya tiene una porción muy significativa del mercado mundial de café orgánico; el café de Perú ya tiene una ventaja competitiva, es uno de los proveedores más importantes, el producto tiene cierta fama y una trayectoria probada; también el Perú tiene la ventaja de tener su época de campaña cafetalera distinta a los otros productores: México y América Central.

4.2. Producción, Área Cosechada y Rendimiento de Café por Regiones

El café llegó a América con los inmigrantes europeos en el siglo XVIII y ellos introdujeron su cultivo en Centro América y Sudamérica; para mediados del siglo XVIII el café ya era producido en Chanchamayo, Moyobamba, Jaén, Huánuco y Cusco, para el consumo local y para la

exportación a Alemania, Chile y Gran Bretaña; el primer café de Lima se abrió en 1791.

Desde 1850 los inmigrantes europeos introdujeron el café al valle de Chanchamayo junto a la coca, tabaco, cacao y caña de azúcar; en 1930 los capitales ingleses consolidaron como zona cafetera el valle de Chanchamayo; desde fines del siglo XX la producción de café peruano ha mejorado no solo en cantidad, sino en calidad; el café orgánico del Perú tiene una buena fama internacional.

En el Perú el café es el principal producto de exportación agrícola junto a los espárragos y su participación dentro del total de las exportaciones agrícolas ha fluctuado durante el bienio 2011-2012 entre 1/3 y 1/4 de dicho total; asimismo, su participación dentro del total de las exportaciones fueron del 3.4% el 2011 y del 2.2% el 2012; este producto es también uno de los que ejerce mayor influencia socioeconómica; se produce mayormente en los valles interandinos y de la cordillera oriental de los Andes en su encuentro con la selva peruana y es cultivado por 150 mil productores que ocupan más de 400 mil hectáreas, siendo el cultivo permanente más extenso en hectáreas.

Tabla 4

Área Sembrada de Cultivos Permanentes : 2012	
	miles hectáreas
Café	425.4
Cacao	144.2
Palto	65.7
Vid	43.8
Espárrago	39.6
Mango	39.0
Naranja	22.5
Chirimoya	18.1

Limón	17.8
papaya	8.4

Fuente : IV Censo Nacional Agropecuario.

La principal región productora de café es la región Junín que el 2012 produjo 76.7 miles de TM; en el segundo lugar se ubicaba la región San Martín con una producción de 68.7 mil TM y muy cerca estuvo en tercer lugar la región Cajamarca con una producción de 64.9 mil TM.

De otro lado, durante el período 2000-2012 la región con mayor dinamismo en la producción cafetalera fue la región San Martín cuya producción creció a una tasa promedio anual del 8.7%, seguido de la región Cajamarca que creció a una tasa del 4.8%, mientras que la región Junín solamente creció a una tasa del 2.2%; a nivel nacional la producción de café creció a una tasa promedio anual del 4.2%.

Tabla 5

Producción, Área Cosechada y Rendimiento de Café por Regiones												
	Junín			San Martín			Cajamarca			total nacional		
	prod.	área	rend.	prod.	área	rend.	prod.	área	rend.	prod.	área	rend.
	mil TM	cos. mil has.	TM/ha	mil TM	cos. mil has.	TM/ha	mil TM	cos. mil has.	TM/ha	mil TM	cos. mil has.	TM/ha
2000	59.0	73.2	0.81	25.2	27.1	0.93	37.1	48.3	0.77	191.7	264.5	0.72
2001	55.3	74.0	0.75	26.1	28.8	0.91	40.6	54.0	0.75	196.2	274.3	0.72
2002	55.4	74.8	0.74	29.1	30.7	0.95	41.7	57.6	0.72	212.8	287.4	0.74
2003	49.9	78.4	0.64	30.6	32.2	0.95	43.0	57.7	0.75	203.1	291.8	0.70
2004	64.1	79.9	0.80	30.2	32.3	0.93	45.8	58.2	0.79	231.4	295.1	0.78
2005	33.1	81.0	0.41	34.8	36.8	0.95	50.3	58.5	0.86	188.6	301.5	0.63
2006	73.0	83.9	0.87	39.3	42.1	0.93	56.0	60.7	0.92	273.2	321.4	0.85
2007	55.6	84.9	0.65	39.3	41.8	0.94	54.1	61.1	0.89	226.0	324.1	0.70
2008	82.1	86.5	0.95	44.5	47.8	0.93	55.7	61.4	0.91	273.8	333.4	0.82
2009	60.8	87.7	0.69	48.6	51.8	0.94	57.3	62.3	0.92	243.5	342.6	0.71
2010	67.8	89.2	0.76	52.9	56.2	0.94	59.0	62.4	0.95	279.2	349.6	0.80
2011	86.5	92.5	0.94	63.8	67.2	0.95	65.1	64.3	1.01	331.5	367.1	0.90
2012	76.7	95.9	0.80	68.7	80.2	0.86	64.9	65.2	1.00	314.5	390.5	0.81

Fuente : Minag.

Nótese en la siguiente figura cómo la región Junín elevó su producción cafetalera durante el período 2000-2012 con fuertes altibajos, mientras que el incremento de

la producción en las regiones San Martín y Cajamarca fue sostenida y sin altibajos.

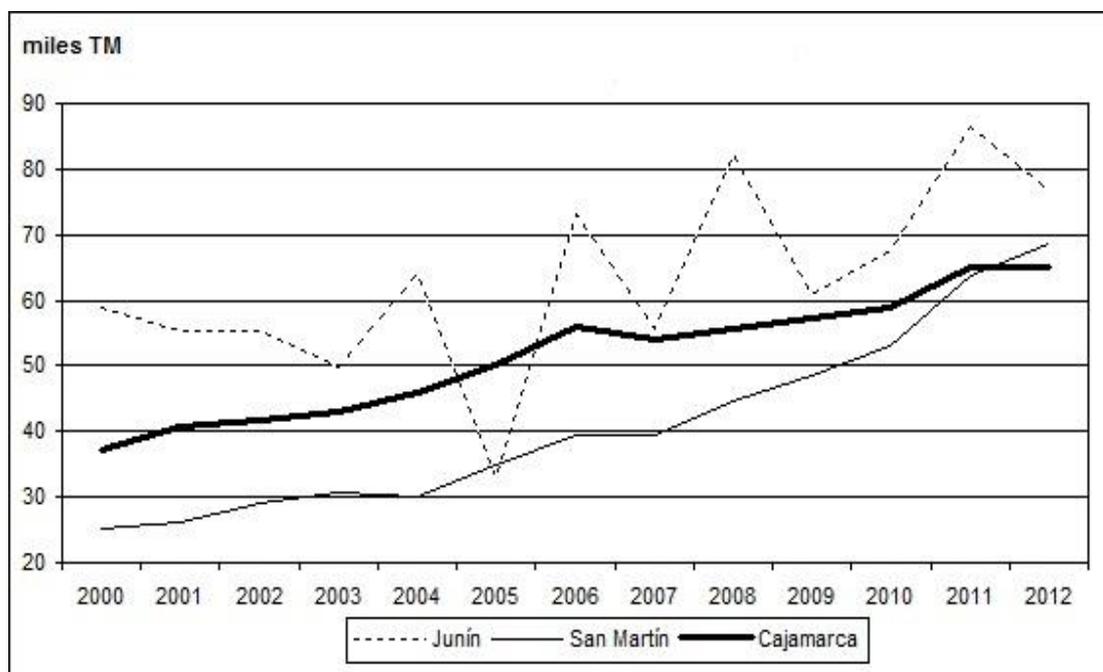


Figura 5. Producción de café por regiones en miles de toneladas.
Fuente : Elaboración propia.

De otro lado, la región San Martín muestra el mayor dinamismo en el área cosechada de café con una tasa de crecimiento promedio anual del 9.5%, lo cual significa que el crecimiento de su producción es básicamente expansivo, es decir en base al incremento de las tierras de cultivo y menos en base a una mejora en el rendimiento; en cambio la región Cajamarca muestra una tasa de crecimiento del 2.5%, seguido de la región Junín con una tasa del 2.3%; en ambas regiones el lento crecimiento del área cosechada ocurre de manera sostenida pero sin altibajos.

En la siguiente figura se observa con claridad el mayor dinamismo en el área cosechada de café de la región San Martín durante el período 2000-2012.

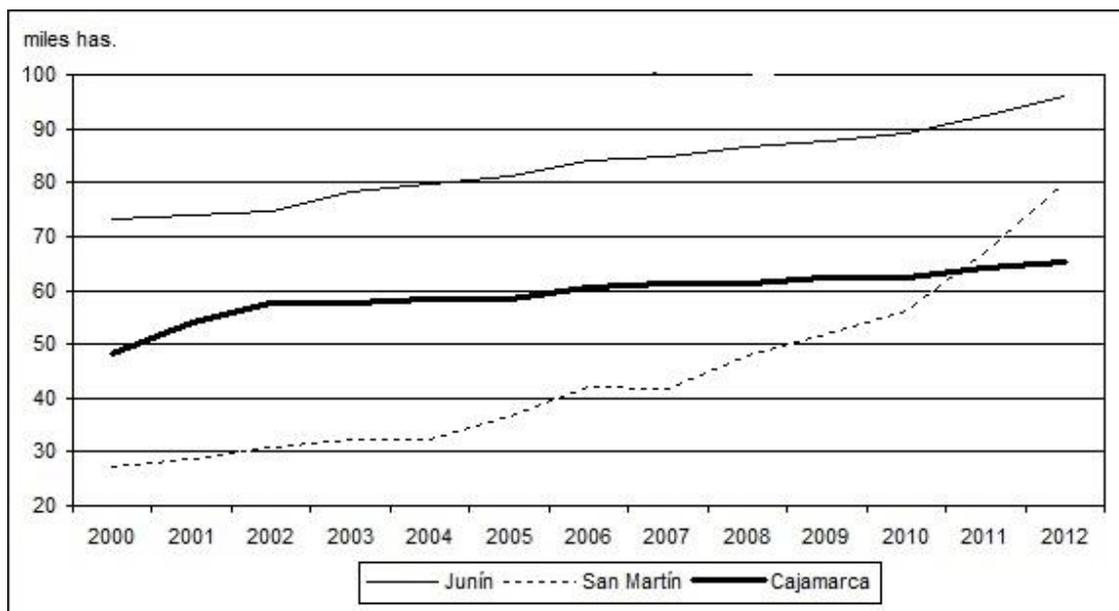


Figura 6. Área Cosechada de Café por Regiones
Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente Figura se observa que al 2012 la participación en la producción de café es similar entre las 3 regiones aquí analizadas; así la región Junín participa con el 24.4% del total nacional, la región San Martín con el 21.9% y la región Cajamarca con el 20.6%.

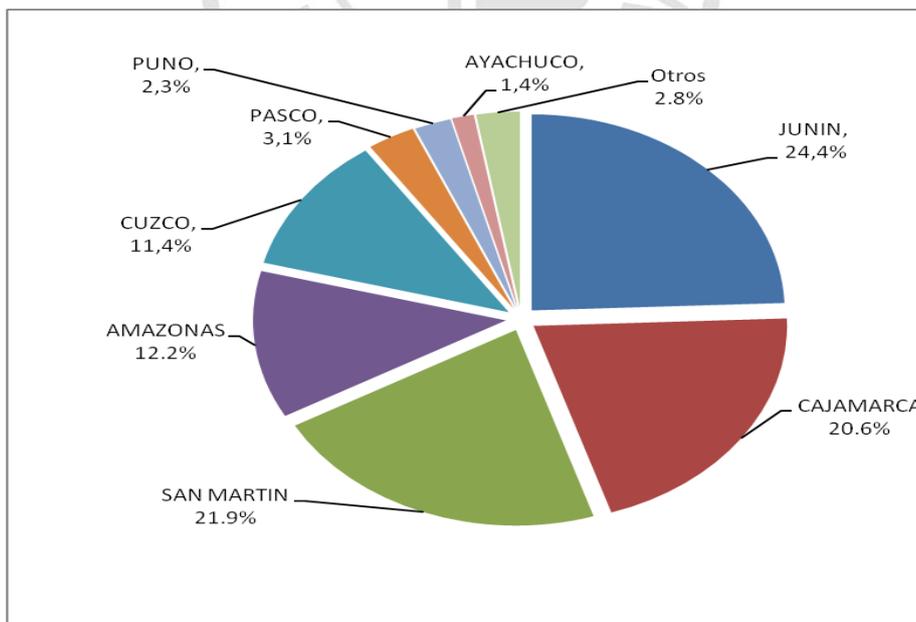


Figura 7. Perú: Producción de Café según Departamentos 2012
Fuente: Elaboración propia.

De otro lado, en la participación en el área cosechada el 2012 sí se encuentran ciertas diferencias; así, la región Junín encabeza la lista con una participación del 24.6% (95.9 mil hectáreas); en segundo lugar se ubica la región San Martín con una participación del 20.5% (80.2 mil hectáreas); en tercer lugar se ubica la región Cajamarca con una participación del 16.7% (65.2 mil hectáreas)

Tabla 6

	Producción, Área Cosechada y Rendimiento de Café por Regiones							
	Estructura %							
	Junín		San Martín		Cajamarca		Total Nacional	
	prod.	área	prod.	área	prod.	área	prod.	área
	mil TM	cos.	mil TM	cos.	mil TM	cos.	mil TM	cos.
	mil has.		mil has.		mil has.		mil has.	
2000	30.8	27.7	13.1	10.2	19.4	18.3	100.0	100.0
2001	28.2	27.0	13.3	10.5	20.7	19.7	100.0	100.0
2002	26.0	26.0	13.7	10.7	19.6	20.0	100.0	100.0
2003	24.6	26.9	15.1	11.0	21.2	19.8	100.0	100.0
2004	27.7	27.1	13.1	10.9	19.8	19.7	100.0	100.0
2005	17.6	26.9	18.5	12.2	26.7	19.4	100.0	100.0
2006	26.7	26.1	14.4	13.1	20.5	18.9	100.0	100.0
2007	24.6	26.2	17.4	12.9	23.9	18.9	100.0	100.0
2008	30.0	25.9	16.3	14.3	20.3	18.4	100.0	100.0
2009	25.0	25.6	20.0	15.1	23.5	18.2	100.0	100.0
2010	24.3	25.5	18.9	16.1	21.1	17.8	100.0	100.0
2011	26.1	25.2	19.2	18.3	19.6	17.5	100.0	100.0
2012	24.4	24.6	21.8	20.5	20.6	16.7	100.0	100.0

Fuente : Minag; cálculos del autor.

Finalmente, tanto en la región Junín como en la región San Martín el rendimiento del cultivo del café se estancó durante el período 2000-2012; sin embargo, debe precisarse que este estancamiento ocurrió con fuertes altibajos en la región Junín, lo cual hizo que su producción también mostrara dichos altibajos; este comportamiento de la variable rendimiento implica que el crecimiento de la producción cafetalera tanto en la región Junín como en la región San Martín ocurrió principalmente debido a un incremento en el área cosechada, es decir que fue un crecimiento por expansión; en cambio, el rendimiento en la región Cajamarca creció a una tasa promedio anual del 2.2% de tal manera que podría

sostenerse que en dicha región el crecimiento de la producción cafetalera (4.8% como promedio anual del período 2000-2012) tuvo como sostén tanto al incremento en el área cosechada (2.5%) como al incremento en el rendimiento (2.2%).

El rendimiento promedio del café en la región Cajamarca es de 14 quintales/hectárea de café pergamino seco con el sistema tradicional (0.64 TM/ha), de 20 quintales/hectárea de café pergamino seco con el nivel tecnológico medio (0.92 TM/ha), y de 35 quintales/hectárea de café pergamino seco con la tecnología alta (1.61 TM/ha).

En la figura a continuación se muestra la evolución del rendimiento cafetalero en las 3 regiones mencionadas.

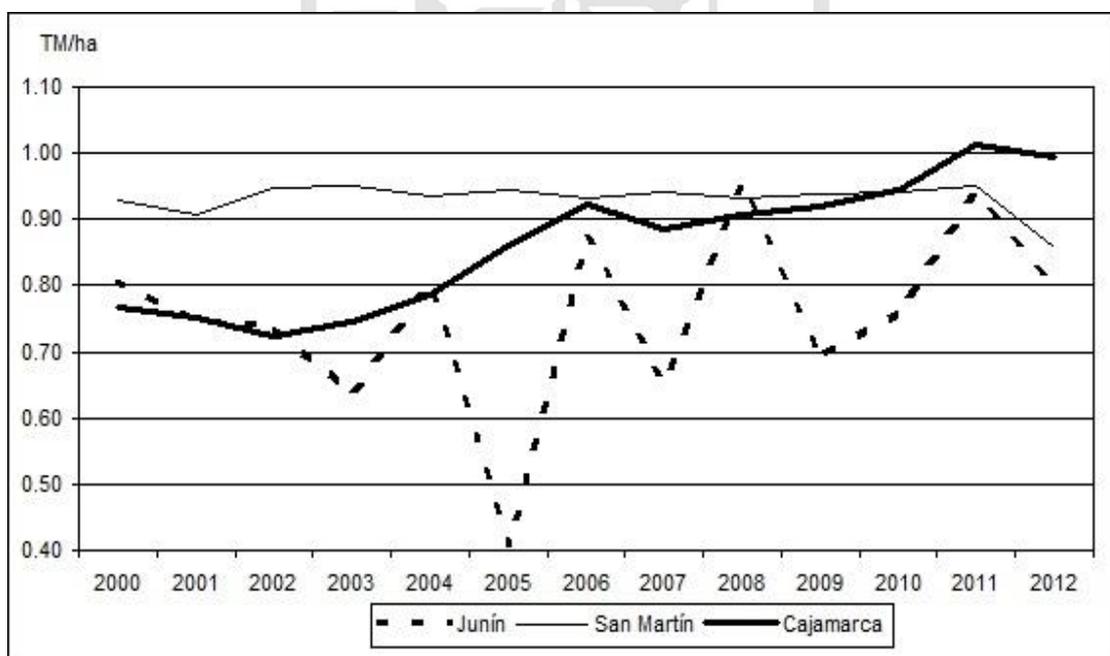


Figura 8. Rendimiento del Café por Regiones.
Fuente : Elaboración propia.

Entonces la tarea por hacer en las principales regiones productoras de café es continuar mejorando el rendimiento del café con la introducción de variedades de mejor calidad y resistentes a la roya, renovando las plantaciones viejas, mejorando la fertilización así como las labores culturales (labranza, recolección, beneficio primario, poda de los árboles).

El objetivo debería ser reemplazar gradualmente pero de manera sostenida los cultivos de café con la tecnología tradicional por los cultivos con tecnología de punta.

4.2.1. Producción, Área Cosechada y Rendimiento de Café Orgánico

El Perú dispone de condiciones favorables para la producción de cafés especiales por la disponibilidad de diversos pisos ecológicos con climas propicios para su cultivo; además se puede aprovechar la experiencia de los agricultores en el cultivo de variedades de alta calidad como la Típica y la Bourbon; el Perú cuenta con cafés de tipo arábigo como son la Típica, Caturra, Borbón y Pache, producidos bajo sombra y amigables con el medio ambiente.

La demanda de cafés especiales en el mundo constituye una oportunidad para los productores de café en el Perú debido al crecimiento geométrico de los coffee shops, cafeterías y microtostadoras en los países desarrollados que muestran que la demanda por los cafés especiales crece y seguirá creciendo en el mundo.

En 1997 los cafés especiales peruanos incursionaron en el mercado internacional y en el 2000 superaron los 130000 quintales (6 mil TM) 60% de los cuales correspondieron a café orgánico (3.6 mil TM) según la Junta Nacional de Café; teniendo en cuenta que la producción nacional de café fue de 191.7 mil TM en el 2000, en dicho año la producción nacional de café orgánico solamente representaba el 1.9% del total de café producido en el país.

En la Tabla a continuación se observa que el 2012 la producción nacional de café orgánico de 55.2 mil TM representaba alrededor del 17.6% del total de la producción nacional de café de dicho año; asimismo, el área cosechada de café orgánico de 95 mil hectáreas representaba casi $\frac{1}{4}$ del total nacional y su rendimiento promedio a nivel nacional era menor al del café convencional; en la producción de café orgánico participan alrededor de 38 mil familias cafetaleras.

Tabla 7

Producción y Rendimiento de Café y de Café Orgánico : 2012

		producción	área cosechada	rendimiento
		miles TM	miles has	TM/ha
A	café	314.5	390.5	0.81
B	café orgánico	55.2	95.0	0.58
	B/A en %	17.6	24.3	72.1

Fuente : Junta Nacional del Café.

4.2.2. Principales Provincias Cafetaleras de la Región Cajamarca y Café Orgánico

Las principales provincias productoras de café en la región Cajamarca son San Ignacio y Jaén, al norte de la región, donde existe un clima apropiado para producir el mejor café orgánico del país; también en

estas provincias se puede ampliar la frontera de cultivo de café y se debe renovar las plantaciones viejas para que la producción continúe en crecimiento.

En las provincias de Jaén y San Ignacio la mayoría de los comuneros se agrupan en cooperativas como Sol & Café, CENFROCAFE (Central Fronteriza del Norte de Cafetaleros), COVAMA, etc.; al respecto, el presidente de la cooperativa CENFROCAFE ha señalado que los daños de la roya se han dado en áreas con ninguna o poca fertilización; aquellos que han fertilizado tenían el 2013 igual o mayor cosecha que el año pasado; la cooperativa viene trabajando en buenas prácticas agrícolas con buenos resultados y tiene un rendimiento promedio de 0.97 TM/ha (21 quintales por hectárea) superior al promedio nacional de 0.81 TM/ha entre los 2000 asociados.

Por otra parte, las empresas comercializadoras como Comercio & Compañía, Perhusa, Ouspan cuentan con plantas de procesamiento para la producción del “café oro” que se exporta y el “café tostado molido” que abastece el mercado nacional; cabe agregar que el término café verde o café oro es el nombre que recibe el grano de café posterior a que se le haya separado las distintas envolturas a través del proceso de descascarillado; este es el tipo de café que se encuentra listo para ser tostado y posteriormente molido.

Existe algunos casos de asociatividad de relativo éxito en la zona norte de la región Cajamarca en la producción de café orgánico (Cooperativa de Productores Ecológicos, PERUNOR, Unión de Cafetaleros Ecológicos de San Ignacio, Cooperativa Cafetalera La Casil, entre otras) que abastecen a los principales exportadores del país (Perales Huancaruna, Romero Trading, etc.); de otro lado, según los técnicos de las cooperativas mencionadas y del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), en estas áreas los daños causados por la roya van del 2% al 15% de los cultivos debido a la buena nutrición de las plantas, al deshierbo y al raleo de la sombra.

Cabe agregar que la cotización internacional de los cafés especiales (orgánicos) pueden llegar a ser más de 7 veces mayor que el precio internacional de los cafés convencionales debido a que su producción y fertilización está certificada; de otro lado, la producción y exportación de los cafés especiales no ha sido afectado por la caída de la cotización internacional de los cafés convencionales ni por el hongo de la roya, lo cual hace que su producción sea la más conveniente para los cafetaleros peruanos siguiendo el ejemplo de Costa Rica.

4.2.3. Calidad del Café Orgánico Peruano

La diversidad de combinaciones de climas, suelos, precipitación y luz solar constituye un escenario propicio para el cultivo del café; los cafés del Perú son coffee arábica con distintos perfiles de sabor, aroma y

acidez; las variedades que se cultivan son la Typica (70%), Caturra (20%) y otras (10%); el 90% del café peruano crece bajo sombra principalmente de leguminosas a una densidad promedio de 2000 plantas por hectárea.

En concordancia con las tendencias actuales, algunos grupos de agricultores peruanos se han especializado y trabajan en orgánico y otros cafés especiales, reconocidos por su perfil y características peculiares como su calidad de taza, acidez y sabor balanceado que se ajusta muy bien a los microclimas, la temperatura y la estricta altura (1400-1800 msnm); así, la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia (CECOVASA) ubicada en la selva de la región Puno produce cafés especiales que han ganado premios internacionales que reconocen su alta calidad en taza como el reputado café Tunki.

La calidad de los cafés que se producen en las regiones de Puno y Cajamarca; quedó demostrada en el concurso mundial organizado por *Rainforest Alliance* en el cual figuraron entre los 10 primeros lugares en enero del 2014; fueron 3 las muestras presentadas por las organizaciones cafetaleras socias de la Junta Nacional del Café (JNC), las cuales fueron evaluadas por los jueces en diciembre de 2013.

La más alta calificación la tuvo un café de Kenia de la Cooperativa *Ndumberi Factory* con 87.41 puntos; con 86.91 puntos le siguió el café Tunki producido por Raúl Mamani de Tunkimayo miembro de la Central de Cooperativas del Valle de Sandia (CECOVASA) en Puno; el café de Mamani ocupó el primer puesto en el VIII Concurso Nacional de Cafés

de Calidad y fue premiado en Expocafé 2012, celebrada en Lima en octubre; la tercera ubicación fue para el café El Silencio de la Cooperativa de Productores de Anserma, Colombia; y la cuarta para el café de la cooperativa Tegu Factory de Kenia; el quinto lugar fue para el café Quechua, también producido por CECOVASA, con 86 puntos; y el noveno lo ganó el café cultivado por la cooperativa Sol & Café de la región Cajamarca con 84.25 puntos.

El certamen realizado entre los países cafetaleros del sur de la línea ecuatorial se llevó a cabo en el laboratorio de la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA por sus siglas en inglés), en Long Beach, California; hubo 51 participantes provenientes de países como Kenia, Perú, Brasil, Colombia, Indonesia, Papua Nueva Guinea, India, Tanzania y Malawi.

4.2.4. El Impacto de la Roya en la caficultura peruana

Hace 10 años, los precios del café en los mercados internacionales cayeron drásticamente, afectando a millones de familias en el mundo entero. La Organización Internacional del Café, definió esta situación como “*la crisis del café*”, dado el alcance y las implicaciones que tuvo. La crisis se debió, entre otras causas, a la desregulación del mercado internacional con la apertura comercial y la nueva fase de mercado abierto, se provocó una sobreproducción a nivel mundial, así como el rebrote de la plaga de la roya, repercutiendo negativamente en los países productores.

Desde 2011, la plaga de roya está devastando los cafetos de los países latinoamericanos desde Brasil hasta México, provocando graves descensos en la producción del café, en especial de la variedad Arábica; empleada en los cafés de alta calidad pero que resiste peor la enfermedad y que pone en serio riesgo la producción cafetera, donde más del 50% de las zonas de cultivo de América Central se encuentran afectadas por la plaga, ocasionando graves pérdidas económicas y la pérdida de empleos para más de 400.000 personas.

Según los últimos reportes de la Organización Internacional del Café (OIC), advirtió que el brote de Roya Amarilla del Café era uno de los más severos registrados en la historia. Cinco países centroamericanos declararon en emergencia su caficultura: Guatemala, México, Costa Rica, Honduras y Panamá. Además el OIC nos indica que el hongo ha tenido una incidencia promedio del 50% en el área sembrada de café en la región centroamericana (Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, Nicaragua y Panamá). Según los datos de la OIC, el país más afectado es El Salvador, con un 74 % de incidencia; le sigue Guatemala, con un 70 %; Costa Rica, con 64 %; Nicaragua, con 37 %; y Honduras, 25 %. En otros países del entorno como México y Perú, las incidencias medias son del 30% y 20% respectivamente de caída de la producción.

En el Perú, aproximadamente el 95% del área de café son variedades susceptibles a la Roya del Café; además, existe un inadecuado manejo agronómico y en especial en la fertilización y el manejo fitosanitario del

cultivo, que sumado a los cambios del clima, generaron severos daños a las plantaciones de café en la campaña 2012-2013.

La epifitía de la Roya Amarilla del cafeto afectó prácticamente a todas las regiones productoras de café, como podemos apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 8

SUPERFICIE AFECTADA E INCIDENCIA DE ROYA AMARILLA : CAMPAÑA 2012-2013			
Región	Superficie	Superficie Afectada	Nivel Incidencia
	Total Café (has)	Por Roya (has)	Roya (%)
Amazonas	42,744.00	19,234.91	64.52
Ayacucho	8,782.00	7,902.87	32.07
Cajamarca	73,098.00	47,513.56	39.36
Cusco	52,223.00	29,162.42	68.60
Huánuco	16,819.00	11,437.07	32.01
Junín	107,904.00	80,927.89	70.64
Pasco	11,429.00	9,714.67	33.00
Piura	4,678.00	3,742.56	50.48
Puno	8,213.00	6,570.45	39.28
San Martín	93,688.00	70,265.83	56.74
Ucayali	1,975.00	3,963.50	37.86
Otra regiones	3,863.00	S/I	S/I
TOTAL	425,416.00	290,436.73	

Fuente : Junta Nacional del Café.

Según reportes de la Junta Nacional del Café (JNC), la superficie afectada por Roya Amarilla en la campaña 2012-2013 habría alcanzado las 290 mil has, debiendo ser renovadas 80,000 has y 210,000 has deben ser rehabilitadas, considerando además que el 70% de las plantaciones cafetaleras son mayores de 20 años. Ante esta situación el Ministerio de Agricultura y Riego formulo el Plan Nacional de Renovación de Cafetales.

Además, la JNC indicó que las exportaciones peruanas de café orgánico alcanzaron un valor FOB de US\$ 101 millones en el año 2012 disminuyendo en un 47% y llegando a un volumen de 22 mil TM, menos que el año anterior. Dicha contracción es producto de factores adversos en el entorno

internacional, como la caída de los precios internacionales originada por el exceso de oferta mundial y la crisis económica europea. Ambos factores han afectado la producción y el consumo del grano desde mediados del año pasado. A esto se suman las pérdidas ocasionadas por la plaga de la roya amarilla. La roya ha afectado aproximadamente al 20% de los cultivos de exportación con mermas superiores al 50% de esas plantaciones, entre los que las variedades del café especial son las más afectadas.

4.3. Precio FOB del Café y Precio en Chacra del Café por Regiones

En el período 2003-2011, el precio en chacra del café en la región Cajamarca se incrementó a una tasa promedio anual del 20.6%, tasa muy favorable teniendo en cuenta que la inflación promedio en dicho período fue del 3.18% (indicador del alza de sus costos de producción); los mayores precios en chacra recibidos por la región Cajamarca respecto de la región San Martín reflejan la menor distancia entre Jaén-San Ignacio y el puerto de Paita que la distancia entre las zonas cafetaleras de la región San Martín y el puerto del Callao; de otro lado, el 2012 ocurrió un derrumbe impresionante de la cotización internacional del café del 28.6%.

El precio en chacra recibido por los agricultores cafetaleros depende de varios factores, siendo el principal la cotización internacional del café que determina su precio unitario FOB que durante el período 2003-2011 creció a una tasa promedio anual del 19.1%; otro factor es la evolución del tipo de cambio sol/US\$ que en el período mencionado se revaluó a una tasa promedio anual del 2.71% en detrimento de los cafetaleros; esta revaluación

hace que el precio unitario FOB en soles por kilo tenga una tasa de crecimiento promedio anual del 15.8% durante el período 2003-2011; sin embargo, un factor que ha favorecido sustancialmente a los cafetaleros ha sido la fuerte reducción del margen de ganancia de los procesadores-exportadores del café que se redujo del 95.2% como promedio en los años 2000-2004 hasta el 54.3% en promedio durante el período 2005-2012; esta reducción podría deberse a un mayor poder de negociación de los cafetaleros frente a sus compradores (procesadores-exportadores) que debe ser promovida por el gobierno regional mediante el apoyo decidido a la asociatividad; es por esta razón que las alzas de los precios en chacra del café en la región Cajamarca (20.6%) son mayores a las alzas del precio FOB del café en soles (15.8%).

Tabla 9

Precio en Chacra por Regiones y Precio FOB del Café							
	precio chacra : soles/kilo			precio FOB	tipo cambio promedio	precio FOB	B/A
	Cajamarca	Junín	San Martín	US\$/kg	soles/US\$	soles/kg	Veces
	A					B	
2000	3.08	3.81	3.52	1.59	3.49	5.55	1.80
2001	2.03	2.55	2.66	1.13	3.51	3.96	1.95
2002	1.85	1.97	1.75	1.12	3.52	3.95	2.13
2003	2.21	2.60	2.14	1.20	3.48	4.19	1.89
2004	2.60	2.99	2.43	1.52	3.41	5.17	1.99
2005	4.56	5.09	4.31	2.16	3.30	7.12	1.56
2006	4.18	4.29	3.57	2.16	3.27	7.07	1.69
2007	5.28	4.88	3.91	2.46	3.13	7.70	1.46
2008	5.35	5.29	4.09	2.87	2.92	8.37	1.56
2009	6.17	5.67	4.23	2.96	3.01	8.90	1.44
2010	7.01	6.47	4.74	3.86	2.83	10.94	1.56
2011	9.98	9.61	7.83	5.38	2.75	14.80	1.48
2012	6.37	6.41	5.34	3.84	2.64	10.14	1.59
tasa promedio anual 2003-2011							
%	20.6	19.3	18.1	19.1		15.8	

Fuente : Minag; cálculos del autor.

Enseguida se muestra la evolución del precio en chacra del café en las principales regiones cafetaleras del país.

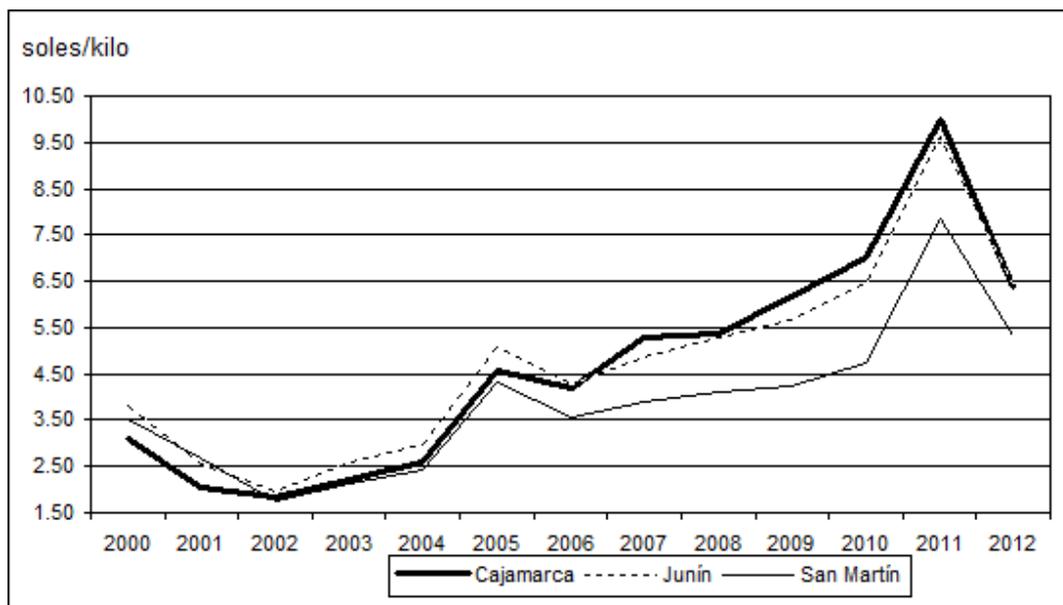


Figura 9. Precio en Chacra del Café por Regiones
Fuente : Elaboración propia.

4.3.1. Precio FOB del Café, Crisis Financiera Internacional y Producción Brasileña de Café

En la siguiente tabla, se observa que una de las causas del fuerte incremento en los precios internacionales del café es la caída intermitente en la producción brasileña y en menor medida de Colombia, que hace que la producción mundial de café se reduzca en los años 2007 y 2009 y se estanque el 2011; los problemas de heladas o sequías son determinantes en la producción cafetalera brasileña y por ende en la oferta mundial; el 2012 ambos países producían el 42.7% del total de la producción mundial de café.

Sin embargo, otro factor que impulsó hacia arriba la cotización internacional del café fue el impacto de la crisis financiera internacional que se incubó en los Estados Unidos y que luego se esparció por todo el mundo; así, en los primeros meses del 2008 los futuros agrícolas,

incluidos a los llamados “suaves” como el café, despertaron gran interés entre los fondos de inversión y los fondos de índice; los fondos consideran que los commodities agrícolas son inversiones antiinflacionarias, llegando a ser muy atractivas frente a las accionarias, las cuales se han visto afectadas por la crisis crediticia estadounidense; es por ello que durante la última semana de febrero del 2008 los fondos de inversión colocaron cerca de US\$ 1.5 mil millones en futuros agrícolas, lo que generó que el precio del café alcanzara un nivel de 139.30 centavos de dólar por libra (3.03 US\$/kg), el más alto de los pasados 12 años.

Tabla 10

Principales Países Productores de Café										
	miles TM									particip. %
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012
Brasil	2484	2070	2676	2256	2976	2526	3078	2778	3210	35.9
Vietnam	864	906	1164	1032	1062	1092	1164	1446	1458	16.3
Colombia	696	738	720	750	522	486	510	462	606	6.8
total	7134	6864	7860	7218	7944	7542	8202	8292	8952	100
	tasa crecimiento									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Brasil	-	-16.7	29.3	-15.7	31.9	-15.1	21.9	-9.7	15.6	
Vietnam	-	4.9	28.5	-11.3	2.9	2.8	6.6	24.2	0.8	
Colombia	-	6.0	-2.4	4.2	-30.4	-6.9	4.9	-9.4	31.2	
total	-	-3.8	14.5	-8.2	10.1	-5.1	8.8	1.1	8.0	
precio FOB café (US\$/g)	1.52	2.16	2.16	2.46	2.87	2.96	3.86	5.38	3.84	
variación % precio FOB	-	42.1	0.0	13.9	16.7	3.1	30.4	39.4	-28.6	

Elaboración Propia

Fuente : Organización Internacional del Café (OIC); USDA

Después de un largo periodo de bajas cotizaciones en los mercados de futuros, finalmente los precios internacionales del café comenzaron a beneficiar a los productores durante el período 2007-2011, elevándose a una tasa promedio anual del 20.7%; estas alzas se han presentado en un momento en que la producción de café en América Latina había disminuido como resultado de la menor aplicación de insumos,

principalmente de fertilizantes; el manejo nutricional y de fertilización es tal vez el factor más importante para preservar y mantener la producción de café; los cultivos toman tiempo (años) en volver a los rendimientos normales una vez que se ha descuidado la nutrición; otros factores que actualmente influyen negativamente en los beneficios de los productores cafetaleros son los altos costos de los combustibles y de los fertilizantes.

Por otra parte, la brusca caída en la cotización internacional del café el 2012 se explica por el vigoroso repunte de la producción brasileña de café del 15.6% respecto del año anterior y por la recuperación de la economía estadounidense y en menor medida de la Unión Europea.

El gran flujo de capital invertido en los mercados de commodities ha generado desde el inicio de la crisis financiera internacional del 2007-2008 una gran volatilidad ya que son susceptibles tanto a una compra masiva de contratos como a una fuerte liquidación.

4.3.2. Precio FOB del Café según Variedades

En el mercado mundial del café los arábicos son los que logran las mayores alzas y también los que sufren las mayores caídas; en cambio la variedad robusta casi mantiene su cotización internacional sin muchas alzas ni bajas: así, cuando los arábicos lograron un alza promedio entre el 20% y el 24% durante el período 2009-2011, el alza para la variedad robusta solamente fue del 4.4% en el mismo período; y cuando el 2012 se derrumba el precio internacional del café los arábicos ver caer su

precio entre el 14% y el 19%, mientras la variedad robusta solamente vio caer su precio en 3%.

Tabla 11

Valor, Cantidad y Precio FOB de las Exportaciones Mundiales de Café												
		millones sacos 60 kg					miles TM					variación %
		2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	promedio
												2009-2011
suaves colombianos												
	.cantidad	12.2	9.2	8.8	8.8	8.3	732	552	528	528	498	
	.valor (millones US\$)	2383	1944	2445	3230	2466	2383	1944	2445	3230	2466	
A	.precio (US\$/kg)						3.26	3.52	4.63	6.12	4.95	
	variación %						-	8.2	31.5	32.1	-19.1	23.9
otros suaves												
	.cantidad	22.3	21.1	23	26.1	27.4	1338	1266	1380	1566	1644	
	.valor (millones US\$)	3959	3608	4800	8002	6911	3959	3608	4800	8002	6911	
B	.precio (US\$/kg)						2.96	2.85	3.48	5.11	4.20	
	variación %						-	-3.7	22.0	46.9	-17.7	21.7
A/B	.veces						1.10	1.24	1.33	1.20	1.18	
naturales brasileños												
	.cantidad	29.0	30.2	33.4	32.2	31.0	1740	1812	2004	1932	1860	
	.valor (millones US\$)	4752	4380	5943	8569	7102	4752	4380	5943	8569	7102	
C	.precio (US\$/kg)						2.73	2.42	2.97	4.44	3.82	
	variación %						-	-11.5	22.7	49.6	-13.9	20.3
A/C							1.19	1.46	1.56	1.38	1.30	
café robusta												
	.cantidad	34.1	35.7	31.8	37.5	46.4	2046	2142	1908	2250	2784	
	.valor (millones US\$)	4327	3382	3440	5039	6047	4327	3382	3440	5039	6047	
D	.precio (US\$/kg)						2.11	1.58	1.80	2.24	2.17	
	variación %						-	-25.3	14.2	24.2	-3.0	4.4
A/D							1.54	2.23	2.57	2.73	2.28	
total												
	.cantidad	97.6	96.2	97.0	104.6	113.1	5856	5772	5820	6276	6786	
	.valor (millones US\$)	15421	13314	16628	24840	22526	15421	13314	16628	24840	22526	
	.precio (US\$/kg)						2.63	2.31	2.86	3.96	3.32	

Fuente : OIC; cálculos del autor.

Los suaves colombianos (arábica) son los que obtienen los mejores precios en el mercado mundial, mientras que la robusta consigue los menores precios; así, el 2011 la cotización internacional del suave colombiano era de 6.12 US\$/kg, mientras que la de la robusta era de 2.24 US\$/kg; esto significa que la variedad colombiana lograba un precio 2.73 veces mayor que la variedad robusta.

El 2011, Perú logró un precio FOB de 5.38 US\$/kg por su café exportado que mayormente es de la variedad arábica; este fue un buen precio porque estuvo por debajo del precio obtenido por los suaves colombianos en dicho año (6.12 US\$/kg); en la tabla a continuación se aprecia que los suaves colombianos lograron un precio superior al nuestro entre el 14% y el 29%.

Tabla 12

Precio FOB del Café Colombiano y Peruano			
	US\$/kg		B/A
	Perú (A)	Colombia (B)	veces
2008	2.87	3.26	1.14
2009	2.96	3.52	1.19
2010	3.86	4.63	1.20
2011	5.38	6.12	1.14
2012	3.84	4.95	1.29

Fuente : OIC; BCR; SUNAT.

4.3.3. Precio en Chacra, Inflación y Nivel de Vida Rural

La variación % del precio real en chacra se obtiene restándole a la variación % del precio nominal en chacra la inflación anual promedio; cabe precisar que en el bienio 2001-2002 y durante el año 2012 los agricultores cafetaleros tuvieron fuertes pérdidas debido a la caída de los precios internacionales del café; el problema del 2012 fue más grave debido a que a la caída de los precios se sumó la enfermedad de la roya que diezmó la producción así como la calidad del café exportado.

Tabla 13

Precio Real en Chacra del Café y Nivel de Vida Rural										
	precio chacra : soles/kilo			inflación prom.	precio chacra : variación %			precio real chacra : variación %		
	Cajamarca	Junín	San Martín	%	Cajamarca	Junín	San Martín	Cajamarca	Junín	San Martín
2000	3.08	3.81	3.52	3.76	-	-	-	-	-	-
2001	2.03	2.55	2.66	1.98	-34.1	-33.1	-24.4	-36.1	-35.1	-26.4
2002	1.85	1.97	1.75	0.19	-8.9	-22.7	-34.2	-9.1	-22.9	-34.4
2003	2.21	2.6	2.14	2.26	19.5	32	22.3	17.2	29.7	20
2004	2.6	2.99	2.43	3.66	17.6	15	13.6	14	11.3	9.9
2005	4.56	5.09	4.31	1.62	75.4	70.2	77.4	73.8	68.6	75.7
2006	4.18	4.29	3.57	2	-8.3	-15.7	-17.2	-10.3	-17.7	-19.2

2007	5.28	4.88	3.91	1.78	26.3	13.8	9.5	24.5	12	7.7
2008	5.35	5.29	4.09	5.79	1.3	8.4	4.6	-4.5	2.6	-1.2
2009	6.17	5.67	4.23	2.94	15.3	7.2	3.4	12.4	4.2	0.5
2010	7.01	6.47	4.74	1.53	13.6	14.1	12.1	12.1	12.6	10.5
2011	9.98	9.61	7.83	3.37	42.4	48.5	65.2	39	45.2	61.8
2012	6.37	6.41	5.34	3.66	-36.2	-33.3	-31.8	-39.8	-37	-35.5
tasa promedio anual 2003-2011										
%	20.6	19.3	18.1					19.8	18.7	18.4

Fuente : Minag; BCR; cálculos del autor.

Sin embargo, durante el período 2003-2011 los cafetaleros tuvieron excelentes precios en chacra en términos reales, es decir aún descontando la inflación; así, en la región Cajamarca estos precios reales se elevaron en dicho periodo a una tasa promedio anual del 19.8%, en la región Junín a una tasa del 18.7% y en la región San Martín a una tasa del 18.4%.

No cabe duda que estos excelentes precios del café así como la mayor organización de los cafetaleros (asociatividad, conformación de cooperativas cafetaleras, entre otras) ha hecho posible que el precio real en chacra se traduzca en un mejor nivel de vida en el área rural del país; sin embargo, estos períodos de buenos precios también deben ser aprovechados en el mejoramiento de la fertilización de los cafetos, en mejorar las labores culturales y las prácticas de riego, entre otros; que ayuden a prevenir las plagas como el de la roya así como en la búsqueda de negocios complementarios como el del turismo vivencial sustentado en las rutas del café.

4.3.4. Precios FOB del Café y del Café Orgánico

Nótese enseguida cómo el precio FOB del café orgánico es entre el 9.7% y 27.4% superior al del café durante el período 2006-2012.

Tabla 14

Exportación de Café Orgánico					
	café orgánico			café	A/B
	valor	cantidad	precio FOB	precio FOB	en %
	millones US\$	miles TM	US\$/kg	US\$/kg	
			A	B	
2006	27.8	10.1	2.8	2.16	27.4
2007	70.2	23.1	3.0	2.46	23.5
2008	109.6	31.9	3.4	2.87	19.7
2009	82.8	24.7	3.4	2.96	13.3
2010	107.6	25.4	4.2	3.86	9.7
2011	189.4	31.5	6.0	5.38	11.8
2012	101.2	22.3	4.5	3.84	18.2

Fuente : SUNAT; Prompex.

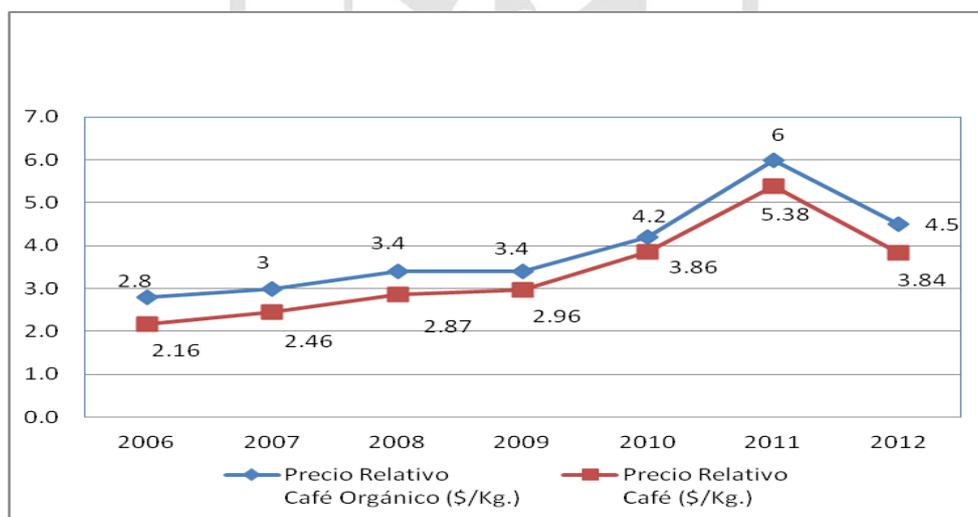


Figura 10. Perú: Precio FOB del Café y del Café Orgánico (\$/Kg)

Fuente : Elaboración propia.

4.4. Exportaciones de Café

Las exportaciones de café representaron el bienio 2011-2012 entre 1/3 y 1/4 del total de las agroexportaciones del país; asimismo, su participación dentro del total de las exportaciones fueron del 3.4% el 2011 y del 2.2% el 2012.

Tabla 15

Exportaciones de Café y Exportaciones Agrícolas						
	millones US\$				A/C	A/D
	café	agroexportaciones	total	total	%	%
	A	no-tradicionales	agroexportaciones	exportaciones		
		B	C	D		
2000	223	394	617	6955	36.1	3.2
2001	181	437	618	7026	29.3	2.6
2002	188	550	738	7714	25.5	2.4
2003	181	624	805	9091	22.5	2.0
2004	290	801	1091	12809	26.6	2.3
2005	307	1008	1315	17368	23.3	1.8
2006	515	1220	1735	23830	29.7	2.2
2007	427	1512	1939	28094	22.0	1.5
2008	645	1913	2558	31018	25.2	2.1
2009	584	1825	2409	26962	24.2	2.2
2010	888	2190	3078	35565	28.8	2.5
2011	1581	2830	4411	46268	35.8	3.4
2012	1009	3047	4056	45639	24.9	2.2

Fuente : BCR; cálculos del autor.

A continuación se presenta la evolución del valor de las exportaciones de café a nivel nacional así como la evolución de su precio unitario FOB y de la cantidad exportada durante el período 2000-2012; nótese que en el período 2003-2011 la evolución del precio unitario FOB explica buena parte de la evolución del valor exportado; así, mientras que el valor exportado de café crece a una tasa promedio anual impresionante del 31.1% durante dicho período, el precio FOB del café crece a una tasa del 19.1% y la cantidad exportada a una tasa pequeña del 6.9%.

Tabla 16

Exportaciones de Café : Precio, Cantidad y Valor			
	precio FOB	cantidad	valor
	US\$/kg	miles TM	millones US\$
2000	1.59	140.5	223
2001	1.13	160.0	181
2002	1.12	167.7	188
2003	1.20	150.5	181
2004	1.52	191.1	290
2005	2.16	142.2	307
2006	2.16	238.1	515
2007	2.46	173.6	427
2008	2.87	225.1	645
2009	2.96	197.7	584

2010	3.86	229.8	888
2011	5.38	293.7	1581
2012	3.84	262.7	1009
tasa promedio anual	2003-2011	2000-2011	2003-2011
%	19.1	6.9	31.1

Fuente : Minag; cálculos del autor.

En la siguiente figura se observa cómo el valor exportado de café y su precio unitario FOB evolucionan de una manera muy cercana durante el período 2000-2012.

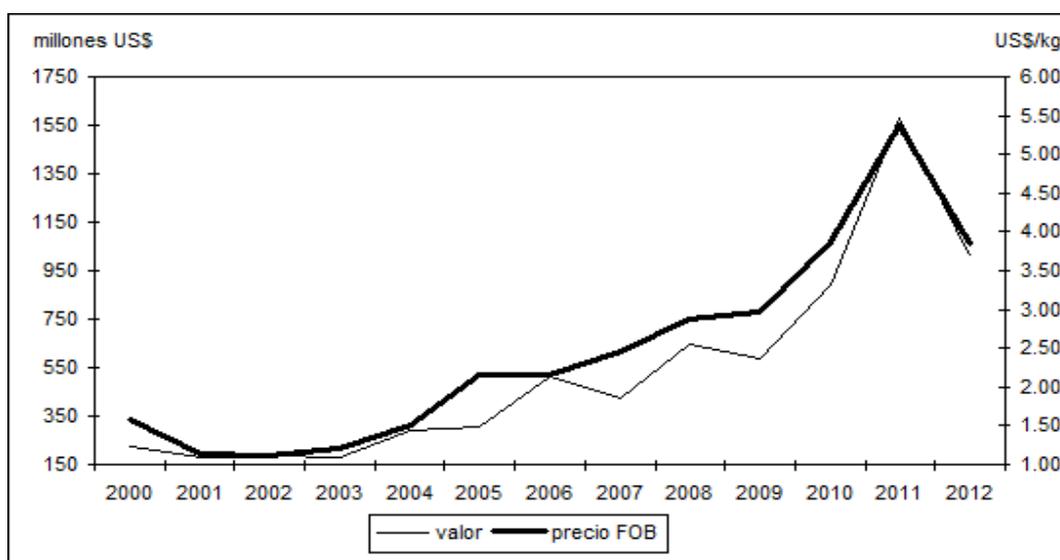


Figura 11. Valor Exportado y Precio FOB del Café

Fuente : Elaboración propia.

4.4.1. Países de Destino de las Exportaciones de Café y Precios FOB

La siguiente tabla representa los 14 principales países de destino de las exportaciones peruanas de café durante el 2012.

Tabla 17

Países de Destino del Café Peruano : 2012					
	valor		cantidad miles quintales	precio FOB	
	millones US\$	participación %		US\$/qq	US\$/kg
Alemania	346.7	34.4	1939.1	178.8	3.89
Estados Unidos	187.3	18.6	948.7	197.4	4.29
Bélgica	135.7	13.4	773.0	175.5	3.82
Colombia	85.7	8.5	660.3	129.8	2.82
Suecia	39.3	3.9	203.6	193.0	4.20
Canadá	36.1	3.6	192.5	187.5	4.08
Corea del Sur	30.9	3.1	182.1	169.7	3.69
Italia	25.1	2.5	139.4	180.1	3.91
Francia	22.1	2.2	122.5	180.4	3.92

Reino Unido	19.1	1.9	96.7	197.5	4.29
Holanda	15.1	1.5	88.7	170.2	3.70
Rusia	11.2	1.1	62.0	180.6	3.93
Finlandia	9.7	1.0	54.4	178.3	3.88
Japón	7.4	0.7	38.7	191.2	4.16
resto	37.6	3.7	208.5	180.3	3.92
total	1009.0	100.0	5710.2	176.7	3.84

Fuente : SUNAT; cálculos del autor.

Nótese que Alemania es nuestro principal cliente con compras el 2012 equivalente a US\$ 346.7 millones que significaron una participación del 34.4% del total del café exportado por el Perú en dicho año; en segundo lugar se ubica Estados Unidos con compras igual a US\$ 187.3 millones y una participación del 18.6%; cabe mencionar que estos 2 países concentran más de la mitad de las exportaciones peruana de café del 2012.

En la siguiente tabla se aprecia que tanto el Reino Unido como los Estados Unidos son los países que pagan los precios más elevados por el café peruano (US\$ 4.29 por kg., seguido de Suecia (US\$ 4.20 por kg.) y Japón (US\$ 4.16 por kg.); al margen de la búsqueda de nuevos mercados para nuestro café, se debería privilegiar nuestras exportaciones a los 4 países arriba mencionados porque son los que pagan los mejores precios.

Tabla 18

Países de Destino del Café Peruano : 2012				
	valor	cantidad	precio FOB	
	millones US\$	miles quintales	US\$/qq	US\$/kg
Reino Unido	19.1	96.7	197.5	4.29
Estados Unidos	187.3	948.7	197.4	4.29
Suecia	39.3	203.6	193.0	4.20
Japón	7.4	38.7	191.2	4.16
Canadá	36.1	192.5	187.5	4.08
Rusia	11.2	62.0	180.6	3.93
Francia	22.1	122.5	180.4	3.92
resto	37.6	208.5	180.3	3.92
Italia	25.1	139.4	180.1	3.91
Alemania	346.7	1939.1	178.8	3.89
Finlandia	9.7	54.4	178.3	3.88
Bélgica	135.7	773.0	175.5	3.82
Holanda	15.1	88.7	170.2	3.70
Corea del Sur	30.9	182.1	169.7	3.69

Colombia	85.7	660.3	129.8	2.82
total	1009.0	5710.2	176.7	3.84

Fuente : SUNAT; cálculos del autor.

Cabe añadir que los países que pagan los precios más elevados por nuestro café también son los países que más importan nuestro café orgánico tal como se verá más adelante.

4.4.2. Exportaciones de Café de la Región Cajamarca

En la siguiente tabla se aprecia que durante el bienio 2007-2008, previo a la crisis financiera internacional, el valor de las exportaciones de café de la región Cajamarca creció a una tasa promedio anual impresionante del 52.5%, mientras que a nivel nacional las exportaciones cafetaleras solamente crecieron a una tasa del 17%; sin embargo el 2009 las exportaciones de café de la región Cajamarca cayeron a una tasa del 25.8% respecto del año anterior mientras que a nivel nacional estas exportaciones cayeron a una tasa menor del 9.5%; nuevamente en el bienio 2010-2011 las exportaciones cafetaleras de la región Cajamarca volvieron a crecer de una manera muy dinámica a una tasa promedio anual del 97%, mientras que a nivel nacional las exportaciones de café crecieron a una tasa mucho menor del 65.1%; finalmente el 2012 las exportaciones de café de la región Cajamarca cayeron a una tasa del 29.5%, menor a la del nivel nacional en dicho año que fue del 36.2%.

Tabla 19

Exportaciones de Café de la Región Cajamarca								
		millones US\$						
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
A	nacional	515	427	645	584	888	1581	1009
B	Cajamarca	44.6	50.2	96.6	71.7	127.9	275.8	194.4
	B/A en %	8.7	11.8	15.0	12.3	14.4	17.4	19.3
		variación %						

		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
A	nacional	-	-17.1	51.1	-9.5	52.1	78.0	-36.2
B	Cajamarca	-	12.6	92.4	-25.8	78.4	115.6	-29.5

Fuente : BCR; cálculos del autor.

El comportamiento muy dinámico de las exportaciones cafetaleras de la región Cajamarca durante el período 2006-2012, al pasar desde los US\$ 44.6 millones el 2006 hasta los US\$ 194.4 millones el 2012, hace que su participación dentro del valor total de las exportaciones de café del país se incremente desde el 8.7% el 2006 hasta el 19.3% el 2012.

Lo anterior se observa en la figura a continuación.

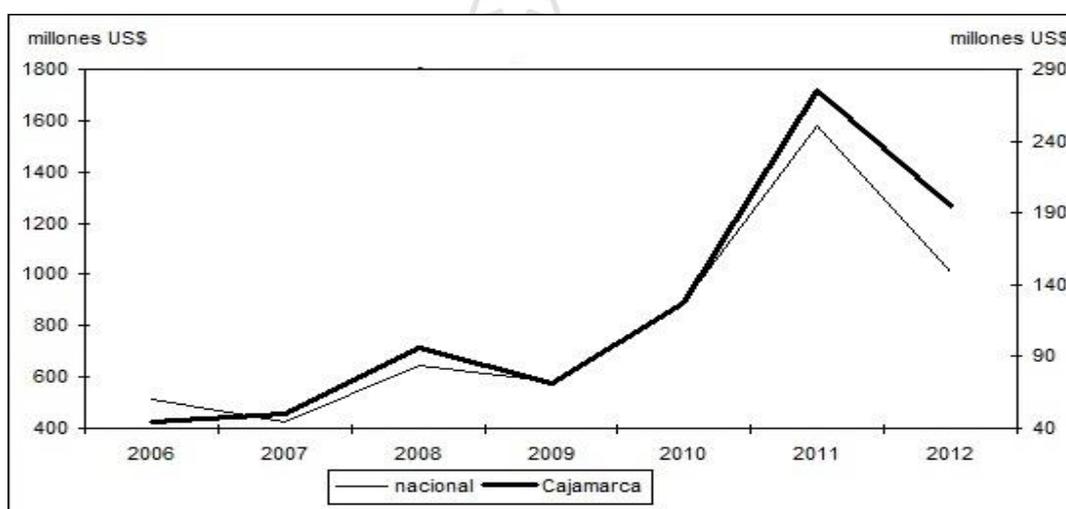


Figura 12 Exportaciones de Café (2006-2012)

Fuente : Elaboración propia.

4.4.3. Exportaciones de Alimentos Orgánicos y de Café Orgánico

En la tabla a continuación se presenta el valor de las exportaciones peruanas de alimentos orgánicos durante el 2011; nótese que el café orgánico lidera esta lista de productos peruanos orgánicos exportados el 2011 con un valor de US\$ 189 millones y una participación del 58%, seguido del banano con un valor de US\$ 71 millones y una participación

del 21.8% y del cacao con el 11.3%; estos 3 productos suman el 91.1% del total de las exportaciones de alimentos orgánicos del país el 2011.

Tabla 20

Exportaciones de Productos Orgánicos : 2011		
	millones US\$	participación %
café	189	58.0
banano	71	21.8
cacao	37	11.3
quinua	5	1.5
mango	4	1.2
maca	3	0.9
palta	3	0.9
nueces	3	0.9
jengibre	2	0.6
jojoba	2	0.6
resto	7	2.1
total	326	100.0

Fuente : SUNAT; Promperú.

Por otra parte, en la siguiente tabla se aprecia que las agroexportaciones orgánicas elevan su participación dentro del total de las agroexportaciones desde el 3.5% el 2005 hasta el 7.4% el 2011; sin embargo, las exportaciones de café orgánico reducen su participación dentro del total de las exportaciones de café desde el 16.4% el 2007 hasta el 12% el 2011; sin embargo, debe precisarse que las exportaciones de café orgánico crecieron a una tasa promedio anual del 28.2% que es una tasa bastante adecuada durante el período 2007-2011; en el mismo período las exportaciones de café crecieron a una tasa del 38.7%.

Tabla 21

Agroexportaciones de Productos Convencionales y Orgánicos						
	millones US\$				B/A	D/C
	agroexportaciones		café		%	%
	convencionales	orgánicas	total	orgánico		
	A	B	C	D		
2005	1315	46	307		3.5	
2006	1735	65	515		3.7	
2007	1939	121	427	70	6.2	16.4

2008	2558	187	645	110	7.3	17.1
2009	2409	162	584	83	6.7	14.2
2010	3078	212	888	108	6.9	12.2
2011	4411	326	1581	189	7.4	12.0

Fuente : SUNAT; Promperú; cálculos del autor.

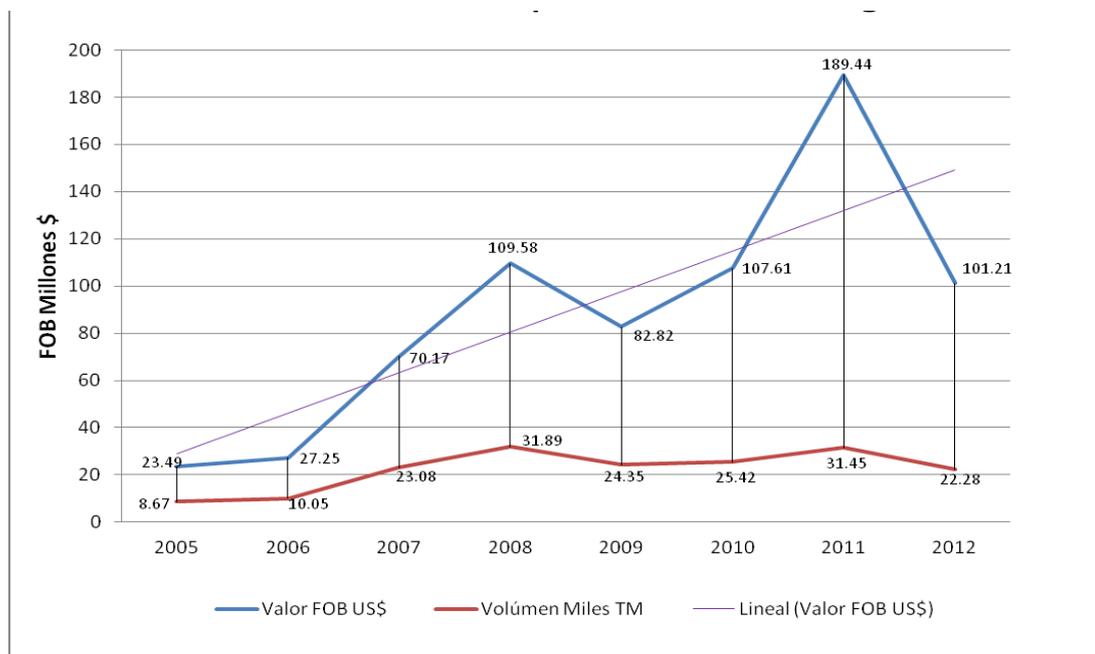


Figura 13. Perú: Evolución de la Exportación de café Orgánico
Fuente: SUNAT; Prompex

Cabe añadir que el Perú cuenta con una autoridad nacional competente en materia de producción orgánica que es ejercida por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) cuyo objetivo es generar confianza y garantizar la aceptación de los productos orgánicos del Perú en el mercado nacional e internacional.

4.4.4. Principales Mercados para Alimentos Orgánicos

Enseguida se puede apreciar que el mercado mundial para alimentos orgánicos es significativo toda vez que el 2010 sumaba US\$ 59 323 millones, siendo los Estados Unidos el principal mercado con una

participación del 44.9%, seguido de Alemania con una porción del mercado mundial del 13.4% y de Francia con una participación del 7.6%.

De otro lado, 9 de los 10 países mayores consumidores de alimentos orgánicos cuentan con una población envejecida con la sola excepción de los Estados Unidos.

Tabla 22

Mercados para Alimentos Orgánicos : 2010			
	millones euros	millones US\$	participación %
Estados Unidos	20115	26642	44.9
Alemania	6020	7974	13.4
Francia	3385	4483	7.6
Reino Unido	2000	2649	4.5
Canadá	1904	2522	4.3
Italia	1550	2053	3.5
Suiza	1180	1563	2.6
Japón	1000	1325	2.2
Austria	986	1306	2.2
España	905	1199	2.0
resto	5744	7608	12.8
total	44789	59323	100.0

Fuente : Promperú; cálculos del autor.

Nuestro país exportó alimentos orgánicos el 2011 a 7 de los 10 países mayores consumidores de alimentos orgánicos y a otros clientes menores por un valor de US\$ 326 millones que representaba el 0.55% de la demanda mundial; esto significa que el mercado para los alimentos orgánicos existe y lo que se tiene que hacer como país es incrementar nuestra oferta, es decir nuestras exportaciones de alimentos orgánicos y en particular del café; al respecto, el Perú exportó café orgánico a 4 de dichos países y a otros clientes menores por un valor de US\$ 189 millones.

4.4.5. Países de Destino de las Exportaciones de Café Orgánico y Población Envejecida

En la tabla a continuación se puede observar que todos los países de destino de las exportaciones de nuestros alimentos orgánicos durante el 2011 así como de nuestro café orgánico en el bienio 2011-2012 cuentan con una población envejecida con la única excepción de los Estados Unidos.

Tabla 23

Destino de los Productos Orgánicos y Café Orgánico Peruanos								
	productos orgánicos 2011			café orgánico 2011			café orgánico 2012	
	millones US\$	%		millones US\$	%		millones US\$	%
Estados Unidos	97.8	30	Estados Unidos	64.3	34	Estados Unidos	32.9	32.5
Holanda	55.4	17	Alemania	43.5	23	Alemania	28.4	28.1
Alemania	52.2	16	Bélgica	22.7	12	Bélgica	12.2	12.1
Bélgica	35.9	11	Suecia	17.0	9	Suecia	8.4	8.3
Suecia	19.6	6	Canadá	11.3	6	Canadá	7.3	7.2
Canadá	16.3	5	Reino Unido	11.3	6	Reino Unido	3.7	3.7
Reino Unido	13.0	4	Holanda	3.8	2	Holanda	1.8	1.8
Italia	9.8	3	resto	15.1	8	resto	6.5	6.4
Japón	6.5	2	total	189.0	100	total	101.2	100.0
Francia	3.3	1						
resto	16.3	5						
total	326.0	100						

Fuente : SUNAT; Promperú; cálculos del autor.

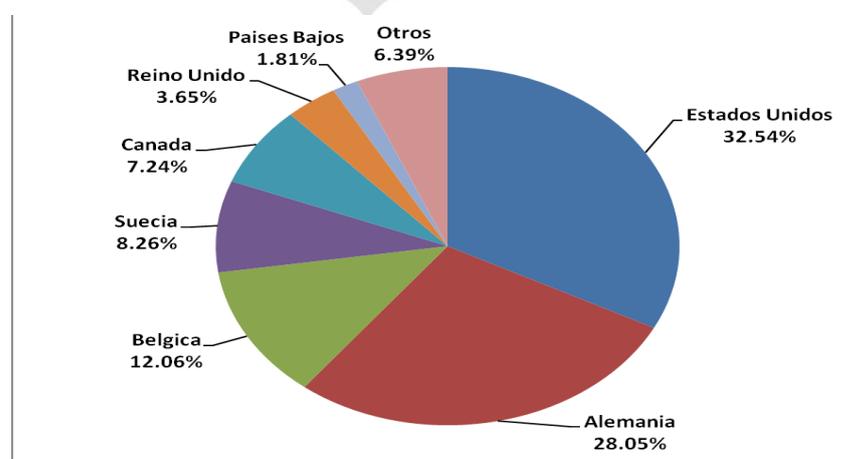


Figura 14. Principales Mercados de Café Orgánico 2012

Fuente. Promperu

En la tabla 23 se presentó una lista de 5 países desarrollados (Japón, Alemania, Italia, España, Francia y el Reino Unido) cuya población tenía un elevado porcentaje de población geronte, es decir de población con una participación superior al 15% de la población total de cada país; todos estos países aparecen en la tabla anterior como principales clientes de nuestros alimentos orgánicos; sin embargo, también aparecen como nuestros clientes Holanda, Bélgica, Suecia y Canadá cuya estructura poblacional se presenta en la siguiente tabla; de otro lado, solamente 2 países (Alemania y el Reino Unido) aparecen como clientes internacionales de nuestro café orgánico cuya estructura poblacional ya se ha determinado en la tabla 3; en la siguiente tabla se presenta la estructura poblacional de los países que también son clientes de nuestro café orgánico (Bélgica, Suecia, Canadá y Holanda).

Nótese que los 4 países desarrollados que también son nuestros clientes tanto de nuestros alimentos orgánicos como de nuestro café orgánico cuentan con una población envejecida, especialmente Suecia.

Tabla 24

Estructura Poblacional de Países Desarrollados : 2011					
población	años	%			
		Suecia	Bélgica	Canadá	Holanda
joven	0-14	13.1	13.3	13.8	14.3
adulto	15-64	64	66.1	65.9	68.6
vieja	65 y más	22.9	20.6	20.3	17.1

Fuente : Naciones Unidas.

4.4.6 Principales Empresas Exportadoras de Café Orgánico

En la tabla a continuación se presenta la relación de empresas exportadoras de café orgánico durante el bienio 2011-2012; nótese que de lejos la más importante es la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA) del Cusco con

exportaciones el 2011 de US\$ 53.4 millones y una participación del 28.2%; el 2012 esta central de cooperativas consolida su liderazgo al controlar el 33.5% del total del café orgánico exportado en dicho año.

Tabla 25

Empresas Exportadoras de Café Orgánico					
	2011				2012
	miles US\$	TM	US\$/kg	part. %	part. %
Central de Coop. Agrarias Cafetaleras (COCLA)	53367	8564	6.2	28.2	33.5
Coop. Agraria Cafetalera La Florida	18211	3250	5.6	9.6	9.0
Pronatur EIRL	13119	2196	6.0	6.9	
Corporación de Productores Café Perú SAC	13066	2173	6.0	6.9	5.0
Cafetalera Amazónica SAC	10405	1913	5.4	5.5	
Central Coop. Agrarias Cafet. Valles Sandia (CECOVASA)	9808	1592	6.2	5.2	5.0
Asociación Central Piurana Cafet. (CEPICAFE)	6195	1000	6.2	3.3	5.0
Negusa SAC	5351	1125	4.8	2.8	
Coop. Agraria Industrial Naranjillo	4686	721	6.5	2.5	
Coop. Agraria Cafet. Pangoa Ltda	4374	633	6.9	2.3	
Machu Picchu Trading SAC	3889	720	5.4	2.1	
Asociación Central Productores Café Pichanaki	3753	603	6.2	2.0	
Coop. Agraria Cafet. Divisoria Ltda	3581	552	6.5	1.9	
Coop. Agraria Rodriguez de Mendoza	3282	491	6.7	1.7	
Coop. Agraria Cafet. Frontera de San Ignacio	3001	446	6.7	1.6	
resto	33348	5475	6.1	17.6	
total	189436	31454	6.0	100.0	100.0

Fuente : SUNAT; Promperú.

Un aspecto importante a resaltar es el hecho de que la mayoría de exportadores son organizaciones de cafetaleros en la forma de cooperativas, lo cual les otorga un mayor poder de negociación y asimismo les permite beneficiarse de las economías de escala que implica el trabajo grupal, el trabajo en equipo.

En la siguiente tabla se aprecia que las cooperativas cafetaleras más pequeñas son las que logran los mejores precios por su café orgánico en los mercados mundiales; así, la Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa Ltda (región Junín) consiguió un precio de 6.9 US\$/kg, es decir 15% más que el promedio obtenido por el total de las exportaciones de café orgánico (6 US\$/kg); de otro lado, la Cooperativa Agraria Cafetalera Frontera de San Ignacio de la región Cajamarca y

la Cooperativa Agraria Rodríguez de Mendoza de la región Amazonas lograron un precio de 6.7 US\$/kg, es decir 11.7% por encima del precio promedio nacional.

Tabla 26

Empresas Exportadoras de Café Orgánico			
	2011		
	miles US\$	TM	US\$/kg
Coop. Agraria Cafet. Pangoa Ltda	4374	633	6.9
Coop. Agraria Cafet. Frontera de San Ignacio	3001	446	6.7
Coop. Agraria Rodríguez de Mendoza	3282	491	6.7
Coop. Agraria Industrial Naranjillo	4686	721	6.5
Coop. Agraria Cafet. Divisoria Ltda	3581	552	6.5
Central de Coop. Agrarias Cafetaleras (COCLA)	53367	8564	6.2
Asociación Central Productores Café Pichanaki	3753	603	6.2
Asociación Central Piurana Cafet. (CEPICAFE)	6195	1000	6.2
Central Coop. Agrarias Cafet. Valles Sandía (CECOVASA)	9808	1592	6.2
resto	33348	5475	6.1
Corporación de Productores Café Perú SAC	13066	2173	6.0
Pronatur EIRL	13119	2196	6.0
Coop. Agraria Cafetalera La Florida	18211	3250	5.6
Cafetalera Amazónica SAC	10405	1913	5.4
Machu Picchu Trading SAC	3889	720	5.4
Negusa SAC	5351	1125	4.8
total	189436	31454	6.0

Fuente : SUNAT; Promperú.

4.5. Mercado Mundial del Café

El café es uno de los principales productos que se comercializa en los mercados mundiales únicamente superado por el petróleo; el café tiene una importancia crucial para la economía de muchos países en vías de desarrollo porque sus exportaciones representan una parte sustancial de sus ingresos de divisas; es un commodity que se comercializa en los principales mercados de materias primas y de futuros, especialmente en Londres y Nueva York.

4.5.1. Principales Países Productores de Café

En la siguiente tabla se observa que Brasil es de lejos el primer productor mundial de café y es por ello que las malas o buenas cosechas de café en dicho país prácticamente determinan la cotización internacional de dicho grano; así, el 2012 Brasil produjo 3.21 millones de TM de café que representaba más de 1/3 del mercado mundial de dicho producto; el 75% de la producción cafetalera brasileña del 2012 correspondió a la variedad arábica y el resto a la variedad robusta; en segundo lugar se ubicaba Vietnam con una producción de 1.46 millones de TM y una participación del 16.3%; alrededor del 95% de su producción corresponde a la variedad robusta y el resto a la variedad arábica; en tercer lugar se colocaba Indonesia con una producción de 762 mil TM que había desplazado a Colombia de dicho lugar; el 2012 nuestro país produjo 315 mil TM, ubicándose en el séptimo lugar a nivel mundial; cabe añadir que nuestra producción era menos de 1/10 que la producción de Brasil.

Tabla 27

Principales Países Productores de Café											
	miles TM									particip. %	promedio
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012	2005-2012
Brasil	2484	2070	2676	2256	2976	2526	3078	2778	3210	35.9	
Vietnam	864	906	1164	1032	1062	1092	1164	1446	1458	16.3	
Indonesia						684	546	438	762	8.5	
Colombia	696	738	720	750	522	486	510	462	606	6.8	
Etiopía						414	450	408	486	5.4	
India						288	300	312	318	3.6	
Perú	231	189	273	226	274	244	279	332	315	3.5	
Honduras						216	258	354	294	3.3	
México						246	240	276	234	2.6	
resto						1346	1377	1486	1269	14.2	
total	7134	6864	7860	7218	7944	7542	8202	8292	8952	100	
tasa crec. prom anual (%)	-	-3.8	14.5	-8.2	10.1	-5.1	8.8	1.1	8.0		3.2

Fuente : Organización Internacional del Café (OIC); USDA; cálculos del autor.

Si bien Brasil es el primer productor mundial de café, Vietnam es el país con el mayor dinamismo en el crecimiento de la producción con una tasa promedio anual del 6.8% durante el período 2004-2012 toda vez que en el mismo período Brasil vio crecer su producción cafetalera a una tasa del 3.3%, es decir a un ritmo que fue menos de la mitad que el de Vietnam; creció a un ritmo ligeramente superior al de la producción mundial que fue del 3.2%; en cambio Colombia ha estancado y reducido su producción cafetalera en dicho período debido al impacto negativo de la plaga de la roya que la ha obligado a replantar miles de hectáreas con variedades resistentes a dicha plaga; es por esta razón que Colombia ha sido desplazado por Indonesia del tercer lugar.

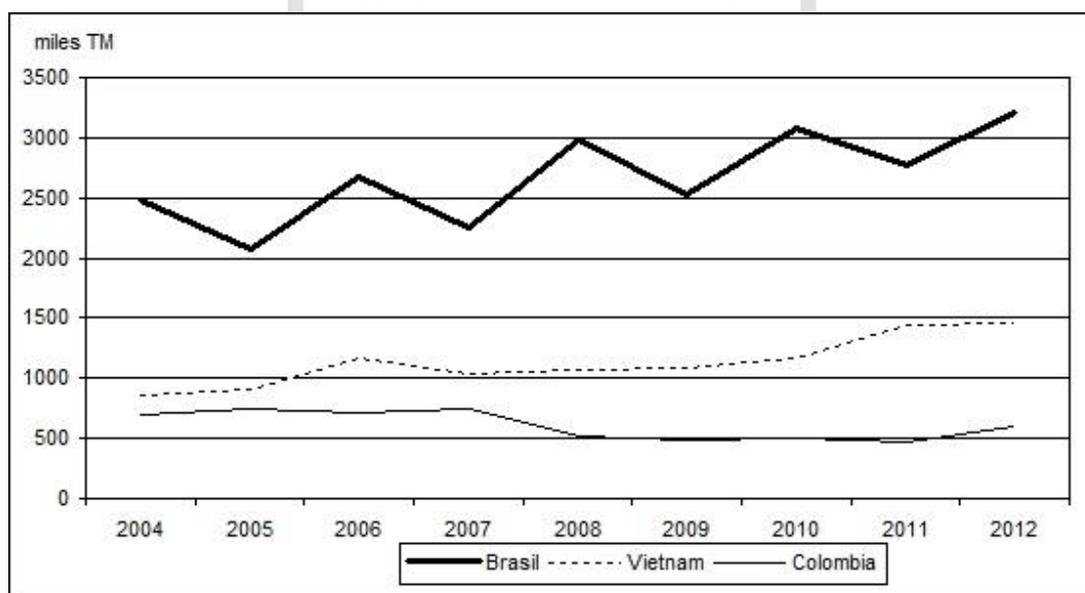


Figura 15. Producción Mundial de Café.

Fuente : Elaboración propia.

La producción de café en el Perú en el período 2004-2012 creció a una tasa promedio anual del 4%, superior a la de Brasil, pero inferior a la de Vietnam; nuestra participación en el mercado mundial del café era de solamente 3.5% el 2012.

De otro lado, Brasil tiene un rendimiento promedio por hectárea de 1.39, mientras que en el Perú el promedio nacional es de 0.81 TM/ha.; esto significa que tenemos bastante que aprender de nuestro vecino país en materia de innovación tecnológica cafetalera.

4.5.2. Principales Países Productores de Café Orgánico

El 2011 la producción nacional de café orgánico fue de 18.2 miles de TM que representó el 5.5% del total de la producción de café del país en dicho año (332 mil TM); sin embargo, este nivel de producción representa casi la mitad de la oferta mundial de café orgánico; el segundo ofertante de café orgánico es Etiopía con una producción que representa el 23.6% del total mundial.

Tabla 28

Países Productores de Café Orgánico : 2011			
	miles sacos de 60 kg	miles TM	participación %
Perú	303.2	18.2	45.3
Etiopía	158.3	9.5	23.6
México	108.3	6.5	16.2
Nicaragua	100.9	6.1	15.1
total	670.7	40.2	100.1

Fuente : OIC.

4.5.3. Exportaciones Mundiales de Café

La exportación mundial de café creció lentamente a una tasa promedio anual del 2.7% en el período 2005-2012; cabe precisar que durante el mismo período la producción mundial creció a una tasa promedio anual del 3.2%.

Tabla 29

Exportaciones Mundiales de Café			
	millones sacos 60kg	miles TM	tasa crec. (%)
			2005-2012
2003	89.2	5352	-
2004	90.1	5406	1.0
2005	88	5280	-2.3
2006	97.8	5868	11.1
2007	95.8	5748	-2.0
2008	97.7	5862	2.0
2009	94.3	5658	-3.5
2010	104.7	6282	11.0
2011	107.7	6462	2.9
2012	110.2	6612	2.3
tasa prom. anual			2.7

Fuente : OIC.

En la figura a continuación se observa este crecimiento de las exportaciones mundiales de café que se dinamiza durante el trienio 2010-2012, creciendo a una tasa promedio anual del 5.4%.

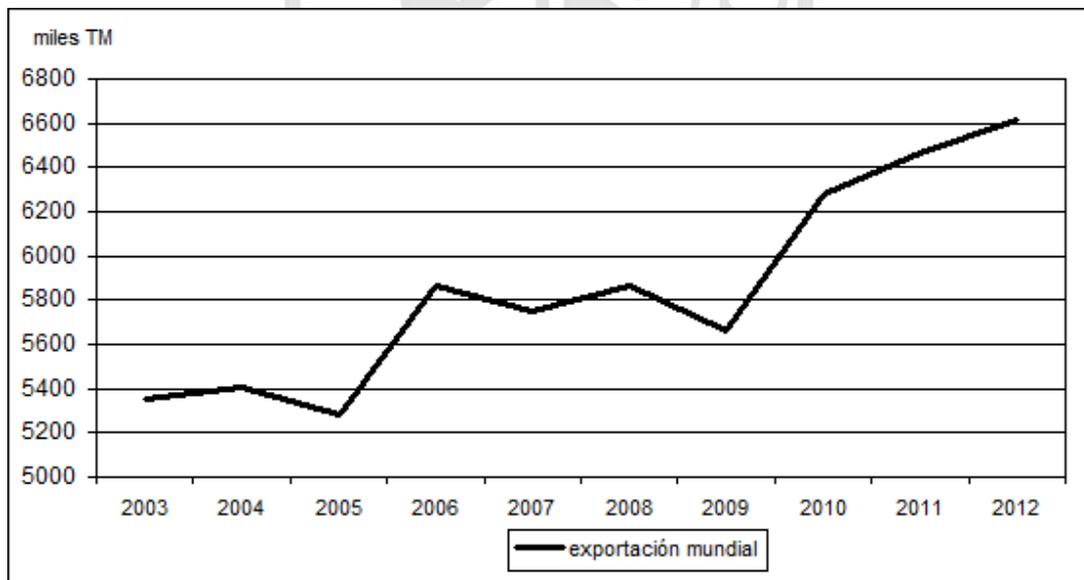


Figura 16. Exportación Mundial de Café (2003-2012).

Fuente : Elaboración propia.

Algo menos de 2/3 del café exportado a nivel mundial el 2012 corresponde a la variedad arábica y algo más de 1/3 a la variedad robusta; de los arábigos exportados, alrededor de la mitad se exporta lavado y la otra mitad como no lavado procedente básicamente del Brasil.

Tabla 30

Exportaciones Mundiales de Café según Variedad										
		millones sacos 60 kg				miles TM				particip. %
		2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2012
A	suaves colombianos	8.1	9.2	8.4	10.2	486	552	504	612	9.3
B	otros suaves	22.1	25.4	27.5	25.2	1326	1524	1650	1512	22.9
A+B=C	arábigos lavados	30.2	34.6	35.9	35.4	1812	2076	2154	2124	32.1
	naturales brasileños									
D	o arábico no lavado	31.4	33.2	31.0	33.1	1884	1992	1860	1986	30.0
E = C+D	café arábico	61.6	67.8	66.9	68.5	3696	4068	4014	4110	62.2
F	café robusta	32.8	37.0	40.8	41.7	1968	2220	2448	2502	37.8
G = E+F	total	94.4	104.8	107.7	110.2	5658	6282	6462	6612	100.0

Fuente : OIC; cálculos del autor.

4.5.4. Consumo Mundial de Café

Durante el período 2005-2012 el consumo mundial de café creció a una tasa promedio anual del 2.1%; cabe añadir que se observa un mayor dinamismo en el consumo de los países exportadores y emergentes, particularmente por el incremento de la demanda de café instantáneo; al respecto, mientras el consumo mundial de café creció a una tasa del 2.1% el 2012, el consumo de los países emergentes fue del 5%.

Tabla 31

Consumo Mundial de Café			
	millones sacos	miles TM	tasa crecimiento
1997	100.7	6042	-
1998	102.6	6156	1.9
1999	105.0	6300	2.3
2000	106.2	6372	1.1
2001	110.3	6618	3.9
2002	111.7	6702	1.3
2003	114.4	6864	2.4
2004	120.7	7242	5.5
2005	121.6	7296	0.7

2006	125.4	7524	3.1
2007	130.0	7800	3.7
2008	133.5	8010	2.7
2009	132.3	7938	-0.9
2010	137.0	8220	3.6
2011	139.1	8346	1.5
2012	142.0	8520	2.1
tasa crecimiento promedio anual 1997-2012			2.3
tasa crecimiento promedio anual 2005-2012			2.1

Fuente : OIC.

Sin embargo, el sector cafetalero mundial espera que la economía estadounidense continúe mejorando y que el aumento de la “cultura del café” en China pueda impulsar la demanda mundial de café el 2014 e incidir en una recuperación de la cotización internacional de dicho grano.

El aumento de la población, un mayor poder adquisitivo (aumento de la clase media a raíz del boom de las materias primas) y las fuertes campañas publicitarias en algunos países productores (Brasil, Indonesia, India) han favorecido el consumo interno; otro factor importante es la apertura en los mercados internos de firmas y tiendas especializadas cuya oferta va dirigida principalmente a los jóvenes y profesionales de clase media; lo anterior significa un estímulo a la “cultura del café” ofreciéndole al potencial consumidor nuevos sabores, nuevas mezclas, tendencia a la utilización de granos de primera calidad y mejores ambientes para consumirlo.

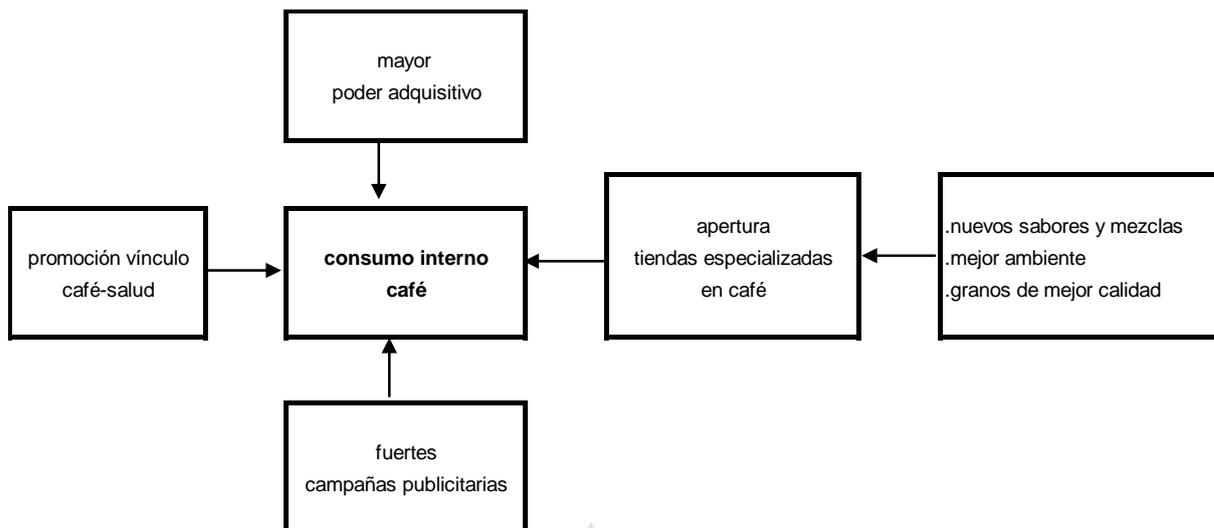


Figura 17. Factores que inciden en el consumo interno del café.
Fuente : Elaboración propia.

El consumo mundial de café en los países exportadores y emergentes (Brasil, Indonesia, México, Etiopía, India, etc.) es mucho más dinámico que el consumo mundial total; así, durante el período 2003-2012 mientras que el consumo mundial crecía a una tasa promedio anual del 2.4%, el consumo mundial en los países exportadores y emergentes de café creció a una tasa del 4.3%, es decir a casi el doble; entre los países exportadores, Brasil es el de mayor consumo; así, el 2012 consumió 20.3 millones de sacos de café que representaba el 46.5% del consumo total mundial, es decir casi la mitad.

Este mayor dinamismo del consumo de café de parte de los países exportadores y emergentes ha hecho que su participación dentro del consumo total mundial de café se incremente desde el 25.8% el 2002 hasta el 30.8% el 2012.

Tabla 32

Consumo de Café en Países Exportadores						
	países exportadores		tasa crecimiento 2003-2012		total mundial	A/B
	millones sacos	miles TM	países exportadores	total mundial	miles TM	en %
		A			B	
2002	28.8	1728	-	-	6702	25.8
2003	29.9	1794	3.8	2.4	6864	26.1
2004	31.6	1896	5.7	5.5	7242	26.2
2005	33.4	2004	5.7	0.7	7296	27.5

2006	35.0	2100	4.8	3.1	7524	27.9
2007	36.9	2214	5.4	3.7	7800	28.4
2008	38.5	2310	4.3	2.7	8010	28.8
2009	40.3	2418	4.7	-0.9	7938	30.5
2010	41.9	2514	4.0	3.6	8220	30.6
2011	42.7	2562	1.9	1.5	8346	30.7
2012	43.7	2622	2.3	2.1	8520	30.8
tasa crecim. promedio anual			4.3	2.4		

Fuente : OIC; cálculos del autor.

En la siguiente figura se aprecia la evolución del consumo total mundial de café así como de los países exportadores y emergentes durante el período 2002-2012.

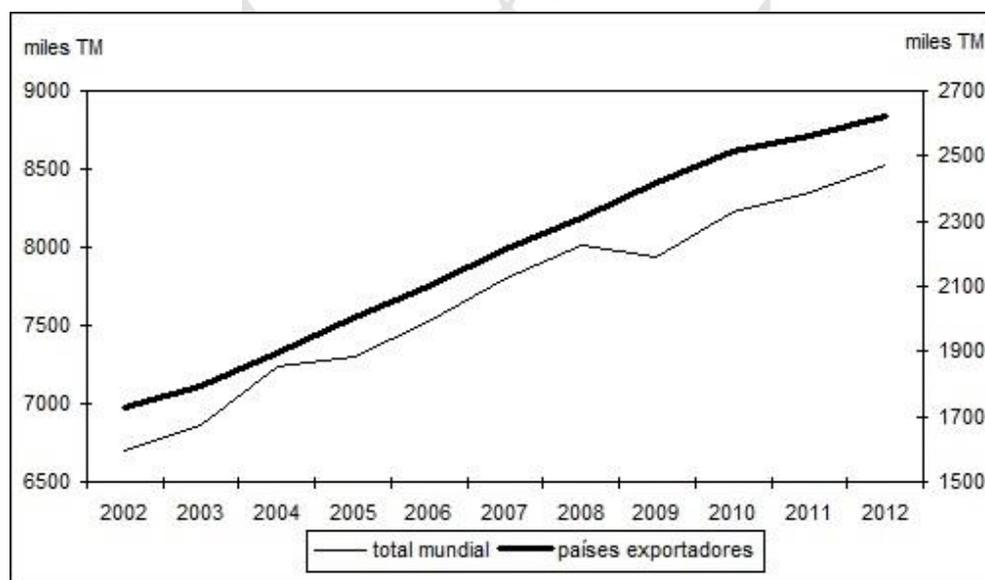


Figura 18. Consumo Mundial de Café.

Fuente : Elaboración propia.

El consumo de café en los países importadores de café que son básicamente los países desarrollados, ha venido creciendo de una manera pausada a una tasa promedio anual del 1.1% durante el período 2008-2012; Estados Unidos es el principal consumidor entre los países desarrollados con un consumo anual de 1.33 millones de TM y con una participación del 22.6% el 2012; le sigue Alemania con un consumo de 528 mil TM y una participación del 9%; en tercer lugar se ubica Japón con un consumo de 426 mil TM y una participación del 7.2%.

Tabla 33

Consumo de Café en los Países Importadores														
	millones sacos						miles TM						tasa crec.	particip. %
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2007	2008	2009	2010	2011	2012	promedio 2008-2012	2012
Esta. Unidos	21.0	21.7	21.4	21.8	22.0	22.2	1260	1302	1284	1308	1320	1332		22.6
Alemania	8.6	9.5	8.9	9.3	9.5	8.8	516	570	534	558	570	528		9.0
Japón	7.3	7.1	7.1	7.2	7.0	7.1	438	426	426	432	420	426		7.2
Francia	5.6	5.2	5.7	5.7	6.0	5.8	336	312	342	342	360	348		5.9
Italia	5.8	5.9	5.8	5.8	5.7	5.7	348	354	348	348	342	342		5.8
Rusia	4.1	3.7	3.1	3.7	3.7	3.8	246	222	186	222	222	228		3.9
Canadá	3.2	3.2	3.3	3.6	3.6	3.5	192	192	198	216	216	210		3.6
España	3.2	3.5	3.4	3.2	3.1	3.4	192	210	204	192	186	204		3.5
Reino Unido	2.8	3.1	3.2	3.1	2.9	2.9	168	186	192	186	174	174		3.0
resto	31.6	32.1	30.8	32.7	33.1	35.3	1890	1926	1806	1902	1974	2106		35.7
total	93.2	95.0	92.7	96.1	96.6	98.5	5586	5700	5520	5706	5784	5898		100.0
tasa crecimiento							-	2.0	-3.2	3.4	1.4	2.0	1.1	

Fuente : OIC; cálculos del autor.

Debido a su mayor dinamismo, el consumo en los países exportadores y emergentes elevó su participación dentro del consumo total mundial de café desde el 28.4% el 2007 hasta el 30.8% el 2012.

Tabla 34

Consumo Mundial de Café			
	millones TM		
	países exportadores	países importadores	total mundial
2007	2214	5586	7800
2008	2310	5700	8010
2009	2418	5520	7938
2010	2514	5706	8220
2011	2562	5784	8346
2012	2622	5898	8520
	estructura %		
	países exportadores	países importadores	total mundial
2007	28.4	71.6	100.0
2008	28.8	71.2	100.0
2009	30.5	69.5	100.0
2010	30.6	69.4	100.0
2011	30.7	69.3	100.0
2012	30.8	69.2	100.0

Fuente : De Tablas anteriores.

Estados Unidos y Brasil son de lejos los 2 principales consumidores de café a nivel mundial con una participación del 15.8% y del 14.3% respectivamente.

Tabla 35

Consumo Mundial de Café : Promedio 2011-2012	
	participación %
Estados Unidos	15.8
Brasil	14.3
Alemania	6.5
Japón	5.0
Francia	4.2
Italia	4.1
Rusia	2.7
Indonesia	2.5
Canadá	2.5
España	2.3
resto	40.1
total	100.0

Fuente : OIC.

4.6. Turismo Receptivo y las Rutas del Café

El turismo receptivo así como el turismo interno se desarrollará con mayor dinamismo en la medida en que se mejore sustancialmente la red vial del país (carreteras, ferrocarriles, puertos, aeropuertos fluviales, entre otras.); actualmente en el Perú se viene desarrollando un tipo de turismo cultural vivencial sobre la base de las zonas cafetaleras; como las que ya existen, las rutas del café en la región Junín, en la región Pasco y la Región Cajamarca; sin embargo, en la región San Martín no obstante haberse sustituido las plantaciones de coca por los cultivos de café y cacao (Ghezzi, P. y Gallardo, J., 2013), y en la región Puno, a pesar de ser zonas importantes de producción cafetalera, aún no se desarrollan estas rutas debido a la carencia de una red vial mínima o a las acciones terroristas.

A continuación se estudiarán las rutas del café en algunas regiones.

4.6.1. Destinos Turísticos, Costo de Oportunidad e Infraestructura Económica

El Perú cuenta con innumerables y excelentes recursos o destinos turísticos a lo largo y ancho del país; sin embargo, muchos de ellos carecen de vías de comunicación adecuadas que faciliten el turismo interno; por ejemplo, viajar desde Lima hasta la ciudad de Oxapampa toma 12 horas por la Carretera Central, con ciertos tramos carreteros bastante deteriorados.

Para un empresario o un ejecutivo o un profesional altamente calificado, acompañado de su respectiva familia, le resulta sumamente incómodo realizar este viaje hacia la bellísima ciudad de Oxapampa, particularmente por el tiempo que toma el viaje; cabe añadir que el costo de oportunidad del tiempo de ocio de los jefes de familias mencionados es bastante elevado y es por ello que optan por hacer turismo fuera del país; esta realidad nos recuerda que en los albores de la revolución industrial los ilustres visitantes extranjeros a nuestro país solían decir que Lima estaba más cerca de Londres o de París que de su sierra y selva; desgraciadamente esto aún es una triste realidad porque hoy toma menos horas llegar de Lima a Londres (por aire) que de Lima a Oxapampa (por tierra).

Si existe el poder adquisitivo en las familias de altos ingresos en el país así como de los turistas extranjeros que nos visitan, y existen además los deslumbrantes destinos turísticos como en la sierra-selva central

(turismo ecológico; turismo vivencial; turismo de aventura como canotaje, motocross, ala delta; gastronomía con influencia alemana; etc.), ¿por qué se hace tan difícil concesionar la construcción de aeropuertos de tamaño intermedio en La Merced y en Oxapampa con la finalidad de reducir drásticamente los tiempos de viaje desde el aeropuerto de Lima para llegar a los destinos turísticos de dicha zona.

Con estos 2 aeropuertos de tamaño intermedio se facilita enormemente el turismo interno por ciudades como Tarma (ciudad de las flores), San Ramón, Satipo, San Martín de Pangoa, Pichanaki, Villa Rica, Puerto Bermúdez, Pozuzo, etc. (ruta del café).

Cabe añadir que la construcción de estos 2 aeropuertos eleva considerablemente la posibilidad de comunicación entre las 10 ciudades de la sierra-selva central antes mencionadas, lo cual no solamente facilitaría el turismo interno sino también el comercio, los negocios, las exportaciones.

De otro lado, construir un aeropuerto de tamaño mediano para transportar 50 a 100 pasajeros como los que fabrica la empresa brasileña Embraer en la ciudad de Puquio facilitaría el turismo interno y receptivo hacia Lucanas y Cora-Cora al mismo tiempo que se afianzaría el turismo vivencial en torno a la festividad del Chaccu en Pampa Galeras (esquila de las vicuñas); es bastante conocido que el sur del departamento de Ayacucho se debate en la pobreza y el reforzamiento

de su actividad turística constituye una posibilidad para salir de la misma.

Al respecto, en octubre del 2012 el gerente general de Lan Perú declaró que si las ciudades de Jauja, Talara, Ayacucho, Chimbote y Jaén tuvieran aeropuertos adecuados ellos comenzarían a incursionar en dichas ciudades con vuelos comerciales; esto significa que el sector privado considera que en las ciudades mencionadas existe el mercado adecuado para sustentar económicamente los vuelos de Lan Perú; de otro lado, la Cámara Nacional de Turismo (Canatur) propuso hacia fines del 2012 que el Estado debería subsidiar las rutas por vía aérea a los pueblos más alejados del país que cuenten con destinos turísticos que previa o simultáneamente deberían ponerse en valor; adicionalmente se deberían comenzar a construir aeropuertos de tamaño medio en estos pueblos alejados; una de estas rutas podría ser Lima-Puquio; esta subvención implicaría que el Estado garantizaría por lo menos el 50% de ocupación de los vuelos durante un periodo limitado que podría ser un año; sin embargo, Canatur ha hecho una propuesta de subvención estatal menos ambiciosa y tal vez se podría comenzar con ella; así, el gremio sostiene que existen compañías que cuentan con aeronaves pequeñas con horas ociosas de vuelo que podrían ser utilizadas para llegar a destinos que actualmente carecen de conectividad, pero que cuentan con aeródromos y aeropuertos pequeños; finalmente Canatur sugiere que los vuelos cívicos de la Fuerza Aérea no deberían competir con los vuelos privados subvencionados por el Estado.

4.6.2. Ruta del Café y del Polen

4.6.2.1. Café y Turismo Vivencial en Villa Rica

Villa Rica es un destino turístico que promete en la selva de Pasco porque ofrece:

- naturaleza, aire puro,
- tranquilidad,
- observación de flora y fauna, verdor de las montañas,
- y ahora novedosos albergues,

que le permiten al viajero participar del proceso de producción del café, tal vez el más fino del país; al respecto, Promperú viene alentando este turismo vivencial que tiene en Colombia a un referente exitoso; sin embargo, una traba muy negativa es la carencia de infraestructura económica, especialmente carreteras asfaltadas, en la zona.

Villa Rica así se está recuperando de un periodo destructivo de las acciones terroristas y de la cobranza de cupos; en este lugar se produce un excelente café, más aromático y más fuerte que el arábigo colombiano, pero que requieren de un marketing intensivo como el colombiano con su personaje Juan Valdez vestido con su poncho y tomando la bandera colombiana; el café en Villa Rica se cultiva entre los 1400 y 1600 msnm, siendo la cosecha grano a grano; el cultivo del café está asociado al cultivo de árboles maderables como el eucalipto que crece rápidamente y se utiliza en la construcción; a este tipo de cultivo del cafeto se le denomina café a la sombra.

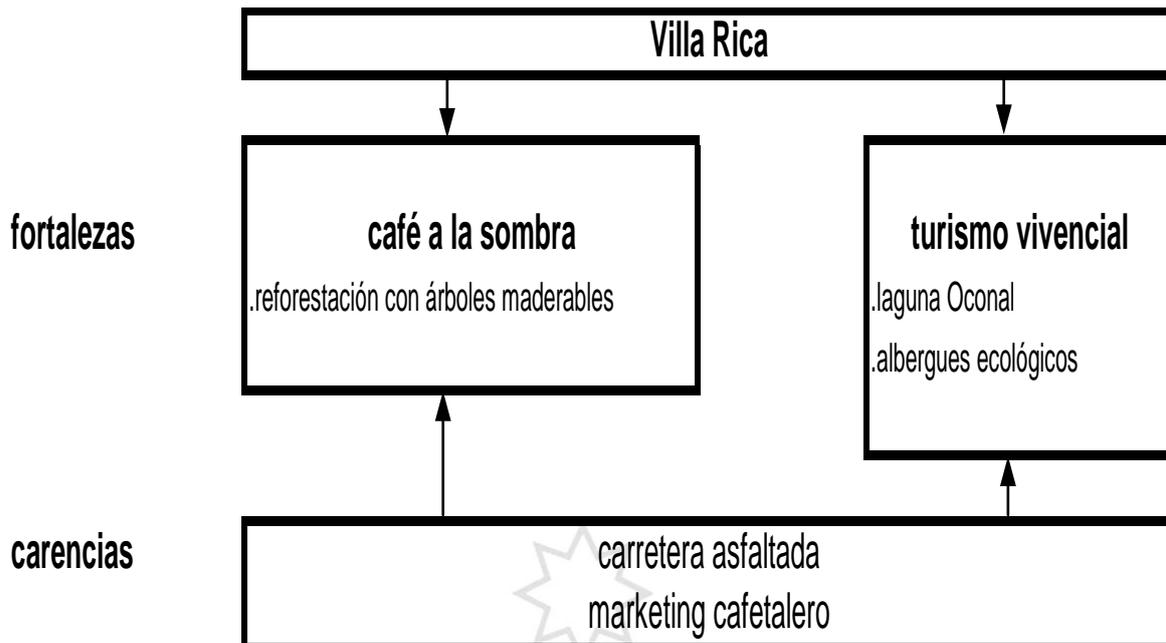


Figura 19. Rutas turísticas del café en Villa Rica.

A orillas de la laguna Oconal se ubican los albergues Puerto Escondido (se inauguró el 2005) y el Rapallo que además realizan labores de reforestación (recuperación de bosques); también ofrecen alojamiento el albergue Madreselva así como la finca Santa Rosa.

4.6.2.2. Café, Polen y Turismo Vivencial en Oxapampa

Oxapampa ubicado hacia el oeste de la región Pasco es un destino de clima templado, de paisajes frondosos y de cataratas que se está especializando en ofrecer recorridos vivenciales; esto se está logrando mediante una alianza estratégica entre la Municipalidad Distrital de Chontabamba y la ONG Desco que están capacitando a jóvenes estudiantes de la institución educativa Ernesto Von Mullenbruck como guías turísticos; el turismo vivencial cultural que ofrece Chontabamba incluye:

- la visita al Fundo Aníbal Ruffner donde se organizan actividades vinculadas al estilo de vida ganadero de la localidad;
- la visita a la fábrica de quesos madurados Floralp; al respecto, los quesos frescos son los que sólo han seguido una fermentación láctica y llegan al consumidor inmediatamente después de ser fabricados; tienen un elevado contenido en humedad y una vida comercial más corta; en cambio los quesos madurados son los que pasan por la fermentación láctica más otras transformaciones a fin de conseguir un mayor afinado;
- la visita a la Suiza que es una campiña de gran parecido al país alpino donde se ha constituido una zona apícola;
- la visita a zonas de cultivo del café orgánico donde se muestran a los visitantes todo el procesamiento del café desde su cosecha hasta que estén listos para ser tostados (recolección, selección y secado); esta labor la realizan los comuneros asociados.
- la visita a la Cueva Sia Sia que es una catarata de 4 metros de altura que termina en una poza de 7 metros de diámetro, es decir en una piscina natural;
- una visita al complejo arqueológico San Francisco;
- una visita a una comunidad nativa Yánesha;

Todas las visitas mencionadas se complementan con la observación de aves como loros, garzas, tucanes, halcones, gavilanes, etc.

ruta del café y del polen en Oxapampa

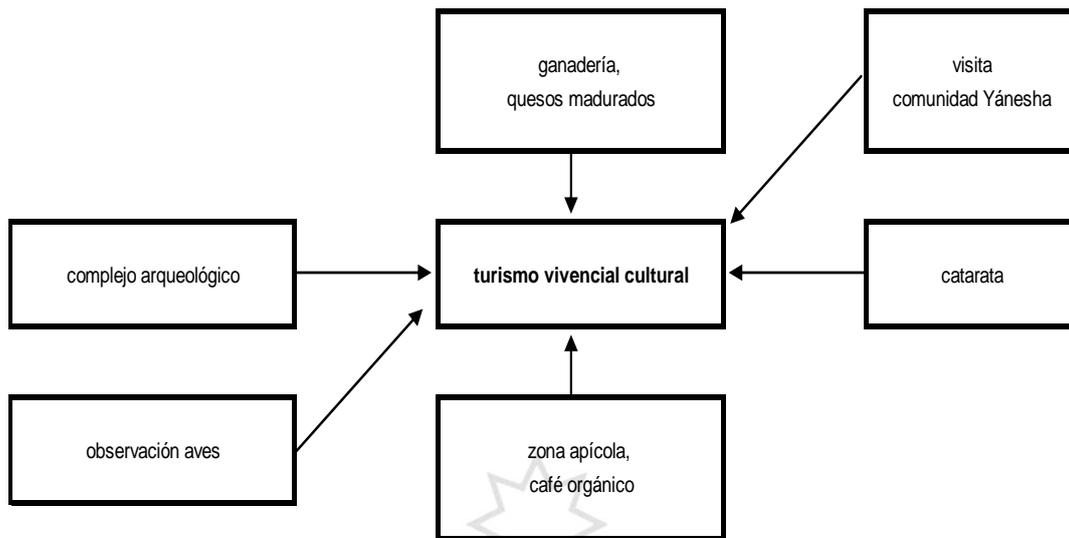


Figura 20. Ruta turística del café y del polen en Oxapampa.
Fuente: Elaboración propia.

4.6.2.3. Café Orgánico y Turismo Vivencial en los Valles de Chanchamayo y Satipo

Los italianos introdujeron el cultivo de café en el valle de Chanchamayo a fines de la revolución industrial (1880); en este valle se ubica la empresa Chanchamayo Highland Coffee que acopia café seleccionado de 1740 agricultores, lo procesa y exporta a Italia, Suiza, Alemania, Dinamarca y Finlandia; se cultiva la variedad arábica típica.

Cuando los productores de café de Chanchamayo se enteraron de que uno de los cafés más caros del mundo, el copiluwak producido en Malasia, era obtenido de los civetas de gran parecido al coatí peruano, decidieron averiguar por qué; después de varias investigaciones se llegó a la conclusión de que el coatí peruano

tiene los mismos atributos en su aparato digestivo que el civeta malayo; los coatíes o mishas como se les llama a estos mamíferos en la selva central ingieren los granos de café cuando les son proporcionados por los cafetaleros y sus organismos se encargan naturalmente de despulparlos y fermentarlos para luego expulsarlos con sus deposiciones; este proceso en el aparato digestivo de los coatíes da como resultado un café gourmet :

- muy suave de granos limpios y claros,
- libre de acidez,
- con aroma a chocolate;

el café que elimina el coatí es luego sometido a un proceso de lavado y posteriormente de tostado a fin de evitar la presencia de microbios.

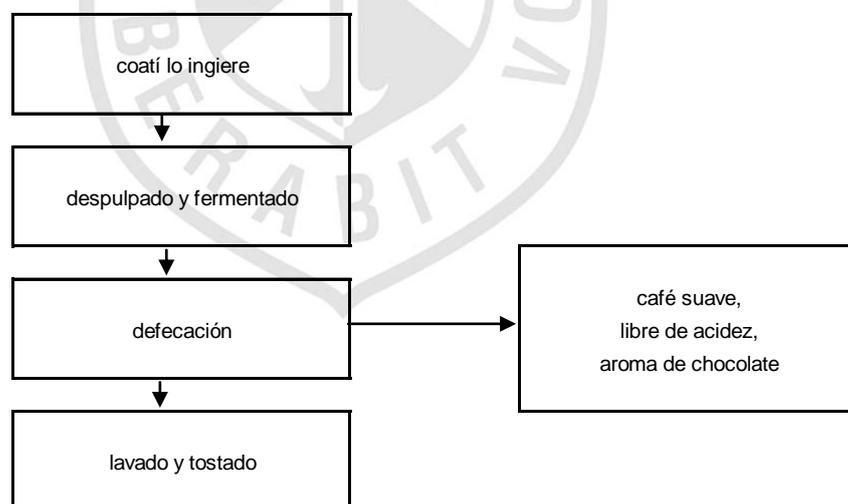


Figura 21 Proceso de producción del café gourmet.
Fuente: Elaboración propia.

El gerente general de la empresa Chanchamayo Highland Coffee sostiene que comenzó con 70 coatíes para producir café gourmet y actualmente, diciembre del 2012, cuentan con 100 ejemplares; son

fácilmente domesticables; los coatíes además de café se alimentan con frutas y huevos y requieren de un cuidado especial porque son muy juguetones y se hacen heridas con facilidad; esta empresa exportó 450 kg de café gourmet durante el 2012 a un precio de US\$ 1400 el kg en los Estados Unidos y de 800 euros en Francia; en nuestro país el kilo se vende a un precio de S/. 750.

Por otra parte, en la provincia de Chanchamayo está el Fundo Brasil, hacienda construida por el italiano Giuseppe Signori en 1877, cuya tradición ha sido mantenida por sus descendientes; en este fundo no sólo se podrán observar las plantaciones de café sino también las de cítricos, plátanos, piñas, yuca y yacón; otra hacienda para visitar es el Fundo Monterrico construido por la familia Tremolada en 1875.

De otro lado, el distrito de San Martín de Pangoa en la provincia de Satipo está en camino de convertirse en el primer productor de café orgánico del país con la variedad caturra; para acceder a las plantaciones de café se tiene que viajar por lo menos 2 horas desde Satipo escalando las montañas hasta por encima de los 1000 metros snm por caminos que requieren una mejora urgente; adicionalmente los agricultores requieren de un mayor nivel de capacitación; para ello el Instituto Regional del Café creado por el Gobierno Regional de Junín en la ciudad de Pichanaki debe ser fortalecido.

Es impresionante el Corredor Turístico Arawak que está compuesto por 3 circuitos preparados por las diferentes etnias que habitan los departamentos de Junín y Pasco:

- el primer circuito lo ofrece la comunidad Asháninka que le permitirá conocer la provincia de Chanchamayo con su capital La Merced; a inicios del 2000 la comunidad Asháninka San Miguel de Marankiari con un territorio de 170 hectáreas ubicada en la parte alta de la ciudad de La Merced estaba incomunicada del mundo exterior en la selva central de nuestro país; los rezagos del terrorismo aún estaban frescos en la memoria de las poblaciones de San Ramón, La Merced y Pichanaki; por lo tanto considerar la promoción del turismo hacia la comunidad de San Miguel de Marankiari no era una prioridad; fue el 2000 que llegó a dicha comunidad el sociólogo noruego Ule Steiner quién se quedó 3 meses en la comunidad para estudiar el mundo Asháninka; así, este sociólogo se convirtió en el primer turista que tuvieron los Asháninkas y que se ha convertido en un servicio turístico cultural comunitario que brindan a sus visitantes estadounidenses y europeos; ahora tienen su propia empresa denominada Ecomundo Asháninka que cuenta:

- con convenios firmados con diferentes agencias de viajes internacionales tales como Coex Amazon de Noruega y Respons de Holanda,
- con una oficina en La Merced y otra en Lima,
- con una página web en español, inglés y francés;

el 2010 esta comunidad recibió a 100 turistas que se quedaron a vivir con ellos entre 3 días y varios meses en cabañas con vista a la

ciudad de La Merced con capacidad para 6 personas cómodamente instaladas; un paquete de 3 días cuesta S/. 900; los comuneros se están capacitando con sus propios ingresos en:

- contabilidad,
- turismo,
- administración turística,
- inglés y francés;

sin ningún apoyo del Estado sino de algunos amigos extranjeros;

- la segunda ruta lo gestiona la etnia Yanasha que lo conducirá por lo mejor de la provincia de Oxapampa con su capital Oxapampa;
- la tercera ruta lo ejecuta la comunidad Nomatsiguenga que les mostrarán las bondades de la provincia de Satipo con su capital Satipo.

Estas etnias le harán conocer:

- sus costumbres,
- su mundo místico,
- sus artesanías,
- sus danzas (del paujil, del lagarto),
- su gastronomía,
- su agricultura,
- su navegación y pesca;

asimismo, los guiarán en caminatas por los bosques para observar su hermosura, su biodiversidad así como para hacer cacería; una caminata de 14 días sale de La Merced, cruza la provincia de Satipo y llega hasta la selva de la provincia de Quillabamba en el departamento del Cusco.

Cabe precisar que una etnia es una población humana en la cual los miembros se identifican entre ellos, normalmente en base a una real o presunta genealogía y ascendencia común, o a otros lazos históricos; asimismo, las etnias están también unidas por unas prácticas culturales, de comportamiento, lingüísticas, o religiosas comunes; estas comunidades comúnmente reclaman para sí una estructura social, política y un territorio; aunque el término etnia se usa a veces erróneamente como un eufemismo para raza o como un sinónimo para grupo minoritario, la diferencia entre estos términos radica en que mientras el término etnia comprende los factores culturales (nacionalidad, afiliación tribal, religiosa, fe, lenguaje, o tradiciones) y biológicos de un grupo humano, la raza específicamente alude a los factores morfológicos distintivos de esos grupos humanos (color de piel, contextura corporal, estatura, rasgos faciales, etc.) desarrollados en su proceso de adaptación a determinado espacio geográfico y ecosistema (clima, altitud, flora, fauna, etc.) a lo largo de varias generaciones.

Desarrollo de Productos



Figura 22. Ruta de producción de los principales productos Agrícolas nacional en la que figura el café.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión

Durante el desarrollo de la presente tesis se inició investigando los cambios de la demanda mundial de alimentos durante el período 2005-2012, estableciendo que tuvo un crecimiento acelerado, que en términos de venta, corresponde a una tasa de crecimiento promedio anual del 9.90%. Y en la que los países desarrollados que tienen mayor demanda de productos orgánicos cuentan con una estructura poblacional en cuya faja etárea la población en proceso de envejecimiento representa un elevado porcentaje como por ejemplo, Japón con un 22,9%, Alemania con 20,6%, Italia, 20,3%, España 17.1%, Francia 16,8%, El Reino Unido, 16.5%; con la sola excepción de los EUA que tienen una alta tasa de escolaridad de conocimiento orgánico junto a los demás países desarrollados. Esta población de consumidores orgánicos principalmente geronte y demás consumidores –ego trip- y - ecológico trip- demandan, cada vez más productos saludables, orgánicos y nutraceuticos, en búsqueda de prevención y preservación de una vida saludable.

Frente a la creciente demanda de alimentos orgánicos de estos países, el Perú incrementó sus exportaciones de café orgánico con una tasa de crecimiento promedio anual del 23,2% durante el periodo 2005-2012; sin embargo, durante el sub período 2007-2011, alcanzó una tasa elevada de crecimiento promedio anual del 28.2%, pero cayó abruptamente el 2012 al 46,6%; por la infestación de los cafetos por la *Hemileia Vastatrix*, (Roya amarilla) entre otros factores.

Es así, que las agroexportaciones orgánicas elevan su participación dentro del total de las agroexportaciones desde el 3.5% el 2005 hasta el 7.4% el 2011; sin embargo, el 2012 esta participación cae hasta el 6.1% debido a las menores exportaciones de café orgánico, el principal producto orgánico exportado por nuestro país.

Finalmente, se estimó la evolución del poder adquisitivo de los agricultores cafetaleros que gozaron por varios años de excelentes precios para el café; sin embargo, se considera imprescindible diversificar la fuente de ingresos de los cafetaleros, para afrontar los años de precios bajos para el café, mediante su incursión en el negocio del turismo cultural vivencial tal como ya está ocurriendo con las Rutas de turismo del café existentes: la Merced-Chanchamayo; Villa Rica-Oxapampa-Pasco y la nueva ruta del café: turismo vivencial cafetalero en el nororiente Peruano- Jaén y San Ignacio; no obstante generar ingresos por concepto de turismo ecológico cultural; aunque todavía presenta carencias ostensibles como en la estructura de una red vial

inadecuadas y falta de inversión; es por esta razón que se considera necesario una política pública intensiva en la construcción de una red vial que comunique a las principales zonas cafetaleras del país con las poblaciones urbanas costeñas que son las más propensas al turismo cultural vivencial; esta misma red vial podría captar turistas extranjeros que actualmente tienen grandes dificultades para conocer las rutas de turismo del café y de los cafés orgánicos especiales, considerados los más finos y mejores del mundo.

5.2 Conclusiones

De la investigación se puede llegar a las conclusiones siguientes:

- 1) El mercado mundial de productos orgánicos durante el período 2005-2012 ha procesado cambios significativos en la demanda global de alimentos, que en términos de venta, equivale una tasa de crecimiento promedio anual del 9.90%; pasando de US\$ 33,000 mil millones en el año 2005 a US\$ 64,000 mil millones durante el año 2012. En este proceso la participación distribuida de los alimentos orgánicos es relevante toda vez que el 2010 sumaba US\$ 59 323 millones, siendo los Estados Unidos el principal mercado con una participación del 44.9%, seguido de Alemania con una porción del mercado mundial del 13.4% y de Francia con una participación del 7.6%; de otro lado, 9 de los 10 países mayores consumidores de alimentos orgánicos cuentan con una población envejecida con la sola excepción de los Estados Unidos.

En respuesta a la demanda mundial de alimentos orgánicos, el Perú desarrolló la producción del café orgánico, exportando el año 2005 US\$ 23,49 millones y

en el 2012 US\$ 101, 21 millones, equivalente a una tasa de crecimiento promedio anual de 23,2 %, cuyo pico mayor llegó a 189,44 millones en el 2011 y una participación del 58%, seguido del banano con un valor de US\$ 70.9 millones y una participación del 21.8% y del cacao con el 11.3%; estos 3 productos suman el 91.1% del total de las exportaciones de alimentos orgánicos del país el 2011; empero, el 2012 el café orgánico pierde participación porque solamente se exportó por un valor de US\$ 101.2 millones, debido a la infestación de la roya amarilla entre otros factores.

- 2) En el período 2005-2012 las exportaciones agrícolas orgánicas incrementaron su participación en las agroexportaciones totales del país, desde el 3.5% el 2005 hasta el 7.4% el 2011; produciéndose una caída del 6.1% en el 2012, debido a las menores exportaciones de café orgánico, el principal producto orgánico exportado por nuestro país; de otro lado, las exportaciones de café orgánico reducen su participación dentro del total de las exportaciones de café desde el 16.4% el 2007 hasta el 10% el 2012; sin embargo, debe precisarse que las exportaciones de café orgánico crecieron a una tasa promedio anual del 28.2% que es una tasa bastante adecuada durante el período 2007-2011, pero sufrieron una aparatosa caída del 46.6% el 2012; en el mismo período 2007-2011 las exportaciones de café crecieron a una tasa del 38.7%, pero también sufrieron una fuerte caída del 36.2% el 2012; debido a la infestación de los cafetos por la *Hemileia Vastatrix*, (Roya) entre otros factores del agroecosistema.

Las exportaciones de café representaron el bienio 2011-2012 entre $\frac{1}{3}$ y $\frac{1}{4}$ del total de las agroexportaciones del país; asimismo, su participación dentro del

total de las exportaciones fueron del 3.4% el 2011 y del 2.2% el 2012. El precio FOB del café orgánico fue entre el 9.7% y 27.4% superior al del café durante el período 2005-2012.

Teniendo en cuenta que la producción nacional de café fue de 191.7 mil TM en el 2000, en dicho año la producción nacional de café orgánico de 3.6 mil TM solamente representaba el 1.9% del total de café producido en el país; de otro lado, la producción nacional de café orgánico en el 2012 de 55.2 mil TM representaba alrededor del 17.6% del total de la producción nacional de café de dicho año (314.5 miles TM).

- 3) El Perú exporta café a 45 destinos, de los cuales 9 de los 10 países desarrollados son los mayores consumidores de alimentos orgánicos, los cuales cuentan con una tasa mayor de escolaridad de conocimientos orgánicos y una mayor población envejecida que los países emergentes, con la excepción de los EUA.

La creciente población geronte y demás consumidores orgánicos –ego trip- y - ecológico trip- demandarán cada vez más productos de calidad, saludables, orgánicos y nutracéuticos, en concordancia con la prevención y el mantenimiento de la vida saludable que cada vez será más frágil en la última faja etárea.

La calidad de los cafés especiales que se producen en las regiones de Puno y Cajamarca quedó demostrada en el concurso mundial organizado por

Rainforest Alliance Cupping for Quality en el cual figuraron entre los 10 primeros lugares en enero del 2013.

Los países que pagan los precios más elevados por nuestro café con 'sello comercio justo' (Reino Unido, Suecia, Japón, Canadá) también son los países que más importan nuestro café orgánico y que cuentan con una elevada población geronte.

- 4) Durante el período 2003-2011 los cafetaleros tuvieron excelentes precios en chacra en términos reales, es decir aún descontando la inflación; así, en la región Cajamarca estos precios reales se elevaron en dicho período a una tasa promedio anual del 19.8%, en la región Junín a una tasa del 18.7% y en la región San Martín a una tasa del 18.4%; no cabe duda que estos excelentes precios del café así como la mayor organización de los cafetaleros (asociatividad, conformación de cooperativas cafetaleras, entre otros) ha hecho posible que el precio real en chacra se traduzca en un mejor nivel de vida en el área rural del país; sin embargo, estos períodos de buenos precios también deben ser aprovechados en el mejoramiento de la fertilización de los cafetos, en mejorar las labores culturales y las prácticas de riego, entre otros; que ayuden a prevenir las plagas y las enfermedades como el de la roya; así como en la extensión y búsqueda de negocios complementarios como el del turismo vivencial sustentado en las rutas del café.

La producción nacional del café se ha tornado importante para el desarrollo nacional regional del país convirtiéndose en un generador de ingresos por concepto de turismo ecológico cultural a través de la promoción y conservación de su origen histórico, creando las rutas turísticas del café que

muestra la evolución histórica del café más fino del mundo como la ruta del café La Merced-Chanchamayo y otras rutas del café Villa Rica- Oxapampa-Pasco; y un potencial generador de ingresos la nueva ruta del café: turismo vivencial cafetalero en el nororiente Peruano- Jaén y San Ignacio.

5.3 Recomendaciones

Como resultado a las conclusiones anteriores, se plantea la siguiente recomendación:

- 1) Tanto el Reino Unido como los Estados Unidos son los países que pagan los precios más elevados por el café peruano (US\$ 4.29 por kg., seguido de Suecia (US\$ 4.20 por kg.) y Japón (US\$ 4.16 por kg.); al margen de la búsqueda de nuevos mercados para nuestro café, se debería privilegiar nuestras exportaciones a los 4 países arriba mencionados porque son los que pagan los mejores precios.
- 2) Mejoramiento de la asesoría técnica de parte del Ministerio de Agricultura y Riego a los agricultores cafetaleros a fin de elevar la productividad del café por hectárea y mejorar su originalidad y competitividad internacional. Así como fortalecer las acciones del SENASA para apoyar a los caficultores en su lucha contra la roya amarilla y la renovación nacional de cafetales.

Además fortalecer los tratados de libre comercio (TLCs) vigentes así como intensificar la búsqueda de nuevos socios comerciales para la firma

de nuevos tratados de libre comercio que incrementen nuestras exportaciones y del café orgánico en particular.

- 3) Promover y apoyar la participación de los caficultores peruanos en los concursos internacionales y nacionales sobre cafés especiales y orgánicos con la finalidad de motivarlos e incentivarlos para fortalecer su originalidad y su capacidad de innovación.
- 4) Fortalecer la cultura del ahorro entre los agricultores cafetaleros con la finalidad no solamente de ahorrar para afrontar los años de precios bajos del café, sino también para invertir en infraestructura turística con la finalidad de diversificar sus ingresos incursionando en el negocio turístico vivencial.

Así como integrar las rutas turísticas del café en el sistema turístico nacional y mejorar sustancialmente la red vial hacia las regiones de Cajamarca y San Martín con la finalidad de promover el turismo vivencial.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias Bibliográficas

- Alvarado, Fernando (2004). “Balance de la Agricultura Ecológica en el Perú 1980- 2003”. Perú: El Problema Agrario en Debate – SEPIA X.
- Asociación peruana de cafés especiales. (2004). *In Peru... our gold grows on trees*. Lima: Apecafé.
- Castañeda, Enrique. (2004). *El ABC del café: cultivando calidad*. Lima: Tecnatrop.
- Castañeda, Enrique. (2004). *Bases potenciales: de la chacra cafetalera diversificada y amigable con el medio ambiente*. Lima: Tecnatrop.
- Ekelund, Robert B. y Hébert, Robert F. (2011). “Historia de la Teoría Económica y su Método”. Editorial: MacGraw – Hill S.A., Madrid España.
- Ghezzi, P. y Gallardo, J. (2013). “Que se puede hacer con el Perú: Ideas para sostener el crecimiento económico en el largo plazo” Lima, Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gómez Flores, L. (2012), “Análisis sobre la Inversión Pública en Infraestructura y su Impacto en el Crecimiento Económico en el Perú 2000-2011”. Tesis Grado de Maestro en Economía en la Universidad Nacional de Piura.

- Krugman, Paul R.; Obstfeld, Maurice (2012) “Economía Internacional. Teoría y Política”, Novena Edición, **Editorial** Addison-Wesley. EE.UU.
- Marco Loayza O. (2006) “*Planeamiento Estratégico para el Sub Sector Cafetalero del Perú: Periodo 2006 Al 2011*” Tesis Grado de Magíster en Administración Estratégica de Negocios, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Marrero Saucedo, F. (2010). “*Características, Limitaciones y Posibilidades de Desarrollo de la Producción y Comercialización de Productos Orgánicos en el Perú*”, Tesis Grado Académico de Magister Scientiae en Agronegocios en la Universidad Nacional Agraria La Molina.
- Romero, H. (1991).”*Conciencia Turística*”. 2ra Edición. Editorial Panapo. Caracas – Venezuela.
- Tudela Mamani, J. (2006). Determinantes de la Producción Orgánica: Caso del Café Orgánico en los Valles de San Juan del Oro – Puno. Consorcio de Investigación Económica y Social, Lima.
- Valdés, H. Amador, M. (2004).”*Tendencias del Mercado Orgánico Mundial, con Énfasis en Café Orgánico*”. CEDECO – Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense.
- Vergara Cobián, S. (2012), “*Reporte de Inteligencia de mercados: Café Peruano: Aroma y sabor para nosotros y el mundo*”, Red Libre. Lima.

- Salvatore, Dominick. (2005). "Economía Internacional". Octava Edición: Editorial Limusa, México D.F.

Referencias Electrónicas

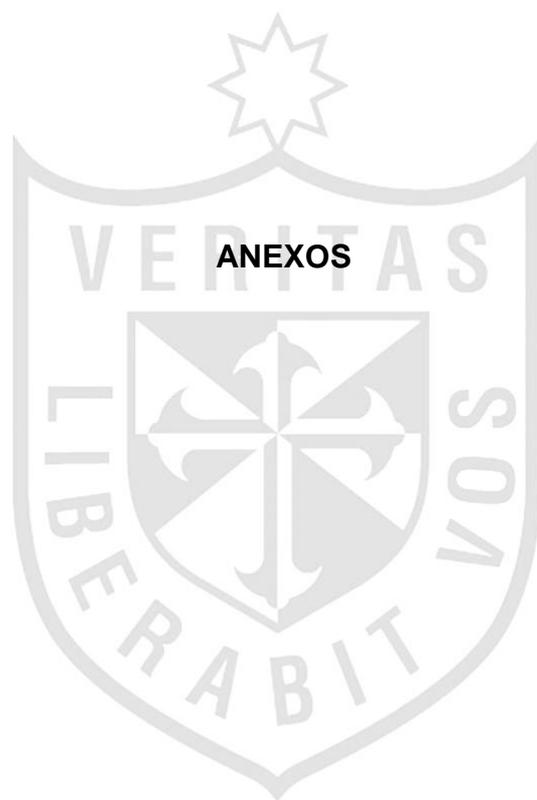
- Amador M. y Hugo Valdés (2006) "Tendencias del Mercado Orgánico con énfasis al Café Orgánico" en Organic S. A. México. Extraído el 24 de Enero 2014 desde <http://www.catie.ac.cr/econegociosagricolas/bancomedios/documentos%20pdf/tendencias%20globales%20%20caf%C3%A9%20org%C3%A1nico.pdf>.
- APS (2011) "The American Phytopathological Society. Coffee rust (Hemileia vastatrix). Extraído el 25 de enero de 2013 en <http://www.apsnet.org/edcenter/intropp/lessons/fungi/basidiomycetes/pages/coffeerust.aspx>
- CABI (2013) Crop Protection Compendium. CAB International, Wallingford, UK, 2013. Extraído el 17 de enero 2013 en <http://www.cabi.org/compendia/cpc/>
- Cámara peruana del café, Estadísticas. Extraído el 05 de enero 2014 desde [http://www.camcafeperu.com.pe/cpc_index.htm].
- Comercio Justo (2008) Preguntas frecuentes de comercio justo en Comercio Justo A. C., México. Extraído el 10 de enero 2014 desde

<http://www.comerciojusto.com.mx/index.php/preguntas-frecuentes-topmenu-96>

- Fairtrade labelling organizations international, Criterio genérico de Comercio Justo para pequeños agricultores de café. Extraído el 20 de diciembre 2013 desde <http://www.fairtrade.net/pdf/sp/spanish/Cafe%20SP%20Jun.04%20.pdf>.
- Huamán Valer, I. (2011) “Oportunidades de Negocio en el Mercado Chino: Café Orgánico”. Cuadernos de Investigación EPG. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Extraído el 10 de diciembre 2013 desde <http://revistas.upc.edu.pe/index.php/sinergia/article/viewFile/46/14>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. 1994. *III Censo Nacional Agropecuario*. Extraído el 15 de diciembre 2013 desde <http://www.inei.gov.pe/BancoCuadros/bancua06a.asp?PARAMETRO=03000000Nivel:Nacional>].
- Junta Nacional del Café. Perú en Cifras. Extraído el 5 de enero 2013 desde <http://juntadelcafe.org.pe/publicaciones/perucafe-en-cifras-reporte-quincenal->.
- Galindo Mauricio. Venta de café orgánico crece en el mundo. Extraído el 03 de enero 2014 desde <http://www.laprensagrafica.com/venta-de-cafe-organico-crece-en-el-mundo?feed=Portada>

- Kaffee, Neumann - (Reuters) San Paulo, “Países exportan y consumen más café”. Extraído el 30 de diciembre de 2013 desde <http://www.cnnexpansion.com/economia/2010/06/25/cafe-aumento-consumo-paises-emergentes>.
- Ministerio de Agricultura, Perú. *Portal agrario: cadena productiva del café*. Extraído el 27 de diciembre 2013 desde [www.portalagrario.gob.pe/dgpa_cad.htm].
- Ministerio de Agricultura, Perú. *Café: producción*. Extraído el 29 de diciembre de 2013 desde [http://www.portalagrario.go.pe/cgi-bin/op_comercial.cgi] (17-6-2004).
- Organización Mundial de la Salud (2007) “Codex Alimentarius: Alimentos producidos orgánicamente”. Extraído el 30 de noviembre 2013 desde <http://www.fao.org/docrep/010/a1385s/a1385s00.htm>.
- Perú. *Café peruano obtiene medalla de oro en concurso mundial realizado en París*. Nota de Prensa 302-04. Lima. Extraído el 15 de diciembre 2013 desde <http://www.rree.gob.pe/portal/boletinInf.nsf/d900ab5823c15b6105256bf40082b79b/70d1c791e3addc2505256eb6007bd6eb?OpenDocument>.
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, Perú. *Portal de aduanas: Exportaciones de café del 2002 al 2012*. Extraído el 15 de enero 2014 desde www.sunat.gob.pe.

- Ugás Roberto. Somos el séptimo país productor de alimentos orgánicos. Extraído el 14 de diciembre 2013 desde <http://consumidorverde.com/2009/10/20/somos-el-septimo-pais-productor-de-alimentos-organicos/>
- Organización Internacional del Café (OIC). “Statistic: Coffee Prices“. Extraído: el 15 de Enero de 2014, desde <http://www.ico.org>.
- La Razón. “El Café Orgánico Se Abre Paso Con Sello Del Comercio Justo“, Extraído 5 de enero 2013 desde <http://www.boliviahoy.com/article.php?storyid=7275>.
- Willer, Helga y Mono u Yussefi, Okologische Agrarkultur Weltweit, Stiftung ökologie & Landbau, International Federation of Organic Agriculture Movements (I FOAM) y Bio-Fach, Bad Dürkheim, Alemania. pp. 28 y 29 Extraído el 20 de diciembre 2013 desde http://www.soel.de/inhalte/publikationen/s_74_ges.pdf.



Anexo 1 : Matriz de Consistencia

CAMBIOS EN LA DEMANDA MUNDIAL DE ALIMENTOS Y LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO (2005-2012)

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	
			VARIABLES	INDICADORES
<p>Problema General</p> <p>¿En qué medida se relacionan los cambios en la demanda mundial de alimentos orgánicos con las exportaciones peruanas del café orgánico?.</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar en qué medida se relacionan los cambios en la demanda mundial de alimentos orgánicos con las exportaciones de café orgánico.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Si los cambios en la demanda mundial de alimentos orgánicos se incrementan, entonces inciden en la exportación de café orgánico del Perú.</p>	<p>VI: Cambios en la demanda mundial de alimentos orgánicos</p> <p>VD: Incremento de la exportación de café orgánico del Perú.</p>	<p>X1: Estructura poblacional de los países desarrollados (EEUU, Alemania)</p> <p>Y1: Exportación de café orgánico en TM y en millones de US\$.</p> <p>Y2. Producción de café orgánico en TM</p> <p>Y3: Superficie cultivada de café orgánico en Ha.</p>
<p>Primer Problema Específico</p> <p>a) ¿En qué medida la evolución de las exportaciones del café orgánico participan en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>a) Analizar la evolución de las exportaciones del café orgánico y su participación en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país.</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>Hi1: Si la evolución de las exportaciones del café orgánico se incrementa, entonces inciden en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país.</p>	<p>VI: Evolución de las exportaciones del café orgánico</p> <p>VD: Incremento en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país.</p> <p>VI: Evolución de las exportaciones del café orgánico</p> <p>VD: Incremento en las agroexportaciones y en las exportaciones totales del país.</p>	<p>X1: Exportaciones de café orgánico en TM y en millones de US\$</p> <p>Y1: Participación de las exportaciones de café orgánico en las agroexportaciones</p> <p>Y2: Participación de las exportaciones de café orgánico en las exportaciones totales</p> <p>X1: Exportaciones de café orgánico en TM y en millones de US\$</p> <p>Y1: Participación de las exportaciones de café orgánico en las agroexportaciones</p> <p>Y2: Participación de las exportaciones de café orgánico en las exportaciones totales</p>

<p>b) ¿Cómo inciden las tendencias en la estructura poblacional de los principales países desarrollados en favor de las personas de la tercera edad sobre la demanda del café orgánico?</p>	<p>b) Determinar como inciden las tendencias en la estructura poblacional de los principales países desarrollados a favor de las personas de la tercera edad sobre la demanda del café orgánico.</p>	<p>Hi2: Si la tendencia en la estructura poblacional de los principales países desarrollados a favor de las personas de la tercera edad es creciente, entonces inciden en la mayor demanda del café orgánico.</p>	<p>VI: Tendencia de la estructura poblacional en los países desarrollados. VD: Incremento de la demanda mundial de café orgánico</p>	<p>X1: Estructura poblacional de los países desarrollados (EEUU, Alemania). Y1: Exportaciones peruanas del café orgánico en TM y en millones de US\$.</p>
<p>c) ¿En qué medida las principales rutas del café orgánico pueden convertirse en un potencial generador de ingresos por concepto de turismo ecológico?</p>	<p>c) Identificar las principales rutas del café orgánico y su potencial generador de ingresos por concepto de turismo ecológico.</p>	<p>Hi3: Si las principales rutas del café orgánico cuentan con una adecuada infraestructura económica, entonces puede convertirse en un potencial generador de ingresos por concepto de turismo ecológico.</p>	<p>VI: Principales rutas del café orgánico. VD: Potencial generador de ingresos por turismo Ecológico. VI: Principales rutas del café orgánico. VD: Potencial generador de ingresos por turismo Ecológico.</p>	<p>X1: Circuitos turístico del café orgánico. X2: Infraestructura económica Y1: Ingresos por demanda turística X1: Circuitos turístico del café orgánico. X2: Infraestructura económica Y1: Ingresos por demanda turística</p>