

**Cambios en la demanda y en las
importaciones de café según su origen en
EE.UU.**

Pablo Daniel Regalado Ojeda

Zamorano, Honduras

Noviembre, 2012

ZAMORANO
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE AGRONEGOCIOS

Cambios en la demanda y en las importaciones de café según su origen en EE.UU.

Proyecto especial de graduación presentado como requisito parcial para optar
al título de Ingeniero en Administración de Agronegocios en el
Grado Académico de Licenciatura

Presentado por:

Pablo Daniel Regalado Ojeda

Zamorano, Honduras

Noviembre, 2012

RESUMEN

Regalado Ojeda, P.D. 2012. Cambios en la demanda y en las importaciones de café según su origen en EE.UU. Proyecto especial de graduación del programa de Ingeniería en Administración de Agronegocios, Escuela Agrícola Panamericana, El Zamorano. Honduras. 25 p.

El precio del café ha aumentado en los últimos años, así como también han aumentado las exportaciones de los países productores de café y el aumento de consumo de café en EE.UU. El proyecto se realizó en la Universidad Texas Tech, utilizando dos bases de datos para determinar los cambios en la demanda de café en EE.UU., las preferencias de los consumidores y las oportunidades de negocio para países latinoamericanos. Las importaciones de café en EE.UU. aumentaron 17% en el periodo comprendido entre 1990-2011, y el precio se triplicó en el mismo periodo. El cambio en las preferencias de los consumidores genera la oportunidad a los países exportadores de café para incrementar sus exportaciones de café verde. La investigación mostró que los países de Latinoamérica han aumentado sus exportaciones de café hacia EE.UU. adoptando diferentes estrategias de producción. Al mercado norteamericano ingresan cinco tipos de cafés, siendo el de mayor demanda; el café verde. El café está en una pequeña transición de commodity a ser un producto especializado debido al aumento en la brecha del precio y a que los países se preocupan más por diferenciar este producto. Los precios del café por determinados orígenes son diferentes y el consumidor está dispuesto a pagar más por un tipo específico de café. Los cafés de origen pueden ser de gran importancia para los pequeños agricultores de países latinoamericanos, ya que pueden incrementar sus ingresos, mejorando sus niveles de calidad de vida.

Palabras clave: Commodity, especiales, exportaciones, procesado.

CONTENIDO

Portadilla.....	i
Página de firmas.....	
Error! Bookmark not defined.	
Resumen	iii
Contenido.....	iv
Índice de cuadros, figuras y anexos.....	v
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. MATERIALES Y MÉTODOS.....	3
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	4
4. CONCLUSIONES	16
5. RECOMENDACIONES	17
6. LITERATURA CITADA	18
7. ANEXOS.....	19

ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS Y ANEXOS

Cuadros		Página
1.	Precios y cantidades semanales de los cafés especiales.....	13
Figuras		Página
1.	Total de importaciones de café de EE.UU. en kg.....	4
2.	Cambio en el precio del café importado por EE.UU.	5
3.	Total de importaciones de café de EE.UU. por país.....	5
4.	Cambio en el precio del café importado por país.	6
5.	Importaciones de los diferentes tipos de café en kg.	6
6.	Cambio en el precio de los diferentes tipos de café.	7
7.	Importaciones de café procesado y sin procesar.	8
8.	Cambio en el precio de los cafés procesados y sin procesar.....	8
9.	Importaciones de café procesado, separado por países.....	9
10.	Cambio en el precio del café sin procesar, separado por países.....	9
11.	Importaciones del café sin procesar, RDM.	10
12.	Cambio en el precio del café sin procesar, RDM.	11
13.	Importaciones de café procesado, separado por países.....	11
14.	Cambio en el precio del café procesado, separado por países.	12
15.	Importaciones de café instantáneo sin sabor, separado por países.	12
16.	Cambio en el precio del café instantáneo sin sabor, separado por países.....	13
17.	Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de África.	14
18.	Total de importaciones de café de EE.UU. por región, año 2011	15
Anexos		Página
1.	Precio mensual promedio por kg de café de Colombia.	19
2.	Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de Colombia.....	19
3.	Precio mensual promedio por kg de café de Costa Rica.....	20
4.	Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de Costa Rica.	20

5.	Precio mensual promedio por kg de café de Hawái.	20
6.	Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de Hawái.....	21
7.	Precio mensual promedio por kg de café de RDA.	21
8.	Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de RDA.....	21
9.	Precio mensual promedio por kg de café de África.....	22
10.	Precio mensual promedio por kg de café de Asia.	22
11.	Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de Asia.....	22
12.	Precio mensual promedio por kg de café de OTO.....	23
13.	Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de OTO.....	23
14.	Cambios en el porcentaje de valor del total de importaciones de café, separado por países.....	23
15.	Cambios en el porcentaje de valor del total de importaciones de café, separado por tipos de café.....	24
16.	Cambios en el porcentaje de valor del café no procesado, separado por países. ...	24
17.	Cambios en el porcentaje de valor del café procesado, separado por países.	24
18.	Cambios en el porcentaje de valor del café instantáneo sin sabor, separado por países.....	25

1. INTRODUCCIÓN

El Departamento de Economía Agrícola Aplicada de la universidad Texas Tech en 2012 trabajó en un proyecto para determinar los cambios recientes en la demanda de café en Estados Unidos, y al mismo tiempo determinar cómo han cambiado las preferencias de los consumidores en los últimos años, bajo la supervisión de los profesores de la universidad, Dr. Jaime Málaga y del Dr. Pablo Martínez. Para realizar la investigación se tuvo acceso a las bases de datos e información generada por la universidad.

Se conoce que el precio del café ha aumentado en los últimos años, así como el aumento de las exportaciones de los países productores de café y el aumento del consumo de café en EE.UU. La presente investigación resultó importante al Departamento de Economía Agrícola Aplicada de la universidad, ya que no se había desarrollado antes un trabajo parecido en café y al interés de presentar el trabajo en un congreso a desarrollarse en Puerto Rico en el año 2012.

El cultivo de café es uno de los productos agrícolas de mayor importancia económica y social para Latinoamérica ya que genera grandes cantidades de divisas y es fuente de trabajo para millones de personas. Según datos de la FAO (2010), la producción mundial para el año 2010 fue de siete millones de toneladas. América Latina y El Caribe es la zona de mayor producción mundial alcanzando en el 2010 una producción de cuatro millones de toneladas. Las proyecciones indican que el consumo mundial de café aumentó anualmente en 0.4 %, de 6.7 millones de toneladas en 1998-2000 a 6.9 millones de toneladas en 2010. Así también, en 2010 las exportaciones mundiales netas de café alcanzaron los 5.5 millones de toneladas. América Latina y el Caribe, con una exportación de 2.9 millones de toneladas, seguiría siendo la principal región exportadora.

La industria de cafés especiales nació en Norte América, como reacción a la disminución de la calidad del café ofrecido por los tostadores comerciales, durante los 80's y 90's. El café especial se enfoca en percepciones de alta calidad y originalidad, y se define por algunos agentes de la industria como “buena preparación de un único origen y sabor distintivo” (Ponte, 2003). Para la Asociación de Cafés Especiales de América (2009), (SCAA por sus siglas en inglés) el café especial “es aquel que crece en las condiciones ambientales más idóneas del mundo y es preparado de acuerdo a los estándares más estrictos de calidad.”

Peláez *et al.* (2008) dicen que “el café especial es aquel café que tiene una taza limpia, una acidez media a alta, un cuerpo medio alto y algo que lo diferencie de los demás.” Ese “algo que lo diferencie de los demás” puede estar en: su sabor y aroma, su historia, su origen, su elaboración, su manejo ambiental o su manejo humano.

Para Ponte (2003) los cafés de origen único, son elementos fundamentales para la industria de los cafés especiales, ya sea que provengan de una gran región o de una sencilla finca. La denominación de origen se refiere a la especificación de una región geográfica conocida por ofrecer un producto, cuyas características y calidad se deben, esencialmente al ambiente dentro de la región. Las principales metas del sistema de denominación son: (1) facilitar la aplicación de los derechos de propiedad intelectual, relacionados con las indicaciones geográficas de origen y veracidad del etiquetado; (2) promover el reconocimiento regional o específico de un país; (3) crear en el consumidor confianza y lealtad; y (4) mantener y mejorar la calidad.

Los cafés especiales son el segmento del mercado de café que está creciendo más rápido en los Estados Unidos. El consumo diario de cafés especiales en la población adulta aumentó de 9% en el 2000 al 17% en el 2008 y en este mismo año los cafés especiales representaron más de 13,7 mil millones de dólares en ventas, un tercio (34%) de la industria nacional de café de 40 mil millones dólares (GMCEU, 2010).

Con este contexto se definieron los objetivos que este estudio comprende y se resumen en los siguientes:

- Determinar el comportamiento de las importaciones y el precio del café en EE.UU. en los últimos 21 años.
- Determinar qué países han aumentado sus exportaciones hacia EE.UU. y qué países han disminuido sus exportaciones.
- Identificar que estrategias adoptan los países exportadores de café.
- Identificar que tipos de café entran al mercado Norteamericano y como estos han cambiado con el paso de los años en cuanto a cantidad y precio.
- Determinar si el café pasó de ser un commodity a ser un producto especializado.
- Identificar oportunidades de negocio para los países productores de café.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales. El trabajo se enfocó en cafés especiales diferenciados por el origen en los últimos 21 años, con la ayuda de dos bases de datos, la United States International Trade Commission (USITC), para determinar de qué países provienen los diferentes tipos de cafés (procesados, no procesados y café instantáneo sin sabor); que países exportan mas a EE.UU., el crecimiento de estos países con su respectiva participación de mercado y los precios de cada tipo de café dependiendo del origen, y así comprobar si el consumidor norteamericano se ve influenciado por el origen cuando compra el café. Y la otra base de datos es de supermercados en EE.UU. a nivel de consumidor final para el periodo comprendido entre 2001 a 2006.

Métodos. Los datos obtenidos de las bases de datos venían codificados por lo que se los estandarizó; para la base de datos de USITC se trabajó con abreviaturas para los diferentes grupos de café utilizados: el café no procesado que es el café sin tostar y sin descafeinar (STSD); los cafés procesados que son, el café sin tostar y descafeinado (STD), el café tostado y sin descafeinar (TSD), y el café tostado y descafeinado (TD); en el último grupo están los cafés instantáneos sin sabor.

En lo que se refiere a la base de datos de supermercados se utilizó la de las principales ciudades de EE.UU. (Nueva York, Chicago, Los Ángeles, San Francisco y Seattle), todo esto a nivel de consumidor final para el periodo de 2001 a 2006. Únicamente se obtuvieron para estos años debido al gran costo que implica comprar una base de datos y no se tenían los datos del año 2006 en adelante. Aparte se agrupó a los países en 7 grandes grupos que son: Colombia (CL); Costa Rica (CR); Hawái (HW), dentro de Hawái están Kona, Kona Blends y otras islas; Resto de América (RDA), que esta Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Brasil, Jamaica (Blue Mountain), Puerto Rico y República Dominicana; África (AF), que lo conforma Kenia, Etiopia, Tanzania y Zimbabue; Asia (AS), que la mayoría es de Sumatra y también Papúa Nueva Guinea; y finalmente está el grupo denominado otros orígenes (OTO), que son principalmente de Italia y de los países Escandinavos. Luego de clasificarlos en grupos, se analizó la base de datos con respecto a los precios y a la cantidad vendida mensualmente de estos cafés separados por su origen.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Según la Guía del Mercado de Café de los EE.UU. (GMCEU, 2010), el notable y rápido crecimiento del consumo de cafés especiales en los Estados Unidos durante la última década, se debe a la rápida expansión de las cadenas de café y a una conciencia mayor por parte de los consumidores, estos han sido los principales factores de dicho crecimiento. Cada día, los consumidores se preocupan más por la calidad del café que compran. Sin embargo, el café no especial todavía forma la mayoría del café consumido.

Cambios en las importaciones de café de EE.UU. La Guía del Mercado de Café de los EE.UU. (GMCEU, 2010) asegura que los Estados Unidos tiene el mercado de café más grande del mundo. Como la bebida de la población de EE.UU. el café ocupa el segundo lugar, sólo detrás del agua. La figura 1 muestra que la cantidad de café importada por Estados Unidos ha aumentado un 17% en promedio en los últimos 21 años.

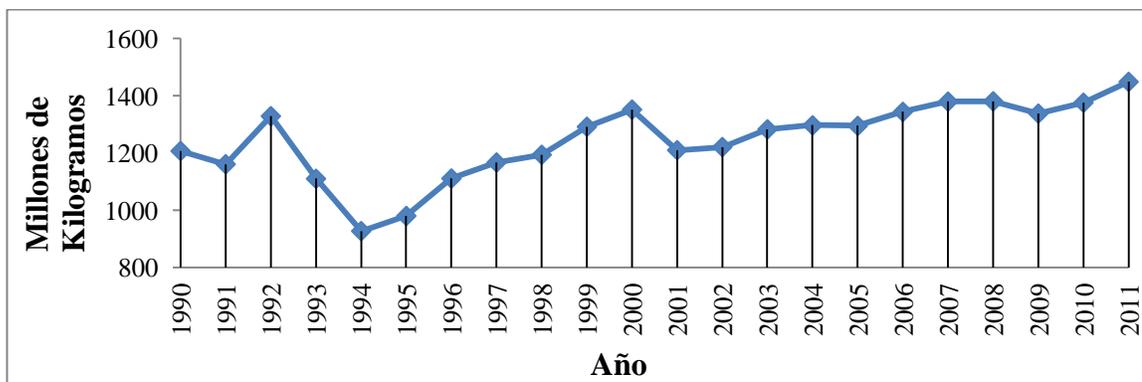


Figura 1. Total de importaciones de café de EE.UU. en kg.

Las importaciones de café en EE.UU. alcanzaron un valor de 7 billones de dólares en el año 2011, con una tendencia a seguir creciendo, pero a lo largo de los años 1990-2000 se mantuvieron en un rango de 2-4 billones de dólares. En la figura 2, se observa como el precio del café en general se ha triplicado con el paso de los años, pasando de 1.6 dólares en 1990 a 5 dólares por kilogramo en 2011.

Importaciones de café de EE.UU., por país de origen. Son cinco los países que en los últimos 21 años lideran el mercado de las exportaciones de café hacia EE.UU., alcanzaron el 65% de la demanda de EE.UU., estos países son Brasil, Colombia,

Vietnam, México y Guatemala, al restante 35% se lo llamará resto del mundo (RDM). Brasil es el país dominador en lo que se refiere a participación de mercado (Figura 3).

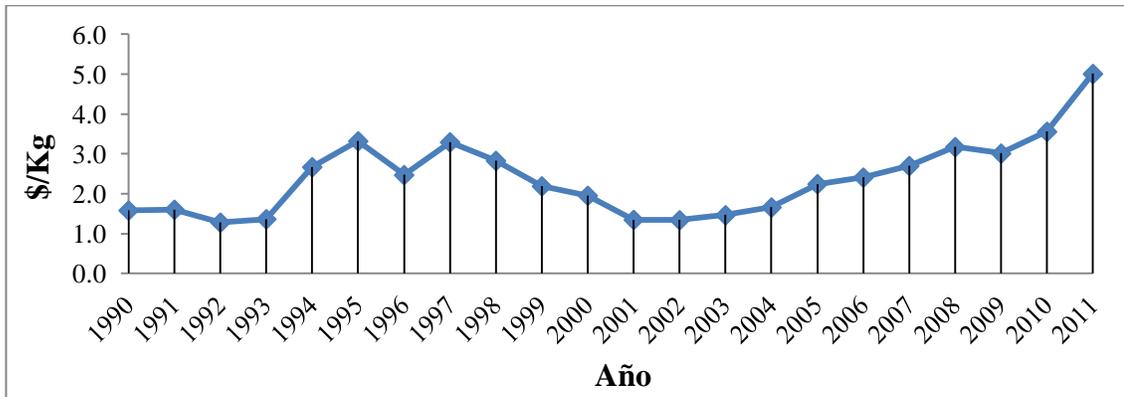


Figura 2. Cambio en el precio del café importado por EE.UU.

En la actualidad existen dos principales especies de plantas cultivadas de café, éstas son: Arábica y Robusta, dentro de estas dos especies hay más de 60 variedades de café. El café Arábica es la variedad original, surgió en la región de la actual Etiopía y es la más cultivada (aproximadamente 75% de la producción mundial), aunque requiere condiciones más exigentes de cultivo. Su sabor es más complejo y contiene más sutilezas respecto del Robusta. El café Robusta es originario de la República Democrática del Congo, es una planta más resistente y menos exigente a la hora de sus condiciones de cultivo, debido a esto es un cultivo que rinde más, ya que puede ser cultivado en terrenos llanos, lo que aumenta la cantidad de plantas por superficie. Es de sabor intenso, con mayor contenido de cafeína y mayor acidez. Es menos aromático y más simple respecto del Arábica. Es la variedad con que se fabrica casi la totalidad de los cafés instantáneos (Ponte, 2003).

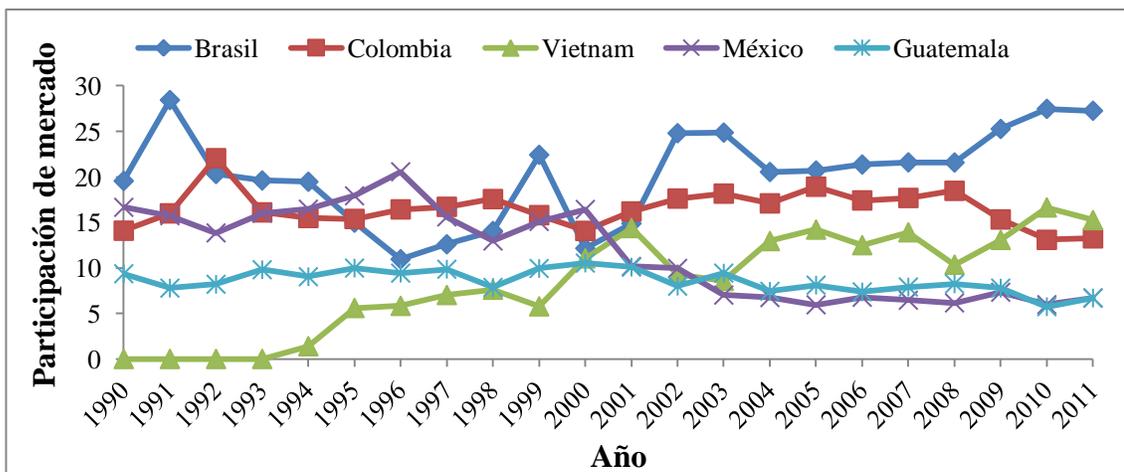


Figura 3. Total de importaciones de café de EE.UU. por país.

Colombia, México, Guatemala y la mayor parte de Brasil producen café arábigo, a diferencia de Vietnam (y una pequeña parte de Brasil) que producen café Robusta, lo que les permite una combinación de productividad muy alta con costos de producción muy bajos (Pérezgrovas y Celis, 2003). Debido a esto se observan grandes cambios en el aumento de la participación de mercado de Brasil y especialmente Vietnam.

En lo que se refiere al precio de los cafés que provienen de estos países (Figura 4), se comprueba lo mencionado anteriormente, ya que Vietnam tiene el precio más barato al exportar café de menor calidad. La brecha del precio (diferencia entre el precio más alto y el más bajo) pasa de ser 1 dólar/Kg en inicios de los 90's a 4.5 dólares/Kg al final del año 2011.

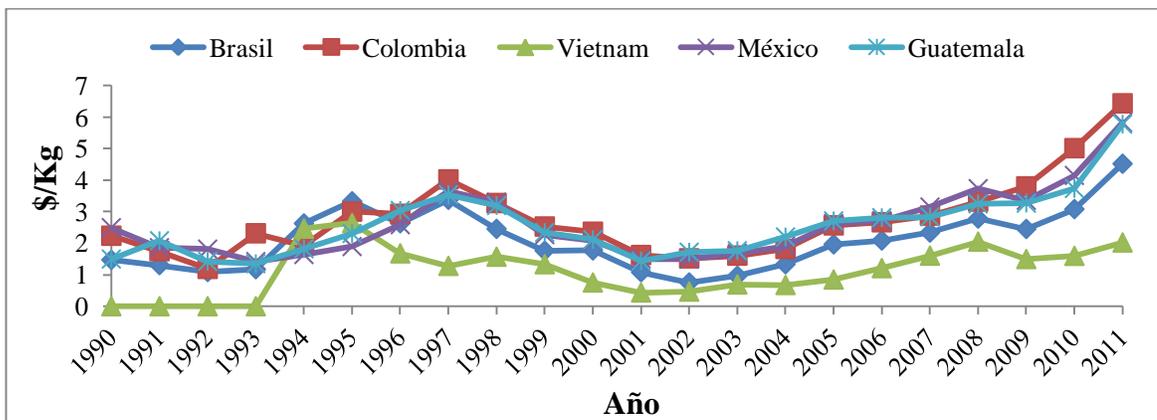


Figura 4. Cambio en el precio del café importado por país.

Importaciones de EE.UU. de los diferentes tipos de café. Para facilitar el trabajo se trabajó con abreviaturas para los diferentes tipos de café que importa EE.UU.: el café sin tostar y sin descafeinar (STSD), el café sin tostar y descafeinado (STD), el café tostado y sin descafeinar (TSD), el café tostado y descafeinado (TD) y para esta sección también se usaran los cafés instantáneos sin sabor.

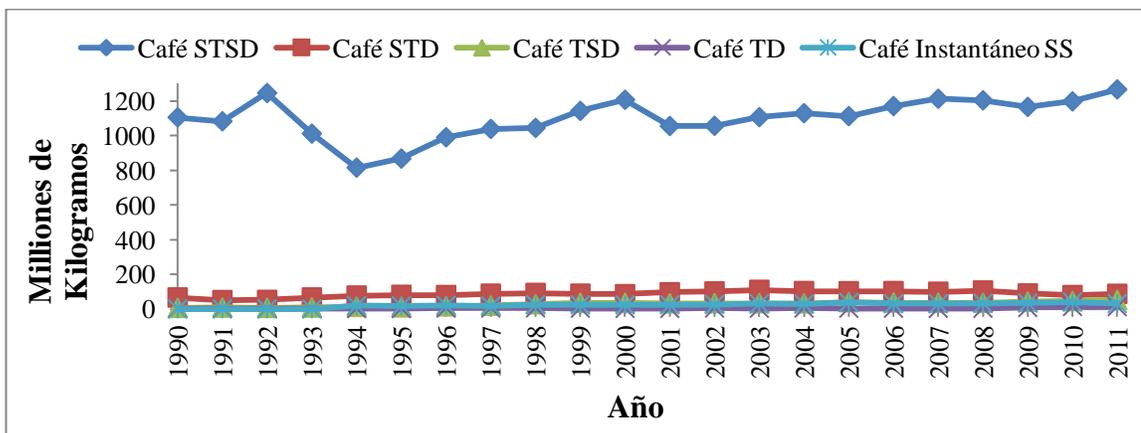


Figura 5. Importaciones de los diferentes tipos de café en kg.

Como muestra la figura 5 es grande la diferencia de las importaciones del café STSD en comparación con los demás tipos de café; los otros tipos de café han crecido en cantidades pequeñas, pero estas cantidades que al parecer parecen pequeñas, en lo que se refiere a valor representan un aumento considerable, ya que el precio por kilogramo (Figura 6) de el café STSD y del café STD, que son los que más importa EE.UU., tienen los precios más bajos, a diferencia del café instantáneo sin sabor y los cafés con algún tipo de proceso que tienen los precios más altos y son de los que menos se importa.

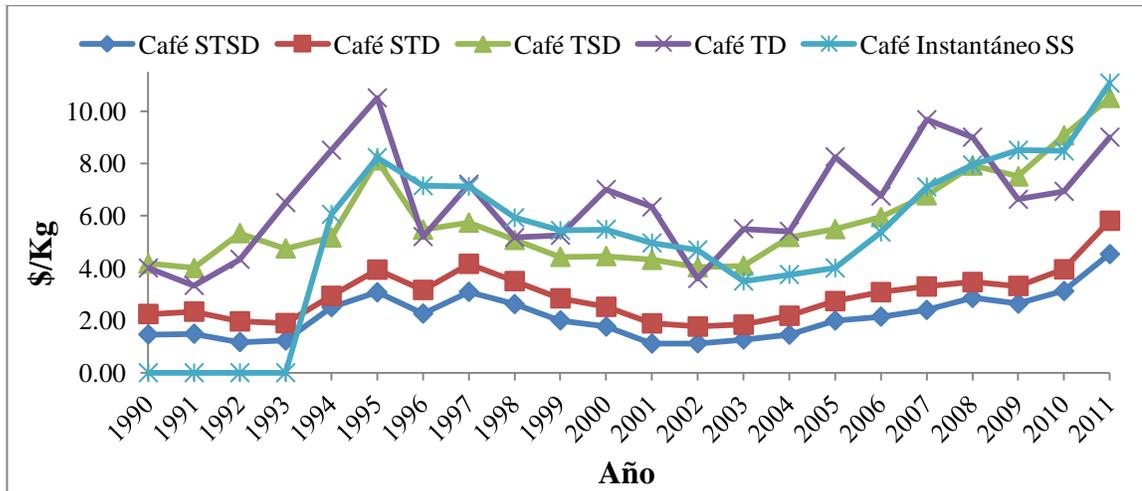


Figura 6. Cambio en el precio de los diferentes tipos de café.

Importaciones de café procesado vs. sin procesar. Debido a la gran diferencia que existe entre las cantidades importadas de café STSD con respecto a los otros tipos de cafés, se los dividió en dos grupos; el grupo del café sin procesar, en este se encuentra el café STSD, se lo denominó así ya que este tipo de café entra a EE.UU. sin ningún proceso previo es decir como grano verde; y en el otro grupo están los cafés procesados, en este grupo se encuentran el café STD, el café TSD, el café TD y adicionalmente están los cafés instantáneos sin sabor, que son los tipos de café que entran a EE.UU. con algún tipo de proceso, ya sea tostado o descafeinado.

El café sin procesar predomina en el mercado, esto se debe a que la base de datos que se utilizó (USITC), clasifica como café verde a la mayoría del café que entra a EE.UU. (Figura 7), debido a que no tienen una categoría específica para lo que son cafés especiales diferenciados, además de esto también hay grandes cantidades de café que entran como café sin procesar y ya en EE.UU. las compañías lo procesan, así también hay compañías que mezclan el café para satisfacer las necesidades del cliente (Málaga, 2012).

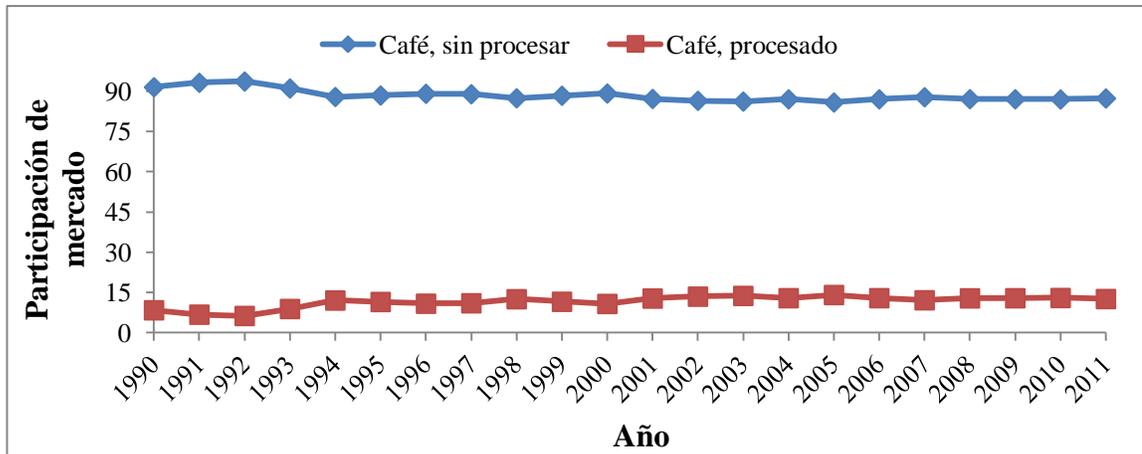


Figura 7. Importaciones de café procesado y sin procesar.

Al analizar el precio del café sin procesar y el procesado, se determinó que el café procesado cuesta \$2.5 por kilogramo más que el café verde que entra a EE.UU. sin procesar (Figura 8).

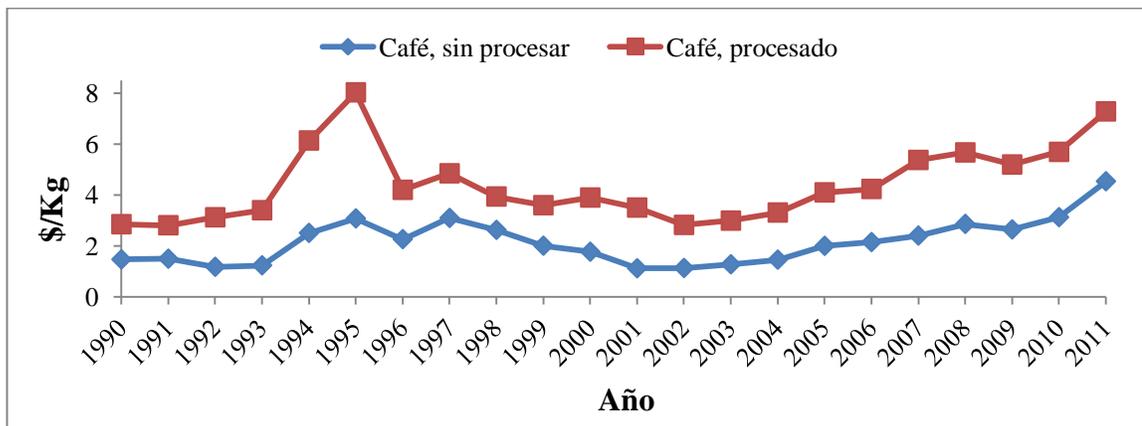


Figura 8. Cambio en el precio de los cafés procesados y sin procesar.

Importaciones de café sin procesar, separado por países. Existe gran cantidad de países que exportan café hacia EE.UU., por lo que se identificaron los de mayor participación de mercado, que conforman el 70% del total de participación de mercado. Los países con el 70% son Brasil, Colombia, Vietnam, México y Guatemala; de estos, Brasil tiene el mayor porcentaje (30%) de participación de mercado, incluso más que todos los países llamados Resto del Mundo (RDM) juntos, así también Vietnam es un país que llama mucho la atención por el constante aumento en su participación de mercado y en las cantidades exportadas a EE.UU. (Figura 9).

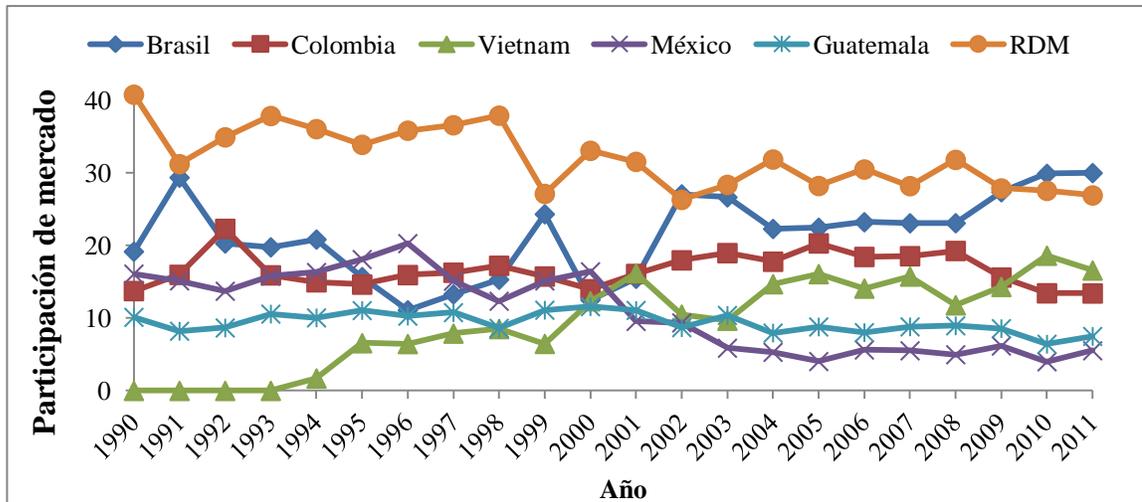


Figura 9. Importaciones de café procesado, separado por países.

La figura 10 representa el precio por kilogramo del café para estos países, el dato más importante es el que se refiere a la brecha del precio, ya que esta ha cambiado drásticamente, pasando de ser un dólar/kg a cuatro dólares/kg, es decir, aumento cuatro veces el valor en 21 años. Este dato es importante ya que con esto se puede concluir que el café está en una pequeña transición de ser un commodity (ya que antes solo se lo exportaba como café) a ser un producto especializado, por el hecho de que sea de un país o de otro el comprador norteamericano está dispuesto a pagar más por un café específico que sea de su preferencia.

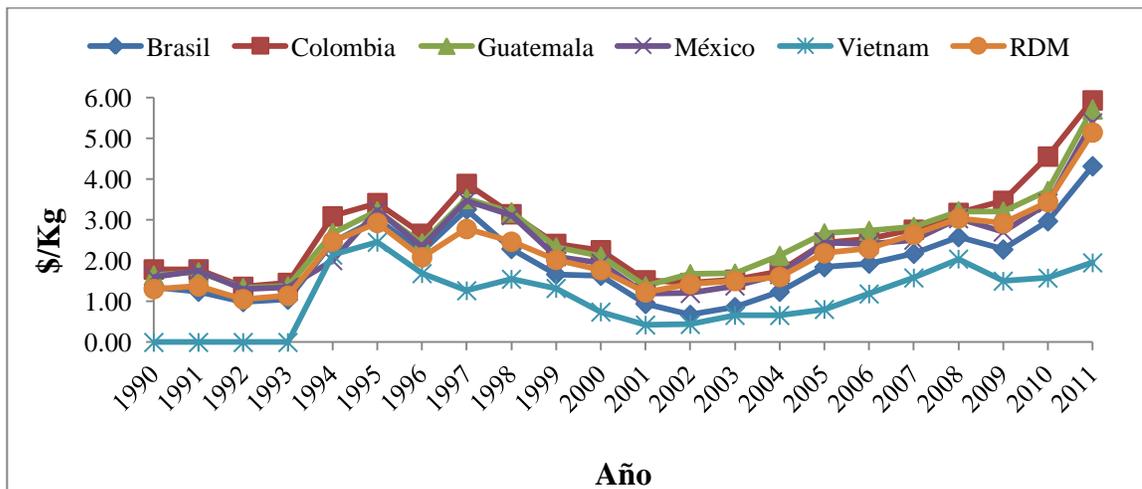


Figura 10. Cambio en el precio del café sin procesar, separado por países.

Cada país tiene una estrategia diferente para producir café. Brasil produce café Arábica y café Robusta así ha aumentado en gran cantidad sus exportaciones y a la vez mantiene su café en un buen precio; Vietnam produce café Robusta en grandes cantidades, debido a eso su café se paga a un precio bajo cuando entra a EE.UU. porque es de menos calidad

que el Arábica; México, Colombia y Guatemala no pueden competir con las grandes cantidades exportadas por Vietnam y con su precio, debido a eso producen café Arábica y lo denominan dependiendo de su país de origen, así ganan un valor extra y se vende a un precio más alto; esta estrategia también es adoptada por los demás países de Latinoamérica, ya que es casi imposible competir con Vietnam (Málaga, 2012).

Anteriormente se analizó a los países con más participación de mercado, ahora se analizará al denominado RDM, ya que ahí se encuentran más países de Latinoamérica, y se podrá ver cómo han crecido sus exportaciones en los últimos años.

En la figura 11, se muestra a la mayoría de países que conforman el RDM, el claro dominador de la participación del mercado de EE.UU. es Indonesia, los países latinoamericanos han aumentado sus exportaciones con el paso de los años, un caso específico es el de los países africanos (Etiopía, Kenia, Ruanda, Tanzania y Uganda), ya que su café ha sido bien aceptado por parte de los compradores norteamericanos, y así sus exportaciones crecieron en los últimos años.

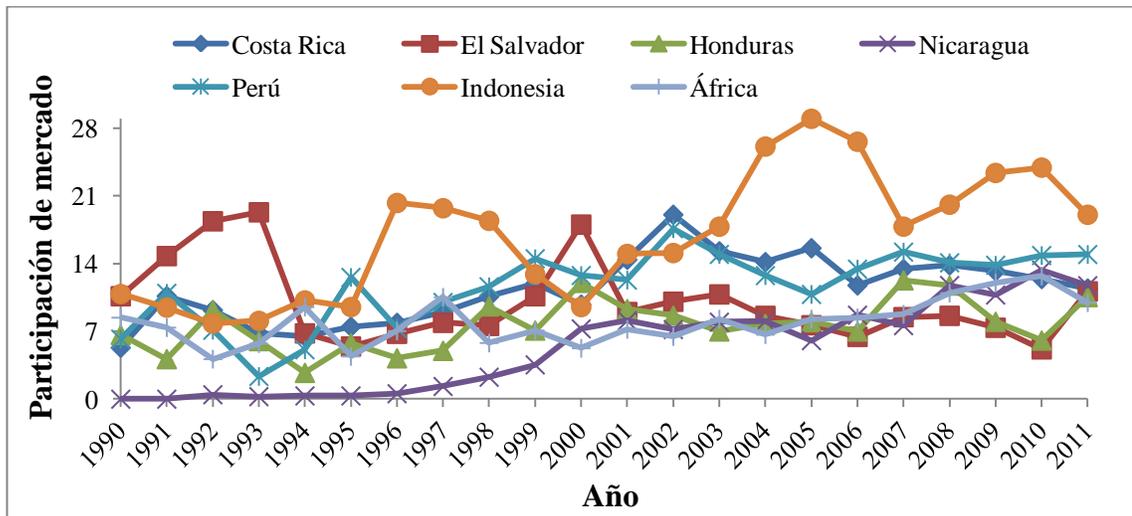


Figura 11. Importaciones del café sin procesar, RDM.

El precio por kilogramo para estos países (Figura 12) tiende a crecer y la brecha de precios no es muy significativa ya que ha pasado de ser menos de 1 dólar/kg a 1.5 dólares/kg, determinando que los países Latinoamericanos y los países africanos, deben producir café Arábica y denominarlo por su país de origen para ganar valor al entrar al mercado norteamericano; Indonesia tiene la misma estrategia de Vietnam pero en menores cantidades, produce café Robusta en grandes cantidades y es penalizado con un menor precio al ingresar al mercado norteamericano.

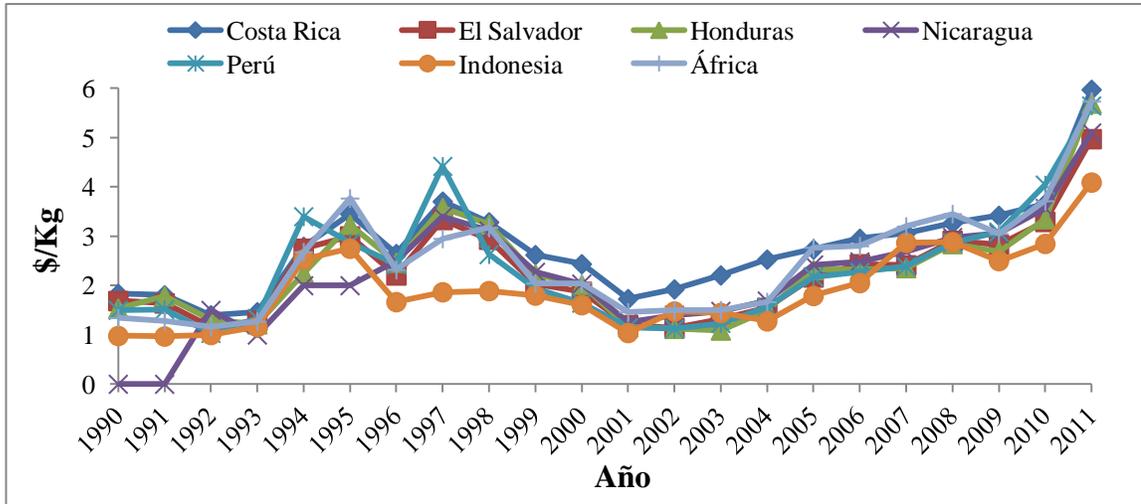


Figura 12. Cambio en el precio del café sin procesar, RDM.

Importaciones de café procesado, separado por países. Para el café procesado se utilizaron los siguientes tipos de cafés: STD, TSD y TD. La figura 13, muestra las importaciones de los países que conforman el 85% de participación de mercado, debido a que estos tipos de café se procesan por alguna razón antes de entrar al mercado norteamericano, los países desarrollados dominan el mercado, y esto nos da a entender que estos países compran el café sin procesar de los países productores, luego lo procesan en sus países y finalmente lo exportan hacia EE.UU.; los claros dominadores son Alemania y Canadá con mayor participación de mercado, pero llama la atención ver a países como Brasil y Colombia en este sector ya que estos países aparte de ser grandes productores también procesan parte de su café en el país y así venderlo a un precio más alto al mercado norteamericano.

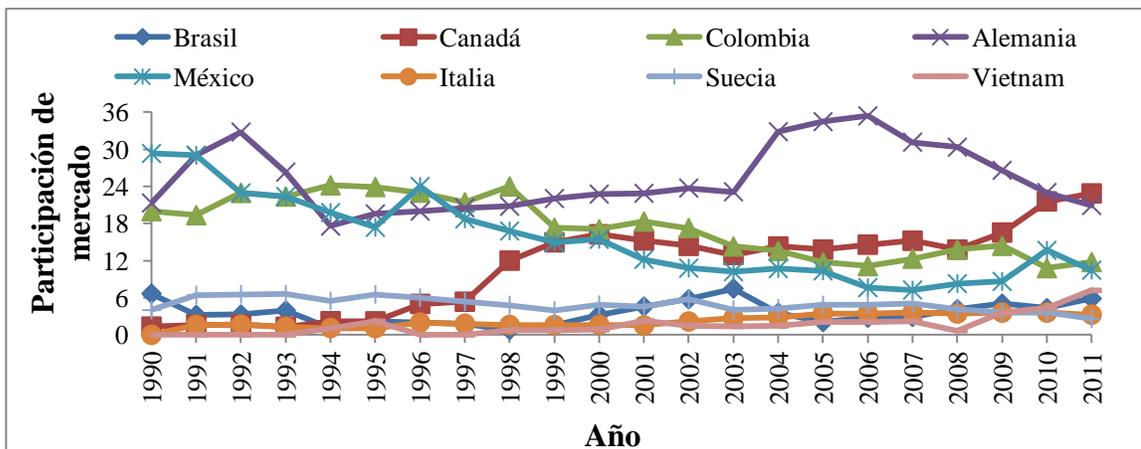


Figura 13. Importaciones de café procesado, separado por países.

Italia que tiene poca participación de mercado, es junto a Canadá los países con el precio más alto; Suecia que también tiene poca participación de mercado es de los países con un

precio alto; los países latinoamericanos que son Colombia, Brasil y México tienen un precio similar; y Vietnam es otra vez el país con el precio del café más bajo (Figura 14). La brecha de precios para estos tipos de café no ha variado a lo largo de los años, esto se debe a que los compradores norteamericanos ya saben la calidad de proceso que cada país vendedor hace en su café para luego exportarlo (Málaga, 2012).

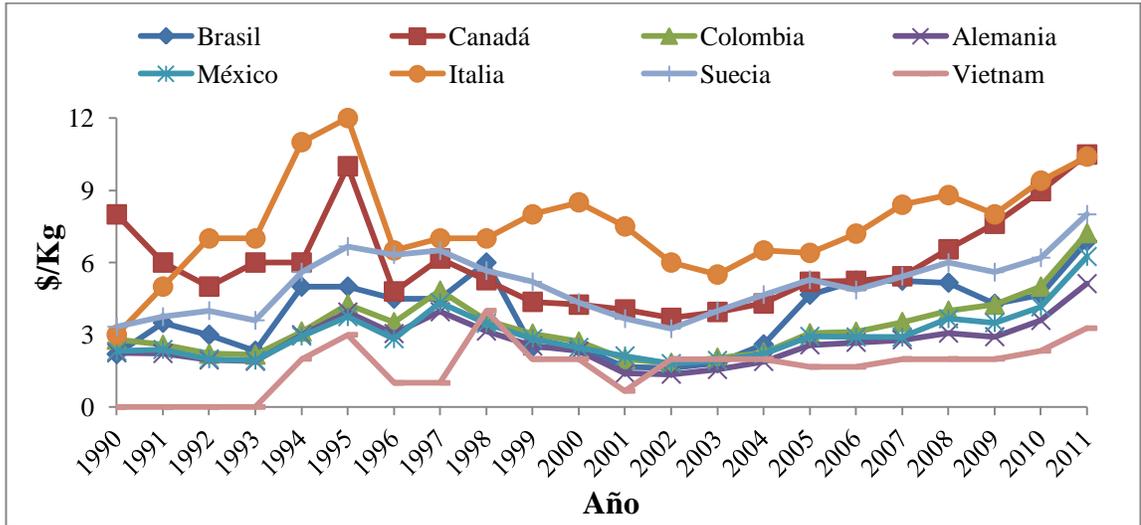


Figura 14. Cambio en el precio del café procesado, separado por países.

Importaciones de café instantáneo sin sabor, separado por países. El café instantáneo sin sabor es el tipo de café más interesante de todos, debido a que hasta el año 1993 EE.UU. no importaba nada de este tipo de café y actualmente Brasil, Canadá, Colombia y México representan el 78% de participación de mercado, al restante 22% se le llamara RDM. Como se observa en la figura 15, Brasil y México son los países con mayor participación de mercado para este tipo de café.

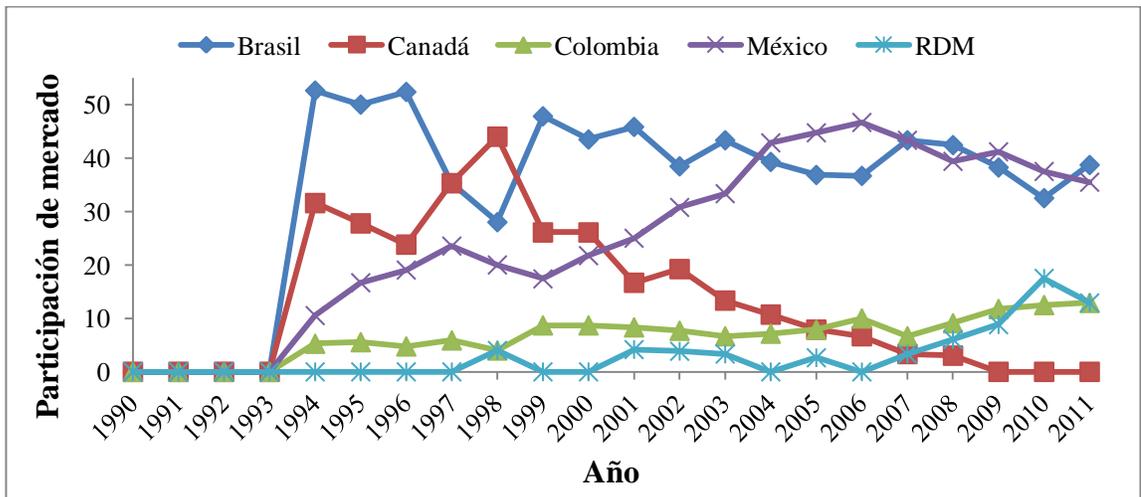


Figura 15. Importaciones de café instantáneo sin sabor, separado por países.

En la figura 16, se muestra el precio por kilogramo para el café instantáneo sin sabor, se puede ver como el precio del café Colombiano es el más alto y con una amplia diferencia con respecto al café de Brasil y México que tienen un precio similar; esto a pesar de que Colombia solo tiene el 13% de participación en el mercado, nos muestra como el café Colombiano está bien posicionado y el comprador norteamericano lo prefiere en relación a los cafés de otros países.

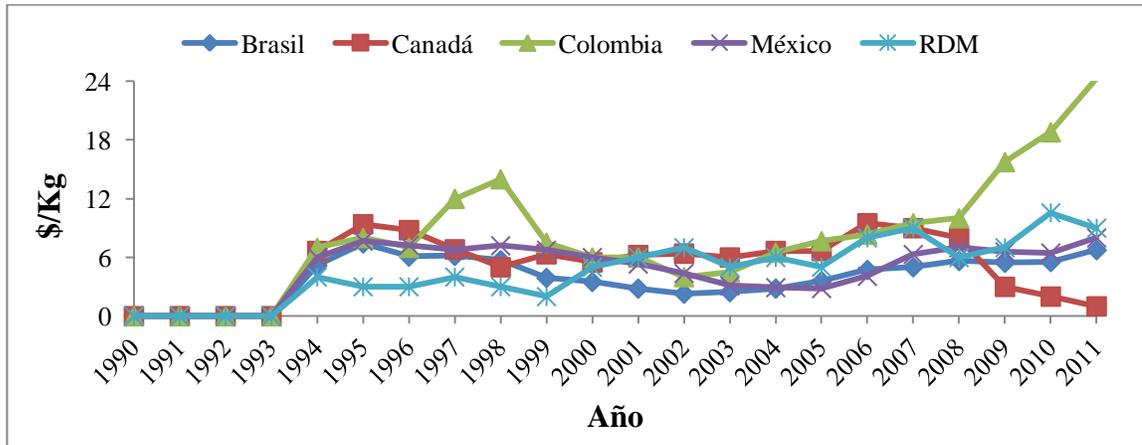


Figura 16. Cambio en el precio del café instantáneo sin sabor, separado por países.

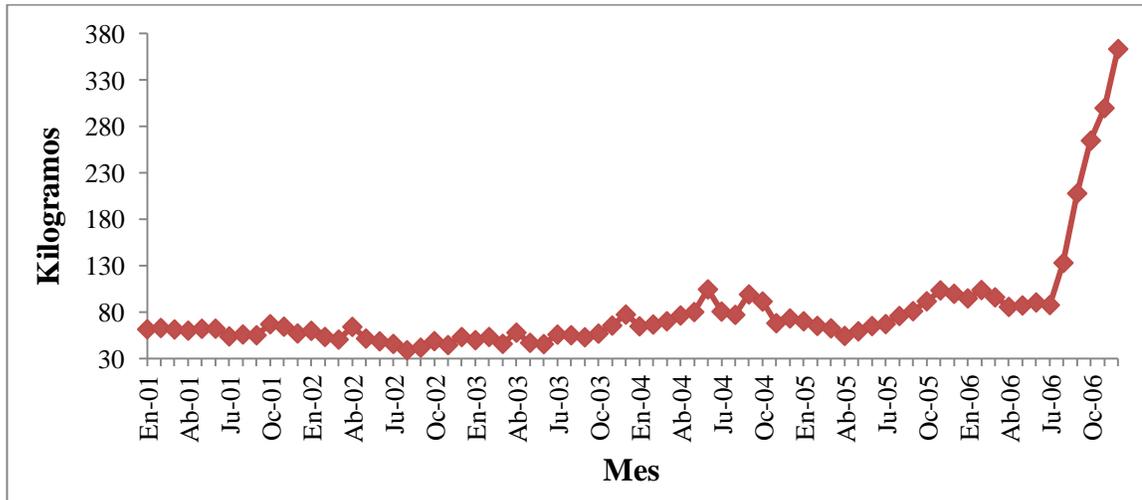
Precio de cafés especiales por origen, a nivel de consumidor. En esta parte se utilizó la base de datos de supermercados a nivel de consumidor final. Se clasificó en siete grandes grupos que son: Colombia (CL); Costa Rica (CR); Hawái (HW), Resto de América (RDA); África (AF); Asia (AS); y finalmente Otros Orígenes (OTO). Luego se analizó la base de datos en base a los precios y a la cantidad vendida mensualmente de estos cafés, separados por su origen.

Cuadro 1. Precios y cantidades semanales de los cafés especiales.

País	Precio promedio mensual (US\$/Kg)	Cantidad promedio vendida (Kg)
Colombia	8.10	48516
RDA	10.31	3906
OTO	10.64	2014
Hawái	16.09	1795
África	18.10	80
Costa Rica	20.21	111
Asia	21.40	656

El café que más compra el consumidor norteamericano es el café de Colombia, y es el que se comercializa al precio más bajo; a diferencia de los cafés de Asia y Costa Rica, que a

pesar de sus pocas cantidades vendidas se comercializan a precios más altos. En la figura 17, se aprecia la cantidad comercializada de los cafés Africanos, que aumentaron sus ventas de un mes a otro en grandes cantidades, a pesar de su precio que es uno de los más altos; con esto se puede determinar que el consumidor norteamericano está cambiando sus gustos y prefiere nuevos cafés, más exóticos, se deja llevar por el país de origen y no le importa pagar un poco más, con el fin de satisfacer sus necesidades.



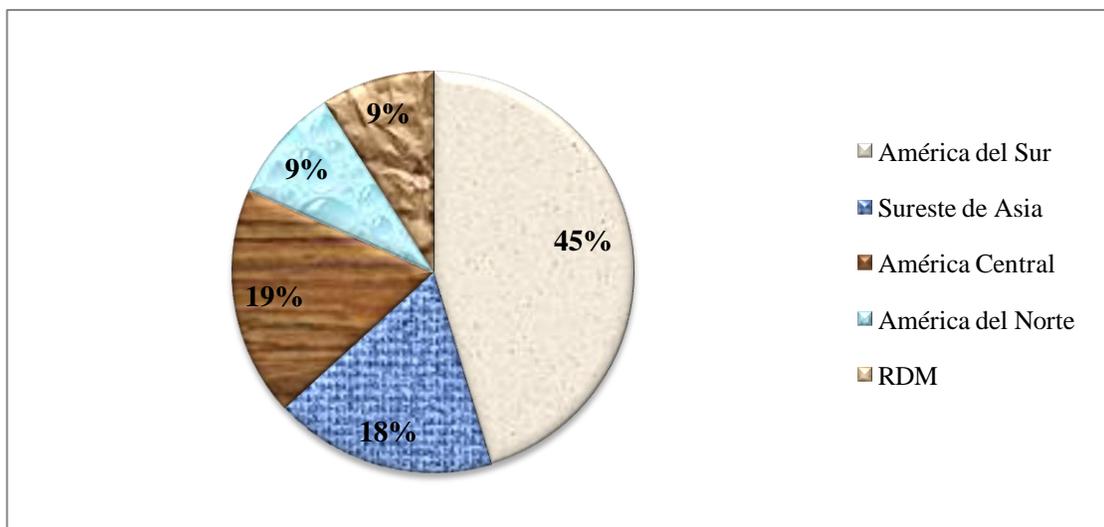


Figura 18. Total de importaciones de café de EE.UU. por región, año 2011

Para la producción de estos tipos de café en nuestros países y así también para incorporar a los pequeños agricultores, se podría trabajar mediante la organización y unión de los agricultores para formar asociaciones. Con esto se aprovecha las economías de escala mediante la comercialización colectiva manejando volúmenes que despierten el interés en los países importadores de café, además los compradores extranjeros prefieren tratar con asociaciones, que con muchos agricultores pequeños. Para fomentar estas asociaciones se debe primeramente capacitar a todos los pequeños agricultores para mejorar su producción, manejo de cultivos, cosecha del café, y mediante la ayuda de instituciones gubernamentales u ONGs conseguir apoyo para la adopción de nuevas tecnologías y obtener las facilidades necesarias para la exportación de estos tipos de café, mediante una organización logística y una mayor coordinación entre los agricultores.

Estas organizaciones son orientadas a pequeños agricultores con la intención de hacer frente a las limitaciones y problemas que estos tienen a la hora de producir y vender su café, y como se observó anteriormente este es un mercado especializado en crecimiento y los compradores están dispuestos a pagar un precio más alto por un mejor café. Así también estas organizaciones necesitan el apoyo de todos los pequeños agricultores ya que tienen que negociar con compradores extranjeros más exigentes que los locales en cuanto a la calidad y puntualidad de las entregas. Finalmente se debe establecer un sistema de seguimiento a los pequeños agricultores para que cumplan con todas las normativas necesarias en el proceso para la exportación.

4. CONCLUSIONES

- Las importaciones de café en EE.UU. aumentaron un 17% en el período comprendido entre 1990-2011, así también en el mismo periodo se triplicó el precio. El consumo norteamericano de café ha aumentado, debido al cambio en las preferencias de los consumidores, lo que da una oportunidad para crecer a los países exportadores de café.
- Países como Brasil, Vietnam, Perú, Nicaragua y los países Africanos han aumentado sus exportaciones de café hacia EE.UU. y tienen mayor participación de mercado, así también países como México, Indonesia y El Salvador han decrecido en sus exportaciones de café hacia EE.UU.
- Las estrategias adoptadas por los países exportadores de café son: Basar toda su producción en café Robusta como es el caso de Vietnam que prefiere la cantidad antes que la calidad, por lo que se paga mal en el mercado; la mayoría de países latinoamericanos no puede competir con Vietnam por lo que siembra café arábica y lo denomina por su origen, así obtienen un mejor precio; la mejor estrategia es la adoptada por Brasil que siembra y exporta las dos variedades de café.
- Al mercado norteamericano entran cinco tipos de cafés que son, el café sin tostar y sin descafeinar (café verde); el café sin tostar y descafeinado, el café tostado y sin descafeinar, el café tostado y descafeinado y desde el año 1993 los cafés instantáneos sin sabor. El café verde es el que más se importa. El consumidor está dispuesto a pagar más por un tipo específico de café que llena sus necesidades, debido a esto los precios del café por determinados orígenes son diferentes y han aumentado con el paso de los años.
- Debido a la brecha de los precios, que conforme pasan los años va aumentando y los precios son diferentes debido a sus orígenes, el café está en una pequeña transición de commodity a ser un producto especializado, ya que los países se preocupan por diferenciar sus cafés para entrar al mercado.
- La oportunidad de los países latinoamericanos para entrar al mercado norteamericano radica en diferenciar sus cafés por origen.

5. RECOMENDACIONES

- Los países latinoamericanos que aún no exportan su café a EE.UU. deberían sembrar y producir café Arábica y al momento de exportarlo diferenciarlo de los demás cafés.
- Diferenciar el café y denominarlo por origen para que genere valor agregado al producto y así tener un mejor precio en el mercado.
- Establecer asociaciones de pequeños agricultores con la ayuda de instituciones gubernamentales y ONG para trabajar en conjunto y producir café, con sus respectivos controles de calidad, denominación de origen y exportarlo a países que sus consumidores están dispuestos a pagar un mayor precio por un café de calidad.

6. LITERATURA CITADA

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, IT). 2010. Perspectivas a plazo medio de los productos básicos agrícolas: Café (en línea). 1. ed. Consultado el 2 de Febrero de 2012. Disponible en:

<http://www.fao.org/docrep/007/y5143s/y5143s0v.htm#TopOfPage>

Guía del Mercado de Café de los EE.UU. (2010). Visión general del mercado de café en los EE.UU.: Principales actores del mercado, tamaño y tendencias del mercado (en línea). Ed. TransFair US. 42 p. Consultado el 3 de marzo de 2012. Disponible en:

<http://www.reddelcafe.org/images/Coffee%20Market%20Guide%202010-Spanish.pdf>

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística). 2012. Crecimiento del PIB en Brasil (en línea). Consultado el 11 de septiembre de 2012. Disponible en:

<http://www.ibge.gov.br/home/default.php>

Málaga, J. 2012. Importaciones de café (entrevista). Texas, US. Universidad Texas Tech.

Mitchell, D. 2011. Balance del Sector Industrial de Colombia (en línea). Bogota, Colombia. Consultado el 12 de septiembre de 2012. Disponible en:

http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=v7DGHcI_gbw%3D&tabid=1436

Peláez, A.; H. Jiménez.; D. Gil. y A. Escarramán. 2008. El camino de la calidad del café: Introducción (en línea). p. 2. Consultado el 28 de Febrero de 2012. Disponible en:

<http://www.scribd.com/doc/25322862/El-Camino-de-La-Calidad-Del-Cafe>

Pérezgrovas, V. y F. Celis. 2003. La crisis del café: Causas, consecuencias y estrategias de respuesta (en línea). México. Consultado el 9 de Marzo de 2012. Disponible en:

<http://www.grupochorlavi.org/cafe/base/crisiscafe.pdf>

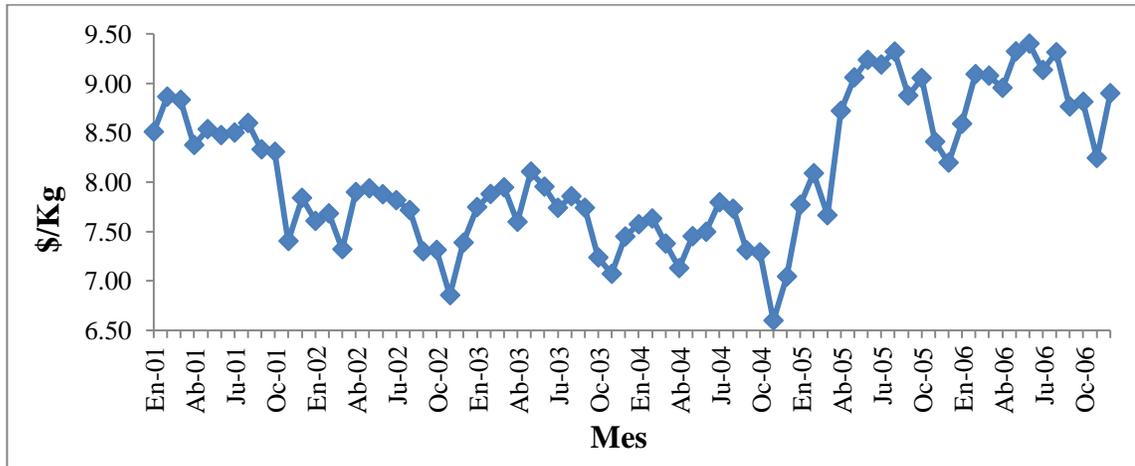
Ponte, S. 2003. Ensayos sobre economía cafetera: Normas, comercio y equidad; lecciones de la industria de los cafés especiales (en línea). 18. ed. Colombia. 213 p. Editorial Gabriel Silva Luján. Consultado el 10 de febrero de 2012. Disponible en:

<http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/2.estandarescomercioyequidad.pdf>

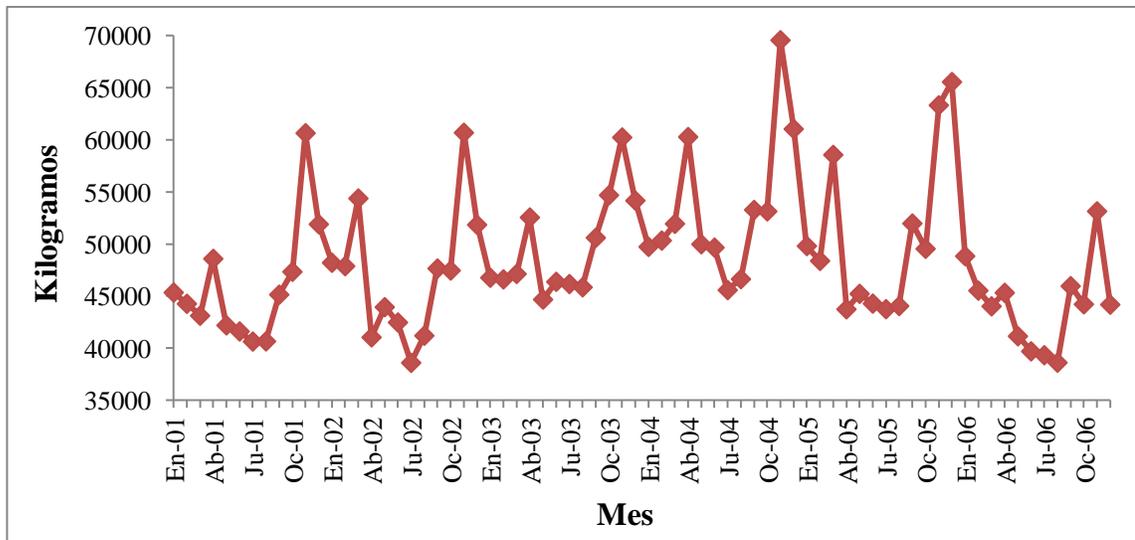
SCAA (Specialty Coffee Association of America); Rhinehart, R. 2009. Qué son los cafés especiales (en línea). US. Consultado el 20 de Febrero de 2012. Disponible en:

<http://www.scaa.org/?page=RicArtp1>

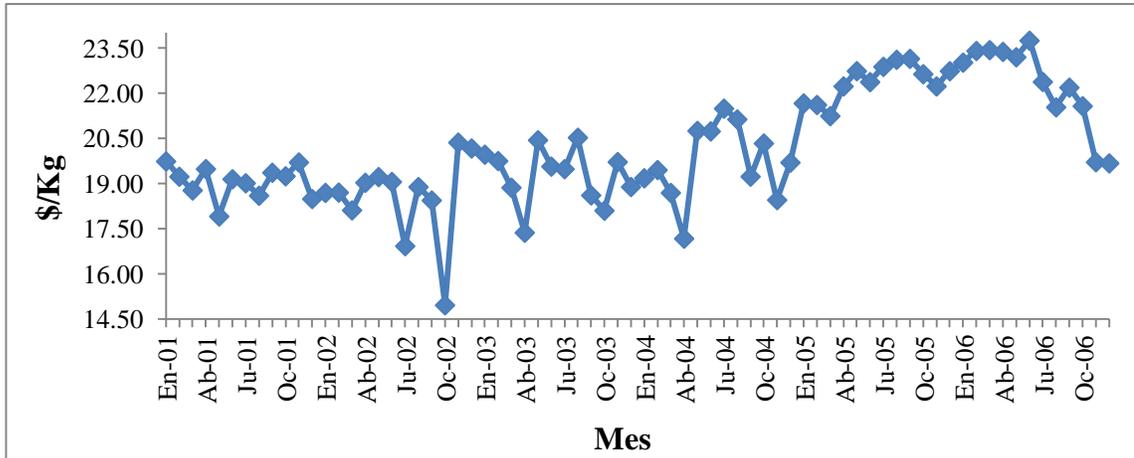
7. ANEXOS



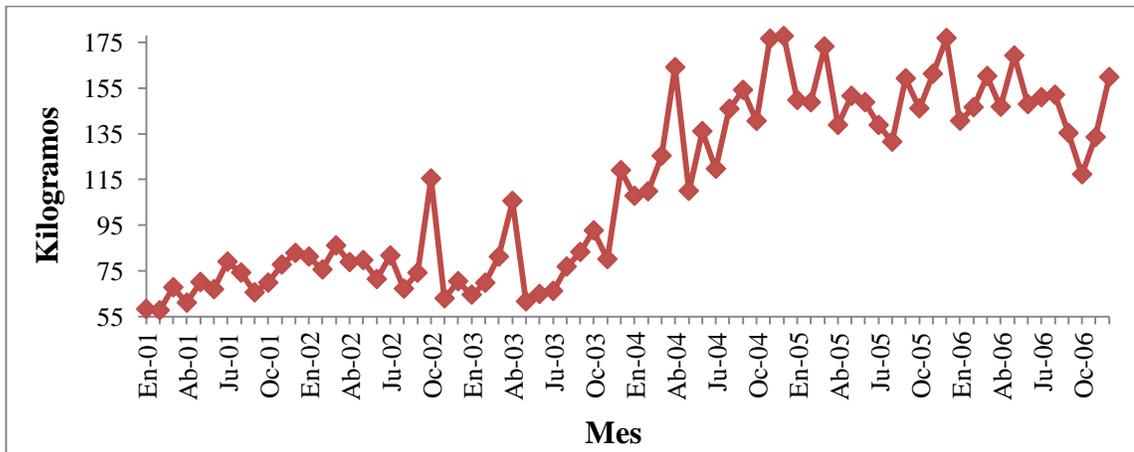
Anexo 1. Precio mensual promedio por kg de café de Colombia.



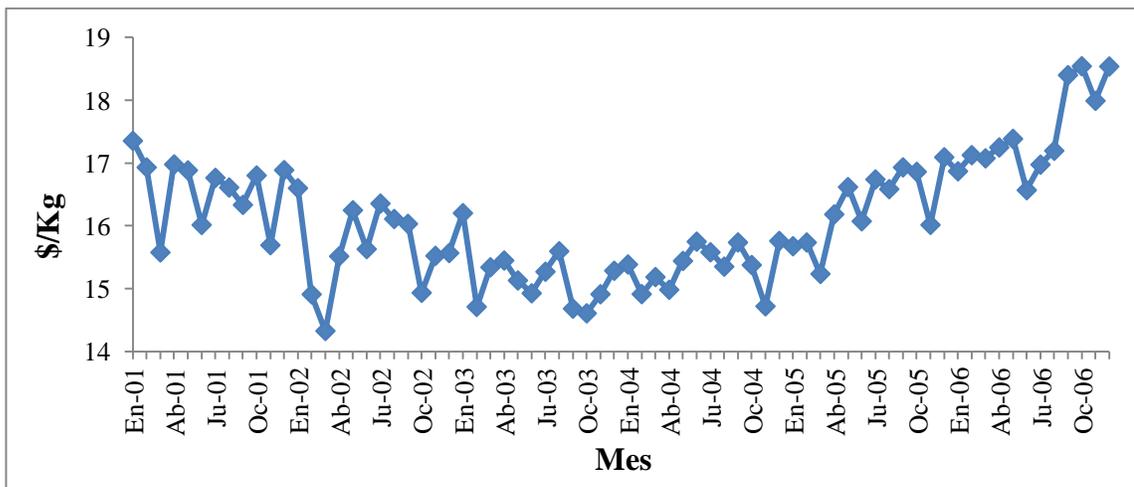
Anexo 2. Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de Colombia.



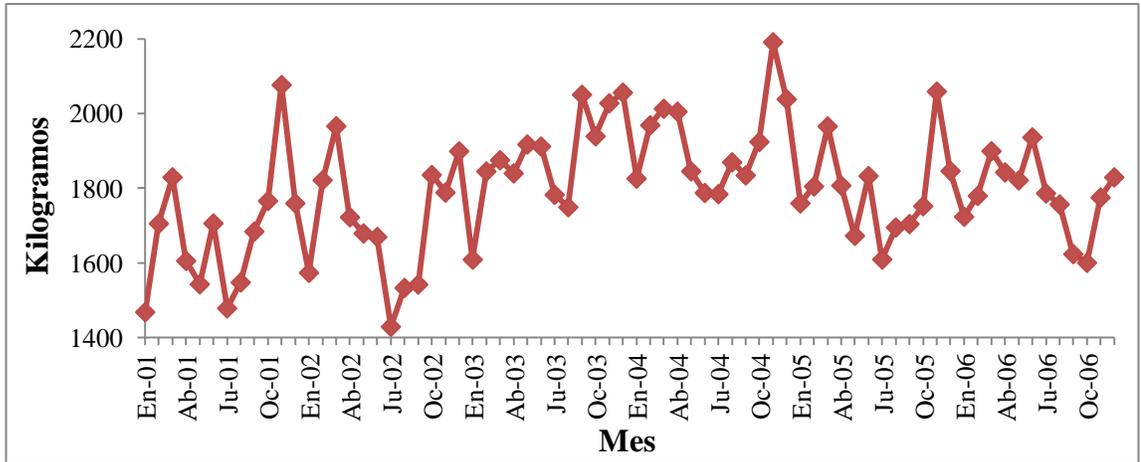
Anexo 3. Precio mensual promedio por kg de café de Costa Rica.



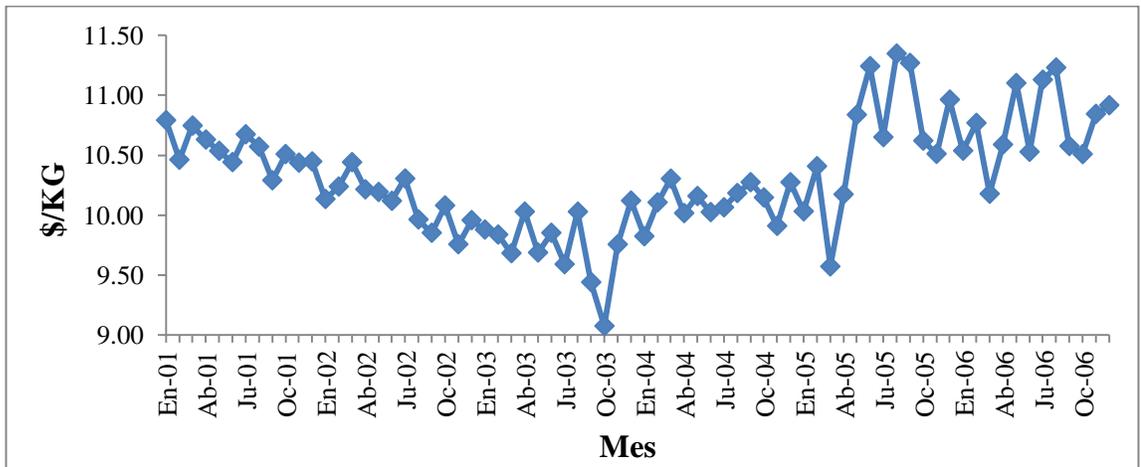
Anexo 4. Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de Costa Rica.



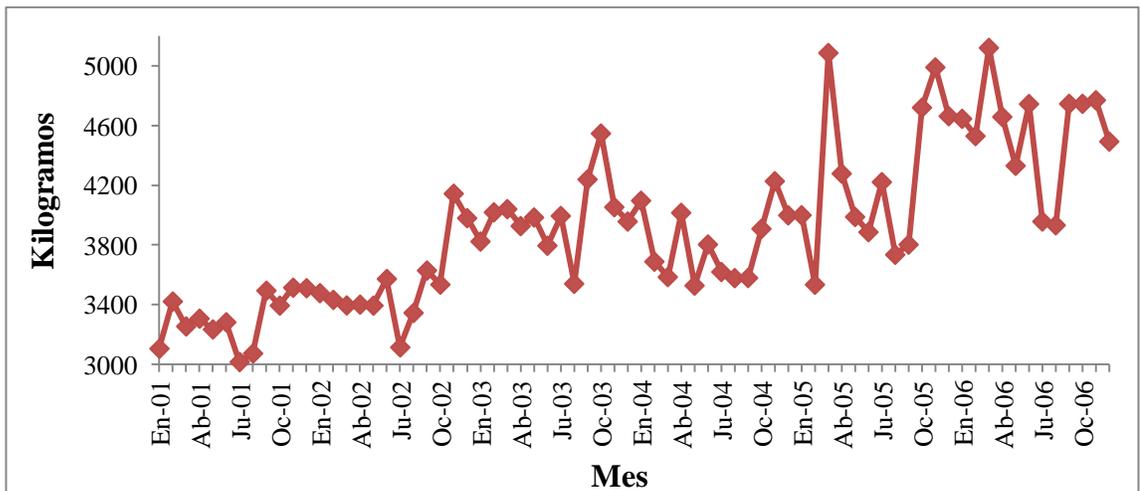
Anexo 5. Precio mensual promedio por kg de café de Hawái.



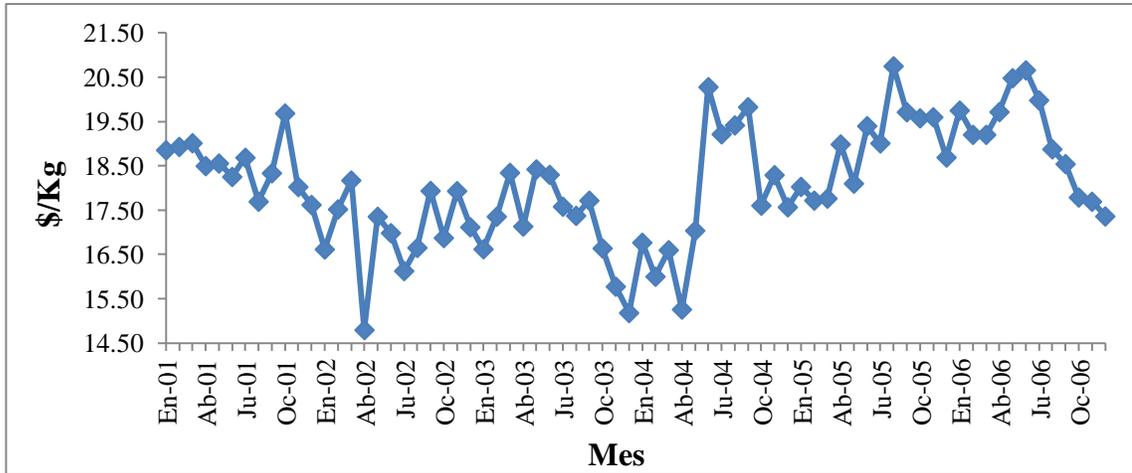
Anexo 6. Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de Hawái.



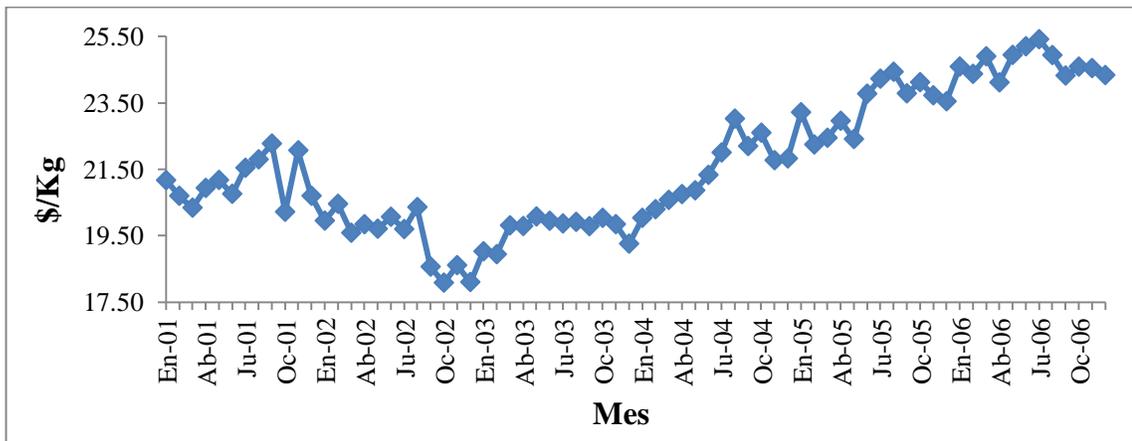
Anexo 7. Precio mensual promedio por kg de café de RDA.



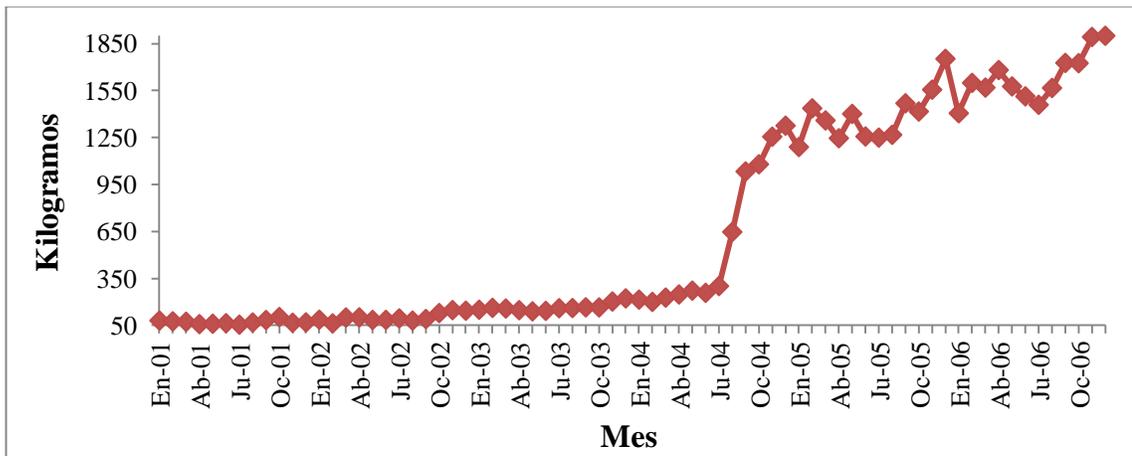
Anexo 8. Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de RDA.



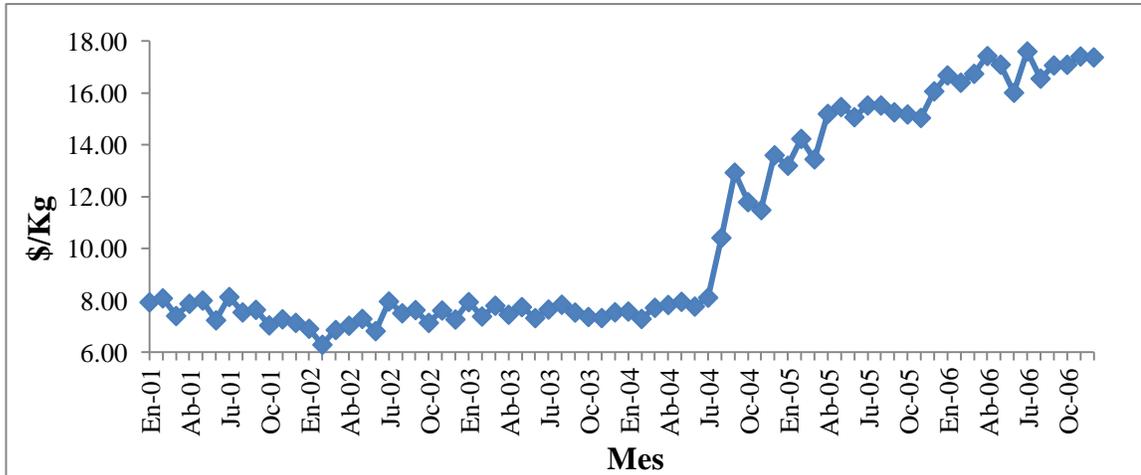
Anexo 9. Precio mensual promedio por kg de café de África.



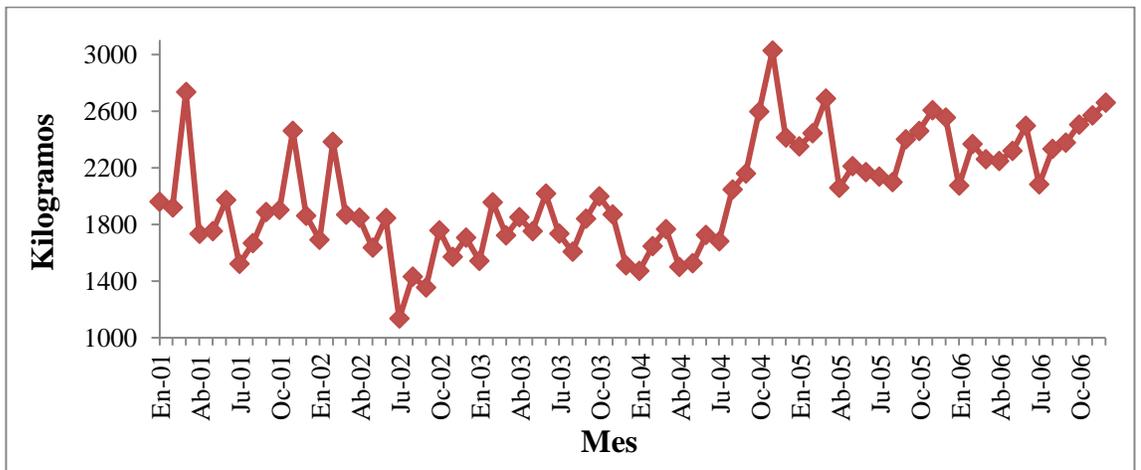
Anexo 10. Precio mensual promedio por kg de café de Asia.



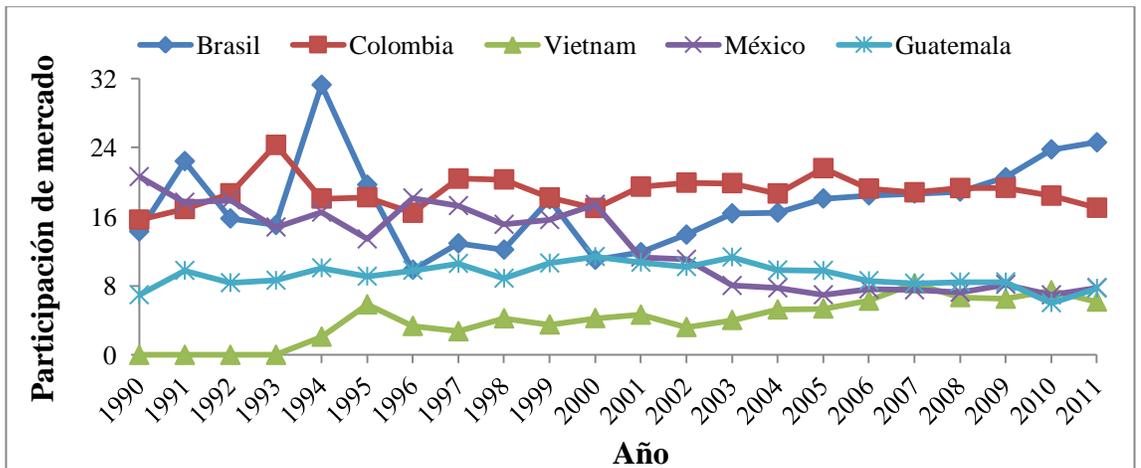
Anexo 11. Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de Asia.



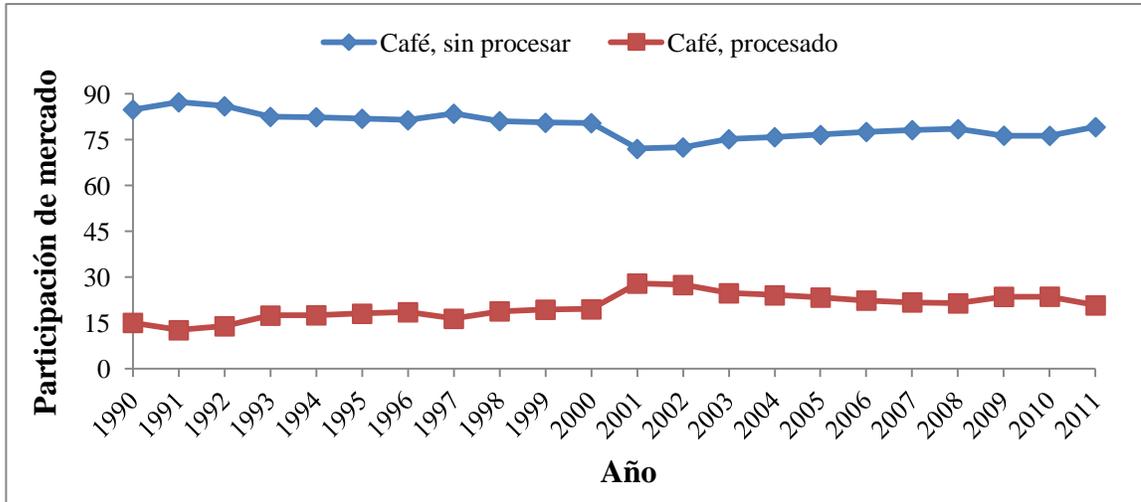
Anexo 12. Precio mensual promedio por kg de café de OTO.



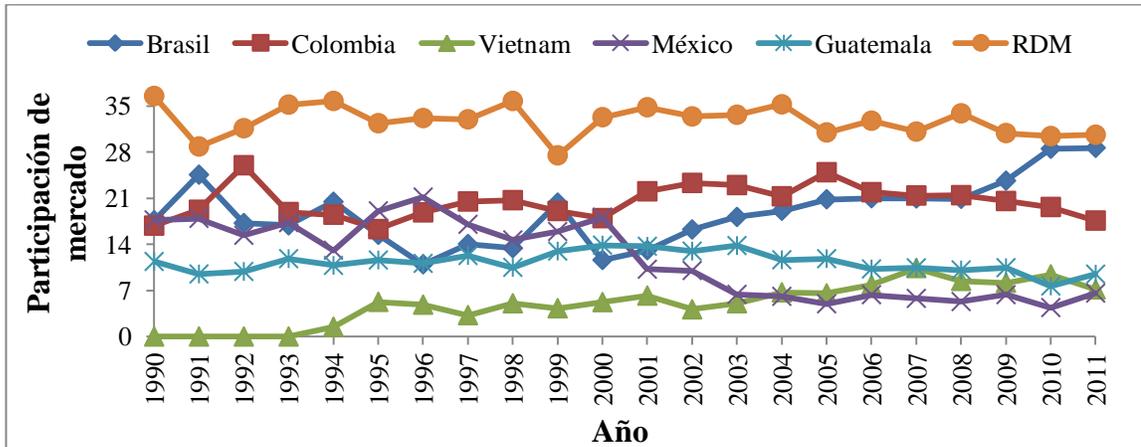
Anexo 13. Cantidad promedio mensual vendida en kg de café de OTO.



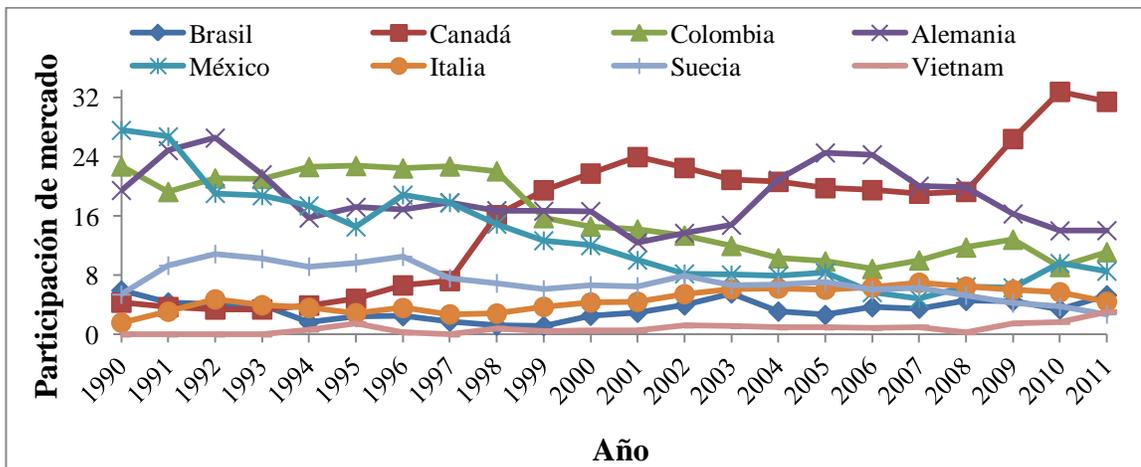
Anexo 14. Cambios en el porcentaje de valor del total de importaciones de café, separado por países.



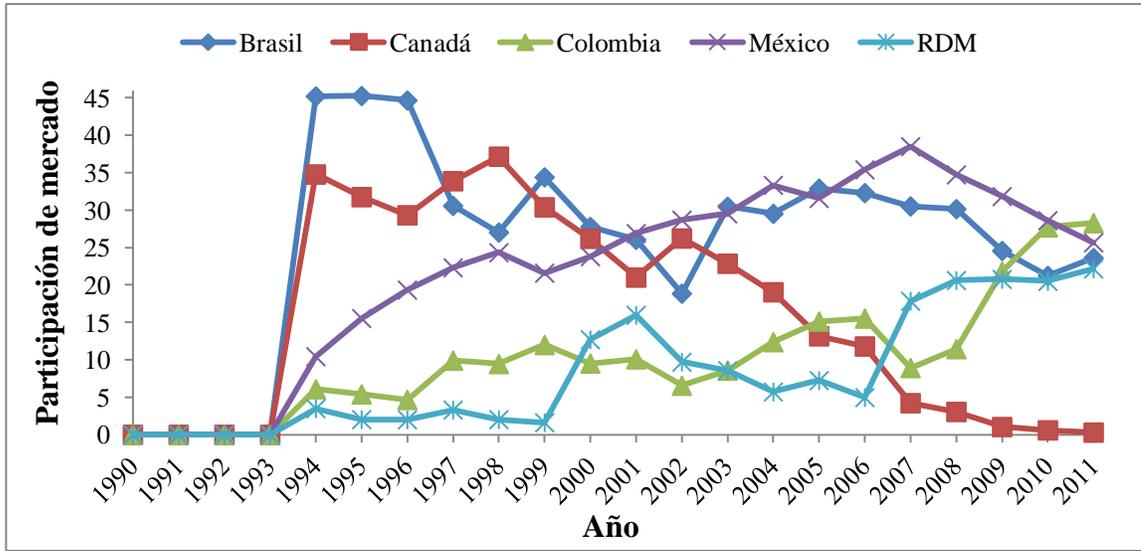
Anexo 15. Cambios en el porcentaje de valor del total de importaciones de café, separado por tipos de café.



Anexo 16. Cambios en el porcentaje de valor del café no procesado, separado por países.



Anexo 17. Cambios en el porcentaje de valor del café procesado, separado por países.



Anexo 18. Cambios en el porcentaje de valor del café instantáneo sin sabor, separado por países.