



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMIA

“Italia: una opción para la diversificación de las exportaciones de café mexicano”

T E S I N A

Que para obtener el título de:

Licenciado en Economía

Presenta:

Judith Rebeca Rivera Hernández

Asesor de Tesina:

Lic. Rosa María García Torres

Ciudad Universitaria, Agosto 2009





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mi familia,

A mis amigos,

A mi asesora,

A la Universidad Nacional Autónoma de México

Gracias...

Índice general

	Página
Introducción.	1
1. El café: origen, variedades, procesamiento y calidad	4
1.1. Origen y características del café.	4
1.2. Procesamiento del café.	6
1.3 Calidades y clasificaciones de café.	9
2. El Mercado de Café.	11
2.1. La producción cafetalera a nivel mundial.	11
2.2. Exportaciones de Café a nivel mundial.	12
2.3. Demanda mundial de Café: importaciones.	13
2.4. Precio internacional del Café y la Elasticidad Precio de la Demanda.	14
2.5. El cultivo de café en México.	18
3. Tratado de Libre Comercio Unión Europea – México (TLCUEM).	23
3.1. Características generales del TLCUEM.	23
3.2. Situación del café en el marco del TLCUEM: restricciones arancelarias, no arancelarias y legislaciones especiales.	25

4. Italia: una opción para la diversificación de las exportaciones de café mexicano.	28
4.1. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.	28
4.2. Características Generales de Italia.	30
4.3. Perfil general del Consumidor italiano.	31
4.4. Italia: importaciones de café.	34
4.5 Exportaciones de café mexicano a Italia.	35
4.6. Proceso de exportación.	36
4.6.1. Envase y Embalaje.	37
4.6.2. Trámites.	37
4.6.3. Documentación.	39
4.6.4. Aspectos de logística.	40
Conclusiones.	45
Fuentes.	47

ANEXO DOCUMENTAL.

ANEXO ESTADISTICO.

Italia: una opción para la diversificación de las exportaciones de café mexicano.

Introducción

El café es uno de los productos agrícolas que mayormente se comercializa a nivel mundial; además de ser un gran generador de divisas y empleos en el medio rural ya que por las características propias del cultivo, éste emplea para su cosecha y beneficiado del grano un gran número de mano de obra.

México es el séptimo productor de café a nivel internacional. Cuenta con ventajas geográficas y climatológicas, que le permiten cultivar y producir un café clasificado dentro de los mejores del mundo.

Del total de la producción cafetalera mexicana, en promedio treinta por ciento es para consumo interno y setenta por ciento para exportación y de éste último monto, cerca del ochenta por ciento de la oferta exportable se dirige a Estados Unidos, pese que México ha suscrito varios acuerdos comerciales, por ejemplo con la Unión Europea. La firma del Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México (TLCUEM) se efectuó dentro de un marco de política económica exterior que tenía el objetivo de diversificar el comercio mexicano, pero ni con la firma de este acuerdo, ni de otros más, se ha logrado cumplir el propósito. Algunas razones por las que las exportaciones de café y otros productos generados en nuestro país se dirigen hacia nuestro vecino del norte son la cercanía geográfica y el desconocimiento de acceso hacia otros mercados.

México, dada la ventaja de ser productor de café, puede aprovechar exportar este grano a países europeos bajo los beneficios del TLCUEM; teniendo en el viejo continente varios mercados potenciales para las exportaciones de café mexicano, entre los cuales se encuentra el mercado italiano. Italia país donde la tradición del café es muy importante en las costumbres de sus habitantes, sin embargo su situación geográfica no le permite cultivarlo, convirtiéndolo en el cuarto importador a nivel global.

Por ello el objetivo general de la presente investigación es identificar las áreas de oportunidad en el mercado italiano para las exportaciones de café mexicano.

Como objetivos particulares se plantean:

1. Describir el café, sus principales características, el tratamiento que recibe, tipos y calidades de café existentes.
2. Mostrar la situación actual del mercado de café en el mundo y en México.
3. Conocer las ventajas de exportar café a Italia dentro del marco del TLCUEM;
4. Identificar las razones y ventajas de exportar café al mercado italiano, y asistir al cafetalero mexicano en el proceso de exportación.

De este modo en el primer capítulo se estudian las características del grano de café, las condiciones necesarias para su cultivo, las etapas y proceso que éste recibe, así como los

factores que determinan su calidad, y las clasificaciones que se tienen en el mercado de café.

Posteriormente, en el capítulo dos, se investiga y analiza la situación del producto en el comercio internacional y el mercado mexicano de café: estadísticas de producción, consumo, exportaciones e importaciones y precio.

El tercer capítulo se enfoca en el Tratado de Libre Comercio Unión Europea – México (TLCUEM), sus características generales, y para propósitos de esta investigación, la situación del café en el marco del TLCUEM (barreras arancelarias y no arancelarias, así como legislaciones especiales). ya que para propósitos de esta investigación es una base importante, debido a que la principal razón de direccionar las exportaciones de café mexicano al mercado italiano se ampara bajo este tratado

Finalmente, en el capítulo cuarto, se examinan de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (análisis FODA) con las que cuenta el café mexicano en el mercado italiano; las principales características de Italia, el perfil del consumidor nativo de la nación, las relaciones comerciales de este país con el mundo en torno al café. También se incluyen trámites generales y documentos básicos requeridos por las autoridades aduaneras para la exportación de café y aspectos de logística.

Todos y cada uno de estos temas han sido elaborados con la intención de ser utilizados como herramientas que ayuden y faciliten al exportador de café a la diversificación de sus ventas hacia un mercado europeo: Italia.

1. El café: origen, variedades, procesamiento y calidad.

1. El café: origen, variedades, procesamiento y calidad.

1.1. Origen y características del café

El cafeto es un arbusto originario de Etiopía, en África Oriental. La bebida que se prepara con su fruto fue introducida a Europa por los árabes y los turcos en el siglo XV, pero fue hasta el siglo XVI que se empezó a extender su consumo. El cultivo de café se lleva a cabo en la franja comprendida entre el Trópico de Cáncer y el de Capricornio, zonas con climas cálidos y húmedos. Las características que definen básicamente sus cualidades dependen de sus variedades y de su procedencia.

Los principales países donde se cultivan son: Angola, Bolivia, Brasil, Camerún, Colombia, Costa de Marfil, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Etiopía, Guatemala, Honduras, India, Indonesia, Jamaica, Kenia, Madagascar, México, Tanzania, Uganda, Venezuela, Vietnam, Zaire; tal y como se aprecian en la Figura 1.

Figura 1.



Fuente: www.nuestrocafe.com

Son diversas variedades en las que el café es clasificado¹, pero dos principales que son el café arábigo o arábica (*Coffea arabica*) y el café robusta (*Coffea canephora Pierre ex Froehner*), cuyas características son²:

¹ Otras especies son el café liberiano (*Coffea liberica Muller Hiem*) y café excelso (*Coffea excelsa A. Chev.*). Existen además una gran cantidad de otras especies comúnmente conocidas como *económicas*, que se plantan a escala local y normalmente no entran a los canales de comercialización.

² María Cristina Renard "La comercialización internacional del café", Universidad Autónoma de Chapingo, Colección de cuadernos Universitarios, Serie Ciencias Sociales No. 11

- 1) **Café arábica:** su grano es grueso y alargado (8 a 12 mm.), su aroma delicado, su sabor persistente, ligeramente ácido y afrutado; su cuerpo fino, sutil y aterciopelado. Su cultivo es de altura y de clima subtropical, por lo que su producción se ubica principalmente en América del Sur, América Central, México y Etiopía. Es de los cafés más apreciados por los expertos por su bajo contenido en cafeína.
- 2) **Café robusta:** su grano es redondeado y pequeño (de 5 a 8 mm.), tiene más cafeína que la arábica); su sabor es más fuerte. Los arbustos de este tipo de café son mucho más resistentes, pero el grano carece de un aroma fino y agradable. Este grano se adapta a terrenos llanos y de alturas menores, se produce en algunos lugares africanos como Zaire, Costa de Marfil, Angola, además de India, Indonesia, Brasil, Madagascar y Filipinas. Es el más utilizado para la elaboración de café soluble o instantáneo.

El aromático más apreciado en los mercados internacionales es el arábica, por la calidad de sus granos, su proceso de beneficio más elaborado, y sobretodo por las preferencias del consumidor. Es por ello que este tipo de grano es más caro que el robusto y se cotiza diariamente en la Bolsa de Nueva York.

El fruto del *cafeto*, por su color rojo cuando está maduro, recibe el nombre de *cereza*; el cual contiene en su interior dos semillas semiesféricas, es decir, dos granos de café enfrentadas entre sí por la parte plana, y recubiertas por un tegumento, un pergamino, pulpa y cáscara. En ocasiones, en lugar de dos semillas, puede aparecer una sola, denominándose *caracolillo*. En la Figura 2 pueden observarse cada una de las partes componentes del grano de café:

Figura 2.

Esquema del grano de café



Fuente: www.nuestrocafe.com

Las propiedades químicas que contiene un grano de café son:

- *Agua*: un grano de café verde está constituido por un 6 a 13 por ciento de agua; una vez tostado no tiene más de 5 por ciento de humedad; el agua se evapora durante la torrefacción.
- *Materias grasas*: un grano contiene de 15 a 20 por ciento de materia grasa.
- *Proteínas*: un grano encierra un promedio de 11 por ciento de proteínas, de esto una parte será destruida durante el tostado.
- *Alcaloides*: el principal alcaloide³ es la cafeína. Los cafés arábigos contienen entre 0.8 y 1.6 por ciento, los robustos entre 1.4 y 2.5 por ciento; es por ello que el robusto da un café más fuerte que el arábigo.
- *Minerales*: se encuentran en pequeñas cantidades potasio, calcio, magnesio y fósforo dentro del grano.

1.2. Procesamiento del café

Antes de disfrutar una aromática taza de café, el grano debe pasar por una serie de etapas y transformaciones: siembra, cultivo, cosecha, beneficiado, torrefacción y – para el caso del café soluble – industrialización.

Las variedades de café arábica y robusta siguen básicamente el mismo patrón de cultivo en la mayoría de las áreas, y el primer paso es la *propagación*. El café se propaga de manera masiva por medio de plantas obtenidas por semillas⁴, las cuales son sembradas en almácigas⁵, donde las plantas son cuidadas para posteriormente ser transplantadas cuando alcanzan una altura de 15 a 20 centímetros (seis u ocho meses después de su siembra).

En el cultivo de café, como en la mayoría de los cultivos, los principales factores que inciden en su calidad son⁶:

- 1) *Altitud*, el grano producido entre los 300 y los 1,600 metros sobre el nivel del mar posee una calidad superior al cultivado por encima o debajo de este rango;
- 2) *Clima*, los climas cálidos y semicálidos; con temperaturas entre los 18 y los 21°C, y precipitaciones entre 1,200 a 1,800 mm anuales, son los óptimos para el cultivo de café;
- 3) *Uso de fertilizantes*, los cuales son necesario en los suelos de fertilidad media y baja.

El tiempo que se requiere desde que un cafeto joven se establece hasta que comienza a producir es de al menos 3 a 4 años. Trascurrido dicho tiempo un cafeto produce frutos o “cerezas” para la *cosecha*; etapa que significa que el fruto está maduro, 6 a 8 meses después de la floración en la arábica, y de 9 a 11 meses en la robusta. El periodo o temporada en que debe realizarse la recolección varía de acuerdo a las condiciones del clima, el suelo, las prácticas de cultivo y de la tipo de café. Para la mayoría de los productores la temporada de cosecha va de octubre a septiembre, excepto Brasil e Indonesia donde es de abril a marzo. Para esta labor se utilizan dos métodos: la

³ Sustancia orgánica cuyas propiedades recuerdan la de los álcalis.

⁴ www.nuestrocafe.com

⁵ Lugares donde se siembran las semillas para luego ser transplantadas a su lugar definitivo.

⁶ Nolasco, Margarita *Café y sociedad en México*, Centro de Ecodesarrollo, México 1985.

recolección o el despalillado: la recolección consiste en recoger manualmente las cerezas seleccionando únicamente las maduras, lo que lo hace costoso pero obteniendo mejor calidad el café; el despalillado consiste básicamente en raspar la cereza de la rama, recogiendo así una mezcla heterogénea de cerezas más o menos maduras, lo que le da un sabor más ácido al café, debido a los frutos aún verdes.

La calidad comercial de los granos es influida por la forma en que se cosechen y benefician los frutos. Entre más maduros sean recolectados, más elevado será la calidad del grano. El punto ideal en el que el café debe ser cosechado es cuando su color es rojo oscuro (“cereza”), sin rastro verde alguno.

La cereza posee cáscaras que recubren los granos crudos que deben ser eliminadas durante el proceso de *beneficiado*, y así finalmente obtener el café “verde” u “oro”. Existen dos métodos para este proceso: el seco y el húmedo.⁷ (Ver Diagrama 1)

BENEFICIO HUMEDO. Una vez que el café cereza ha sido cortado, se coloca en tanques de agua para un primer lavado y una primera selección, ya que mientras los granos buenos se hunden, los granos malos (picados, por ejemplo) flotan, lo que permite eliminarlos. Luego los granos se despulpan con una maquina (manual o mecanizada) llamada “despulpadora”. Posteriormente se deja que el café fermente⁸ para quitar el mucílago al grano; se lava nuevamente y se deja secar, ya sea bajo el sol tendiéndolos en patios o con maquinas secadoras. El café que se obtiene hasta esta parte del beneficiado se le conoce como *café pergamino*.

La siguiente fase de proceso de beneficio húmedo consiste en remover la cutícula⁹, con maquinaria, y con ello obtener el café verde (u oro)¹⁰: Se clasifica el café pergamino para eliminar las impurezas, y luego en una morteadora se elimina el pergamino, y si se prefiere también se puede pulir el café. Es de esta forma como se obtiene el *café verde lavado*, el cual se selecciona por tamaños, manchas y color con ayuda de maquinas.

BENEFICIO SECO. Mediante éste método el café cereza se deja secar en el suelo hasta que el grano quede suelto dentro del fruto, lo que tarda de dos a tres semanas.¹¹ Se quita la cutícula del grano triturándola con un mortero y se seleccionan los granos por tamaños. Al grano obtenido mediante este método se le conoce como *café verde no lavado*.

Los granos de *café verde* son los que requiere la industria para la producción del producto de consumo final: café tostado, café molido y café soluble. El tostado o torrefacción es el proceso durante el cual se desarrollan el aroma y el sabor de la bebida, por lo que éste debe llevarse a cabo lo más cercano a su consumo, y además debe realizarse a una temperatura entre 210° y 230°C.¹² El grado del tostado que recibe el grano se mide mediante el color obtenido del grano y a su vez éste indicará su sabor: un café con tostado leve es de color claro y su sabor es más ácido; mientras que uno de color oscuro muestra un tostado intenso y menor grado de acidez.

⁷ Renard, María Cristina, *La comercialización internacional del café*, Universidad Autónoma de Chapingo, Colección de cuadernos universitarios, Serie ciencias Sociales No. 11

⁸ *Fermentación del grano*: consiste en colocar nuevamente el grano en tanques de agua por 24 horas, tiempo en el cual las enzimas y los microorganismos actúan sobre el mucílago y así se desprenda del grano..

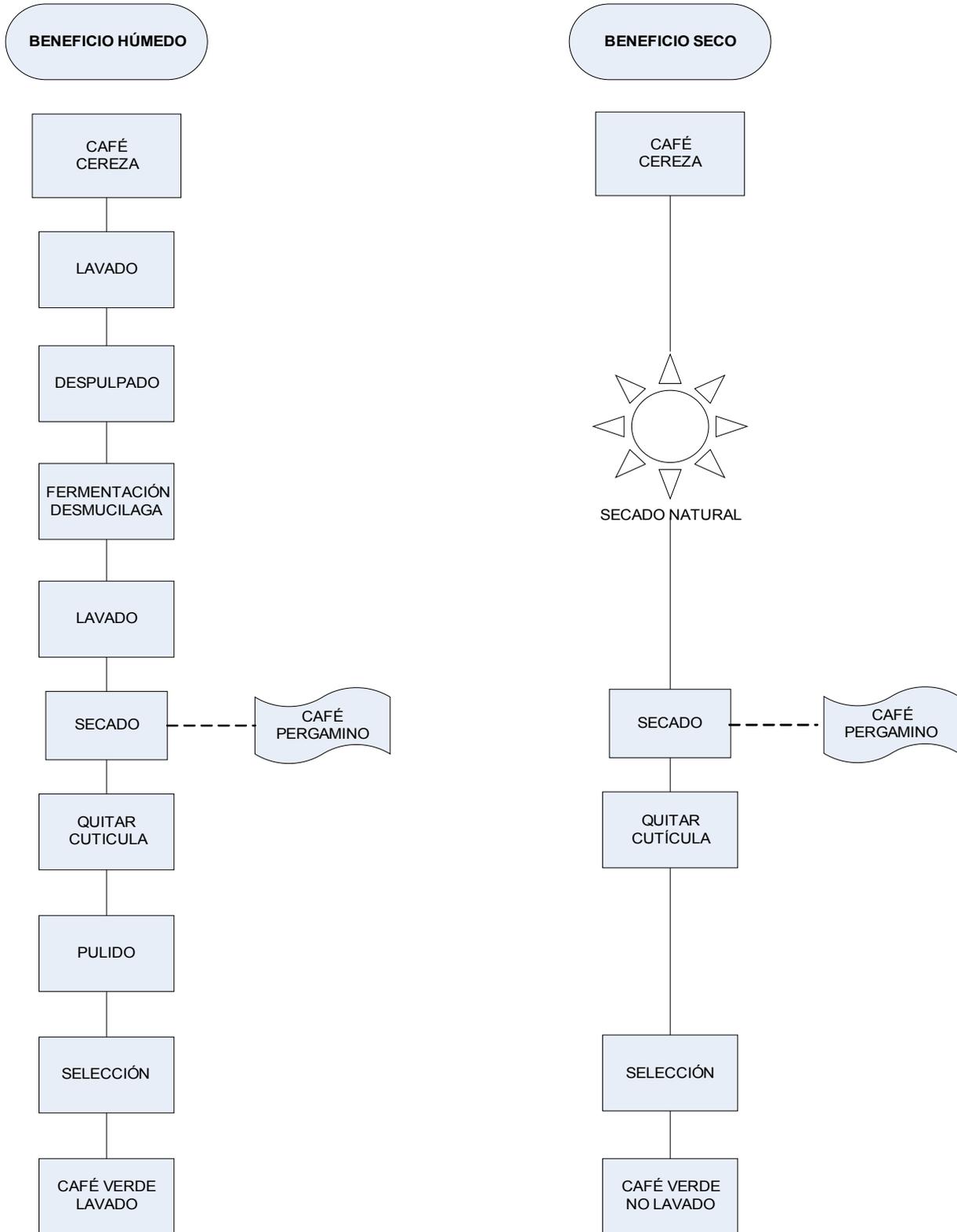
⁹ Pellejo delgado adherido al grano.

¹⁰ A esta segunda fase del proceso de beneficio, se le llama frecuentemente “*beneficio seco*” ya que no requiere de un lavado previo del café, pero también es considerado por varios como una parte del proceso general del beneficio húmedo.

¹¹ En México se conoce este café como “*capulín*” o “*bola*”.

¹² Renard, María Cristina, *La comercialización internacional de café*; p.p.17.

DIAGRAMA 1 BENEFICIO DE CAFÉ



FUENTE: Renard, María Cristina, *La comercialización internacional del café*, p.p. 17

1.3 Calidades y clasificaciones de café

Convencionalmente los lotes de café se muestrean y catan antes de que sean comercializados. Los principales aspectos a revisar en la calidad de los granos de café son su aroma, cuerpo, sabor, acidez y color, características que están determinadas por el tipo de especie y variedad del que se trate; la altura y latitud a la que fueron sembrados; la región donde se produjeron; y el tipo de beneficio, seco o húmedo, al que fue sometido el grano.

El café de exportación, se clasifica en cuatro grandes grupos:

1. suaves colombianos,
2. otros suaves,
3. arábigos no lavados, y
4. robustas.

La calidad de cada uno depende de la especie, variedad de los cafetos y del proceso de beneficiado: los primeros son procesados por medio del método de lavado (despulpado, lavado y secado inmediatamente después de haber sido recolectado); los segundos generalmente son no lavados (el grano recolectado se seca y almacena con su pulpa o cáscara exterior, y se despulpa con posterioridad antes de ser entregado al comprador) y su calidad es inferior a la de los suaves. Finalmente los del tercer tipo, son los menos cotizados en el mercado tanto por su calidad como por su precio. México es productor de “*otros suaves*”.

Las exigencias en mercado internacional de café han inducido a que los países productores normen sus calidades de acuerdo a las características demandadas por los dos mercados más grandes, el americano y el europeo; por lo que de acuerdo a las cualidades e impurezas que contienen el grano se clasifican en:

- *Calidad americana*. Se trata de granos no uniformes, con un máximo de 3.5% de manchas.
- *Calidad europea*. No admite más de 0.5% de impurezas.

Esta diferenciación de calidades influye en los precios pagados por cada uno de estos debido a la cantidad y calidad de trabajo que cada uno implica, ya que una calidad americana no requiere de una limpieza y selección meticulosa, a diferencia de la europea.

Habiendo definido en buena forma las principales características de un grano de café, el laborioso proceso al que es sujeto, las cualidades que este adquiere y requiere para su venta y consumo, y que hacen se diferencie en calidades; en el siguiente capítulo se examina la situación en que se encuentra el mercado mundial de café: su producción y comercialización.

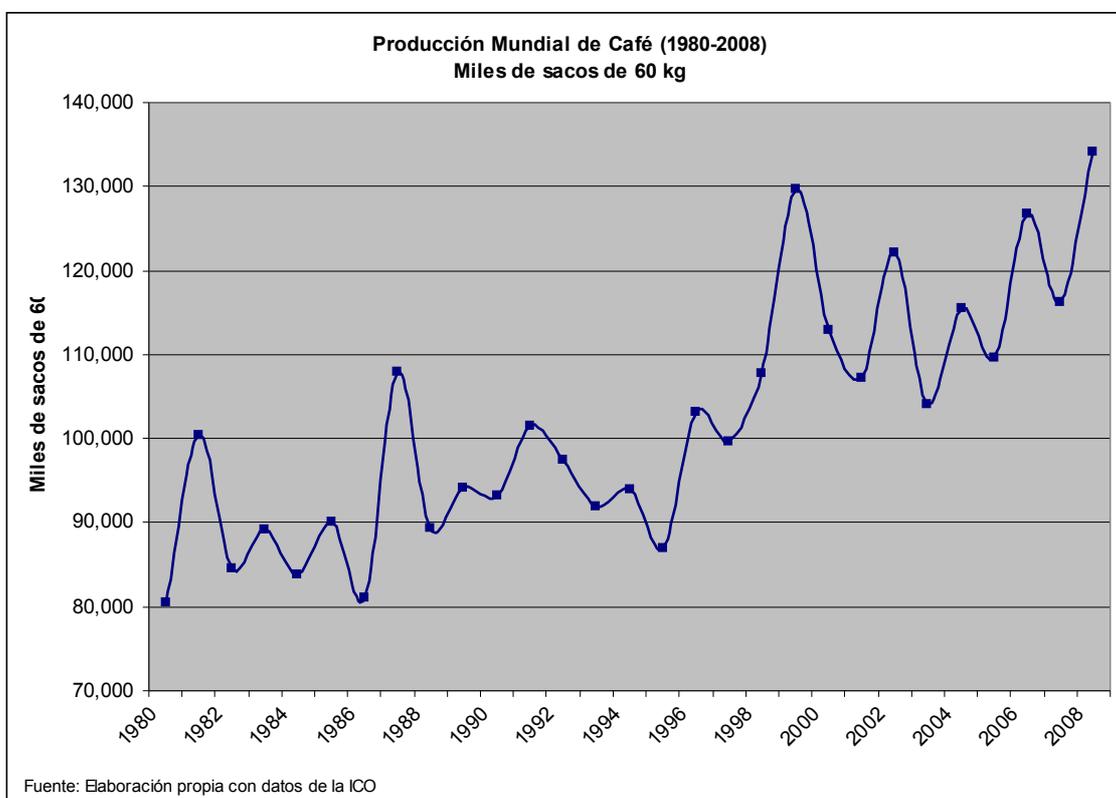
2. El Mercado de Café.

2. El Mercado de Café.

2.1. La producción cafetalera a nivel mundial.

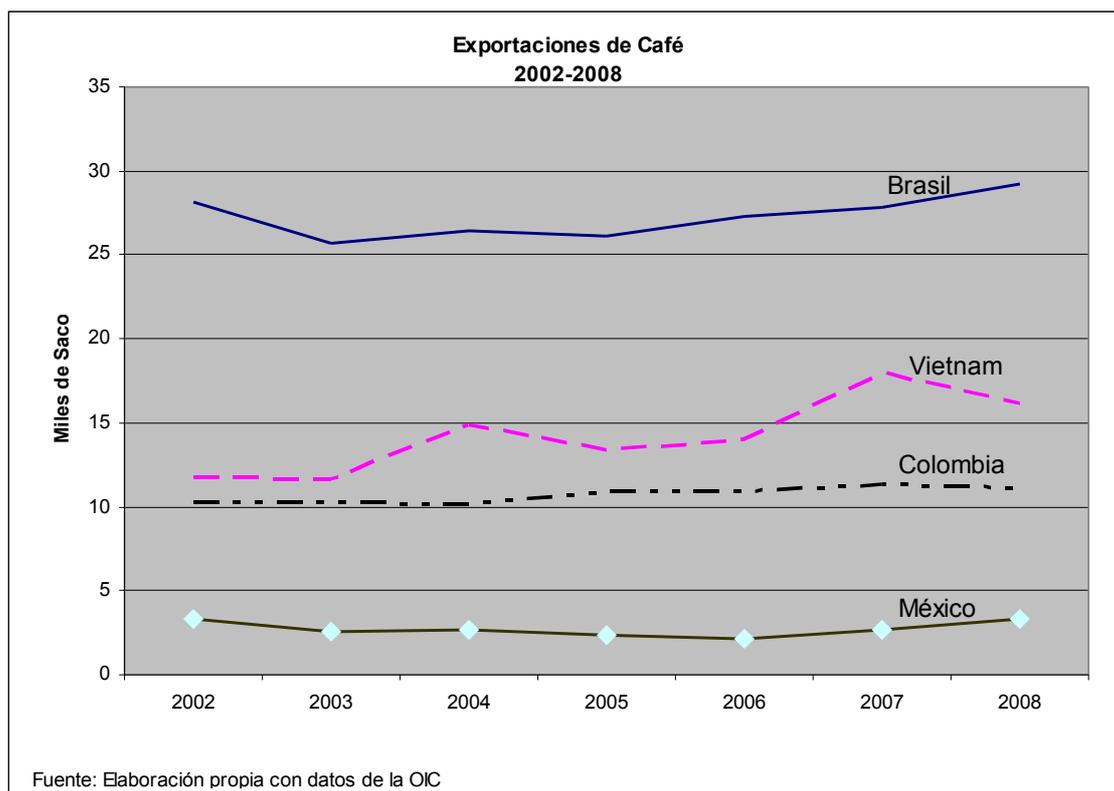
El café es uno de los productos agrícolas más producidos y comercializados a escala mundial: en 2008 la producción mundial de café es de 134,163 miles de sacos; cifra mayor que la de principios de la década de los ochenta. 80,583 mil sacos. En la gráfica 2.1 podemos observar la tendencia de la producción de tan preciado grano ha tenido durante los últimos 28 años.

Gráfica 2.1.



Entre los más de 50 países productores de café, 10 de ellos producen más del 80 por ciento del volumen mundial: Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia, Etiopia, India, México, Guatemala, Honduras y Perú. En 2008 Brasil fue el principal productor de café: ésta nación cultiva principalmente café arábica y el año pasado fueron 45,992 mil sacos los que cosecho, representando el 34% del total mundial; así lo muestra la Gráfica 2.2.

Gráfica 2.3.



Vietnam ha logrado incrementar sus exportaciones de café en pocos años, comercializando café a alrededor de 74 países, siendo proveedor de importantes consumidores como lo son Alemania, Estados Unidos, España, Italia y Japón.¹⁴ Otros países que han visto incrementar su participación en las exportaciones mundiales de café son India y Costa de Marfil, además de algunos países latinoamericanos como Perú y Honduras.

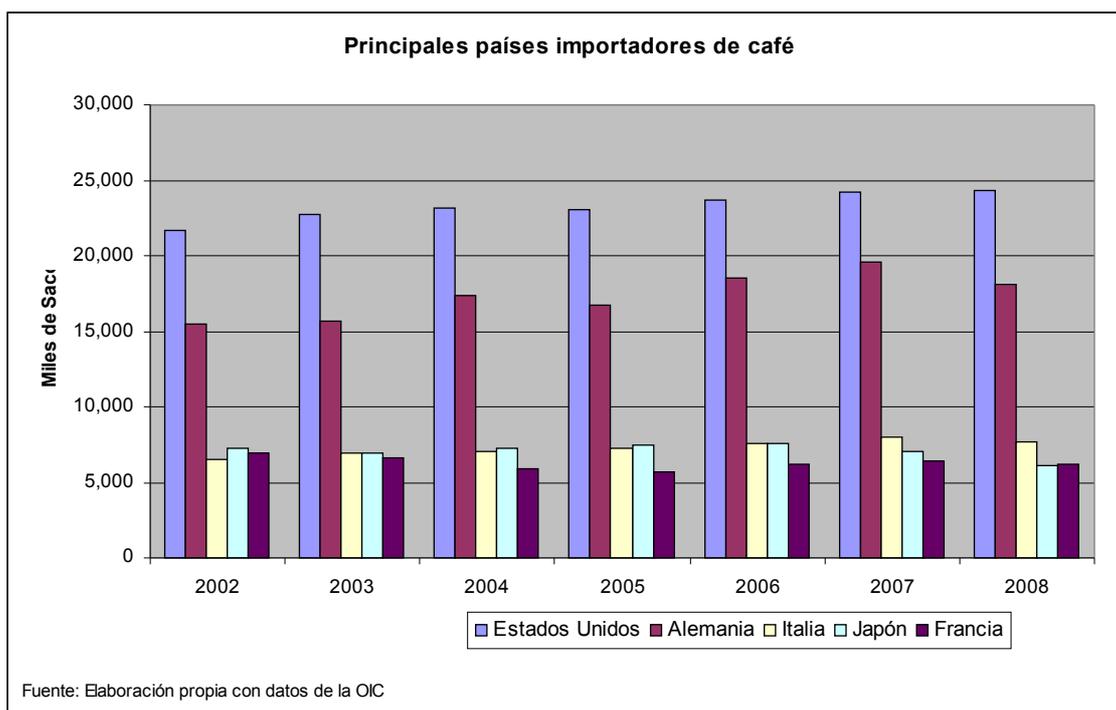
2.3. Demanda mundial de Café: importaciones.

Las importaciones de café en 2008 fueron por un total de 94 millones 612 mil de sacos. Estados Unidos es el principal importador de café al comprar 24 millones 280 mil sacos, 26 por ciento. En orden de importancia le siguen Alemania con 18, 096 miles de sacos(19 por ciento); Italia 7,667 (8 por ciento); Japón 6,073 (6 por ciento) y Francia 6,192 mil sacos importados (7 por ciento). La Gráfica 2.4 muestra esta tendencia.¹⁵

¹⁴ www.infoaserca.gob.mx Revista Claridades Agropecuarias, No. 20

¹⁵ Véase Cuadro 3 del Anexo.

Gráfica 2.4.



Los 27 países de la Unión Europea importan aproximadamente el 65 por ciento del total mundial, lo que muestra que los grandes centros consumidores son Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, y que además ejercen una influencia determinante en la dinámica de este producto.

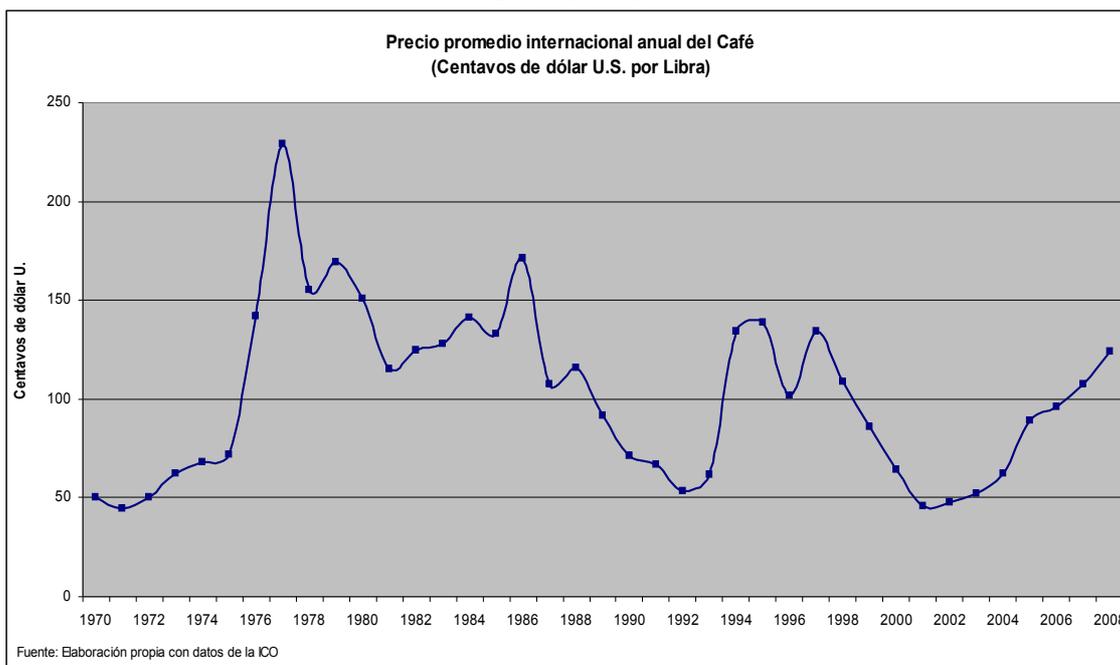
2.4. Precio internacional del Café y la Elasticidad Precio de la Demanda

Una variable fundamental que nos ayuda a comprender el comportamiento de un mercado, sea de un bien cualquiera, es el precio; el cual influye en las interacciones de compra-venta entre demandantes y oferentes.

Una de las características más importantes del mercado mundial del café es la alta volatilidad de los precios, característica que afecta a productores e intermediarios, los cuales especulan acumulando existencias cuando los precios bajan, y las colocan en el mercado durante los períodos de alza de las cotizaciones.

En la Gráfica 2.5 se muestra el comportamiento que el precio del café ha manifestado desde los años setentas.

Gráfica 2.5.



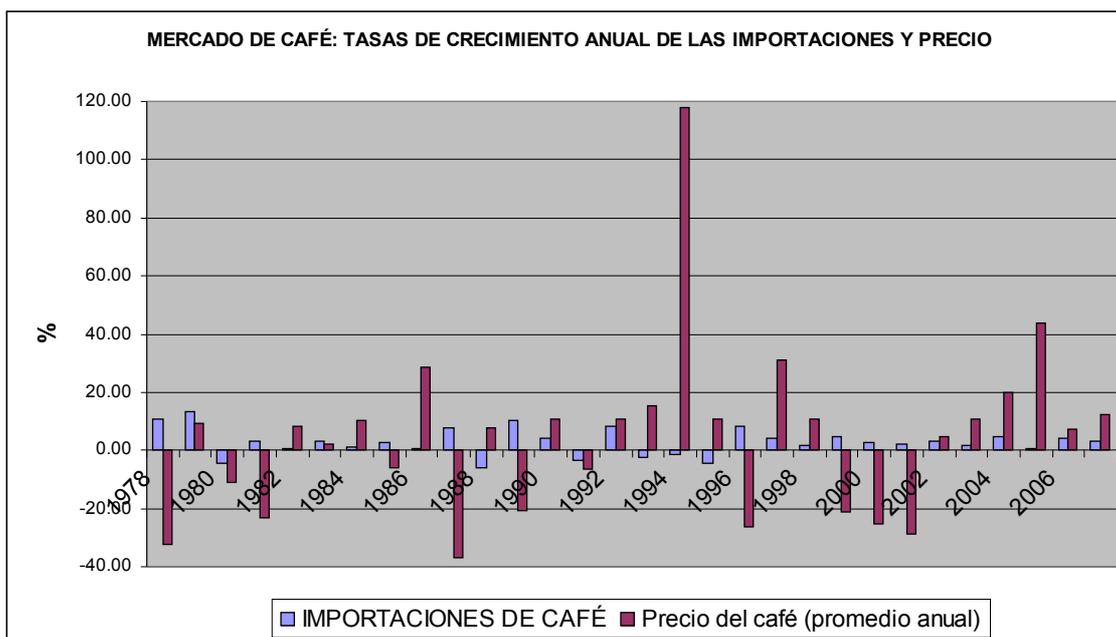
Como se observa en la gráfica anterior, en la década de los setentas el nivel de los precios internacionales del café fue elevado y alcanzó su nivel más alto en 1977, debido a los desequilibrios entre la oferta y la demanda que fueron agudizados en aquellos años por los problemas climatológicos que se presentaron en Brasil: las heladas de julio de 1981 y agosto de 1984, y la sequía de 1985, alteraron la oferta cafetalera de este país y con ello la disponibilidad mundial de excedentes. Entre 1989 y 1993 los precios registraron una tendencia a la baja debido a la actividad de los especuladores promovieron y aceleraron la caída de los precios.

Para la década de los noventa se observa una fase de precios a la alza entre 1994 y 1997. La causa de estos movimientos en los precios fueron los fenómenos naturales que afectaron a las cosechas de café brasileñas: en 1997 se registraron alzas en los precios mundiales del café como resultado de la caída en la producción mundial, ocasionada por el fenómeno climatológico conocido como el “Niño”, entre los que destacaron las heladas en Brasil, la sequía en Colombia y los huracanes en México y Guatemala, además de la sequía e incendios en Indonesia y los problemas socio-políticos en Kenia y Etiopía. Sin embargo, en 1998 nuevamente los precios del café comenzaron a descender, el café arábica descendió 50 por ciento entre enero y octubre de ese año al pasar de 1.80 dólares U.S. por libra a cerca de 0.90 dólares U.S. por libra, iniciando una ligera recuperación a partir de noviembre. Ese comportamiento tuvo dos causas fundamentales que lo explican: la primera es la repercusión de la crisis financiera de los países asiáticos en 1998, caracterizada por una devaluación generalizada de sus monedas respecto al dólar, lo que implicó mayores costos para los países importadores de café de ese continente, que se reflejaron en alzas de los precios al menudeo, los cuales combinados con menores ingresos reales resultaron en una baja del consumo, mientras que los principales países exportadores asiáticos (Indonesia y Tailandia) prefirieron exportar su producción de café que venderlo al interior de su propio mercado, lo que provocó una mayor oferta de café en los mercados mundiales, y una menor demanda del mismo en los países asiáticos; la segunda causa fue la abundante cosecha de Brasil que generó mayores exportaciones que las previstas y comprometidas ante la Asociación de Países Productores de Café para ese año.

Podemos notar que la variable el precio es un elemento básico de todo mercado, incluyendo el de café, de manera que: si sube el precio del este grano, desciende la cantidad demanda (importaciones) y aumenta la ofrecida, pero lo indispensable es saber cuánto aumentará o disminuirá la cantidad ofrecida o demanda cuando el precio sube o baja.

En la Gráfica 2.6 se comparan los comportamientos de tendencia entre el precio internacional del café y las importaciones mundiales.

Gráfica 2.6.



En la gráfica anterior se observa que al inicio de la década de los ochentas, cuando el precio del café era de 150 centavos de dólar U.S. por libra, los niveles de importación disminuyeron 4 puntos porcentuales; en cambio en el periodo 1998-2002, cuando el precio tocó fondo hasta cotizarse en 47.74 centavos de dólar U.S. por libra, la demanda de este producto creció 3.20 %. Estas cifras demuestran que la demanda mundial de importaciones de café se encuentra en función inversa al nivel de precio al que los importadores están dispuestos a pagar por el grano: cuando el precio del café disminuye alientan a las importaciones.

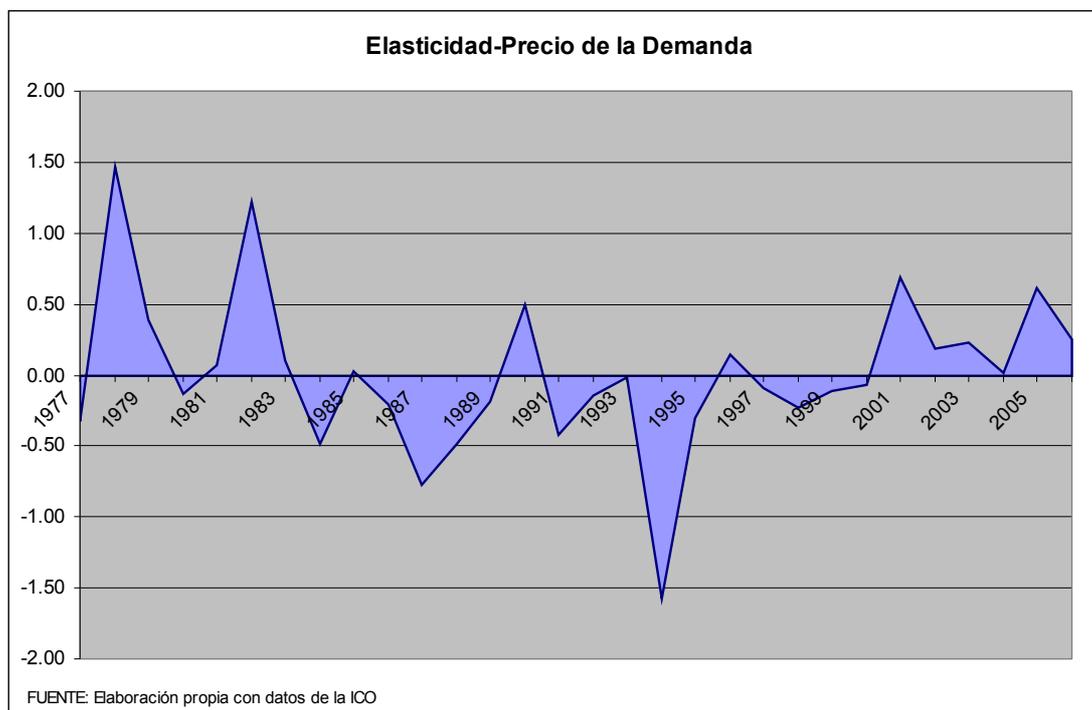
Más allá de este comportamiento, el cual lógico y racional en el mercado, es de mucha ayuda saber hasta que punto es sensible la cantidad demanda de café a determinado precio ¿Cuánto variará la cantidad demandada? La respuesta a esta pregunta se explica mediante *elasticidades*¹⁶.

La elasticidad-precio de la demanda de café muestra la variación porcentual que experimenta la cantidad demanda de café cuando sube su precio en 1 por ciento, es decir la sensibilidad de las importaciones de café ante variaciones en los niveles de precio

¹⁶ La elasticidad mide la sensibilidad de una variable a otra. Es una cifra que nos indica la variación porcentual que experimenta una variable en respuesta a una variación de otra de un 1 por ciento. Robert Pindyck pp. 32

internacional.¹⁷ En la Gráfica 2.7 se demuestra esta sensibilidad de la demanda de café a su precio.

Gráfica 2.7.



La elasticidad-precio de la demanda normalmente es una cifra negativa, debido a que cuando sube el precio de un bien, la cantidad demandada normalmente disminuye. Cuando la elasticidad-precio es mayor que uno, se dice que la es *elástica respecto al precio* y viceversa si la elasticidad-precio es menor a uno es *inelástica*.

La Gráfica 2.7. nos muestra que la demanda de café es inelástica, menor a 1, comportamiento que se debe a que la demanda de un bien depende de la existencia de otros bienes sustitutos, así un aumento en el precio lleva al consumidor a comprar menos del bien caro y más del sustituto. Dado que el café no cuenta con sustitutos cercanos, las importaciones del grano son inelásticas al precio. Bebidas alternas al café, como lo son el té y jugos de frutas, aún no son competencia importante para esta bebida, debido a la preferencia que tiene la gente por el café, hacen poco sustituible su sabor y aroma.

¹⁷ La Elasticidad Precio de la Demanda se representa a través de la siguiente función:

$$E_p = (\% \Delta Q) / (\% \Delta P)$$

donde $\% \Delta Q$ significa la variación porcentual de la cantidad demandada y $\% \Delta P$ significa la variación porcentual del precio. La variación porcentual de una variable es la variación absoluta de la variable dividida por su nivel inicial; por lo tanto la elasticidad-precio de la demanda también se puede expresar de la siguiente manera:

$$E_p = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} = \frac{P}{Q} \frac{\Delta Q}{\Delta P}$$

2.5. El cultivo de café en México.

En México, gracias a la topografía y clima con las que cuenta, cultiva café de excelente calidad, ejemplo de ello es el café los Estados de Chiapas y Veracruz cuentan con la protección de *denominación de origen*¹⁸, lo cual lo convierte en uno de los principales productores del grano a nivel internacional.

La variedad que mayormente se siembra es la arábica, que representa el 97% del total, y el sistema de cultivo utilizado es el bajo sombra. La producción en México se concentra en tres variedades arábicas: Typica, Caturra y Bourbon¹⁹. Entre las calidades más destacadas se encuentran la de Coatepec y la Pluma Hidalgo.

México es el séptimo productor de café a nivel mundial²⁰, y de acuerdo a los datos del Sistema Integral de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP)²¹ en 2007, la producción nacional fue de 1, 458 miles de toneladas.

Las regiones donde se concentra el cultivo de café son tres: Centro Occidente, Centro y Sureste, donde se origina más de del 75 por ciento de la producción mexicana de café, como nos lo indica la Figura 3.

Figura 3.
México: Producción de Café por Región
2007



Fuente: SIAP, SAGARPA.

¹⁸ De acuerdo con el artículo 153 de la Ley de la Propiedad Industrial se entiende por denominación de origen el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales y los humanos.

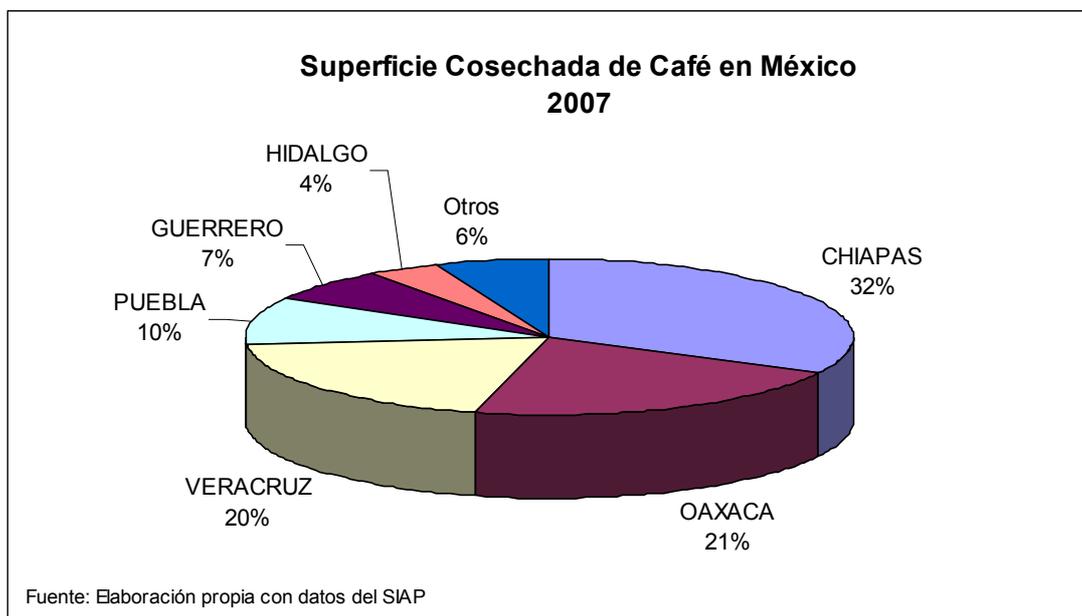
¹⁹ Otras variedades menos importantes son Mundo Novo, Garnica, Catuaí, Catimores y los Maragos (Maragogype y Pacamara)

²⁰ International Coffee Organization (ICO).

²¹ La principal base de datos consultada en esta sección es el Sistema Producto Café SIAP, y su actualización se rezaga dos años.

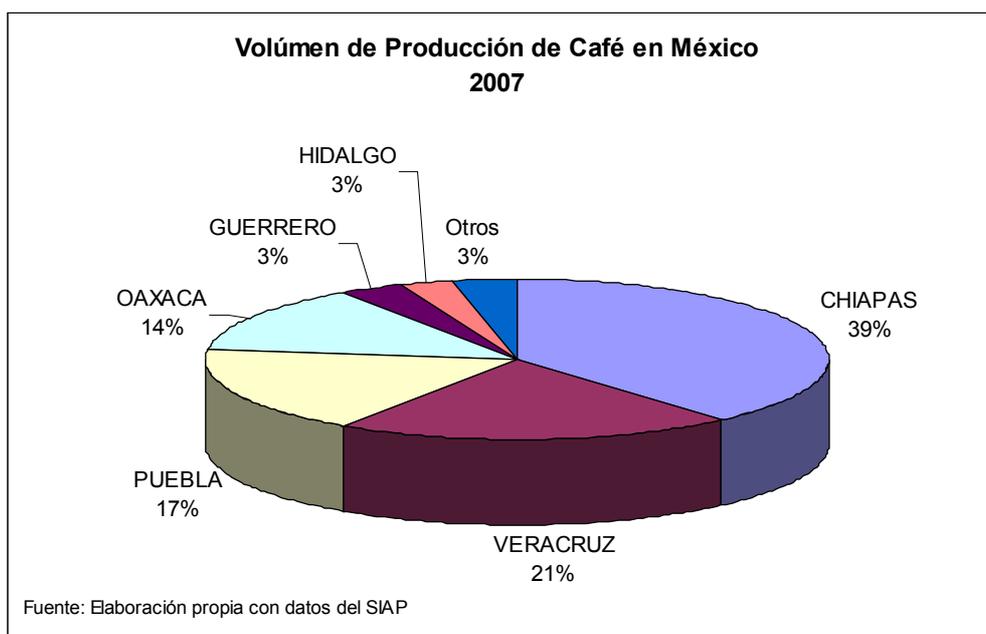
La superficie cosechada en 2007 fue de 772 mil hectáreas (ver Grafica 2.8.) en quince estados de la República: Colima, Chiapas, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tabasco y Veracruz.

Gráfica 2.8.



Chiapas es el principal estado productor de café con una participación de 32 por ciento, en superficie cosechada, mientras Oaxaca aporta el 21 por ciento, Veracruz 20 por ciento, y Puebla 10 por ciento, por lo que 4 estados aportan el 83% del total nacional. En la Grafica 2.9 se muestra la producción de café que para ese mismo año se obtuvo de la cosecha.

Gráfica 2.9.



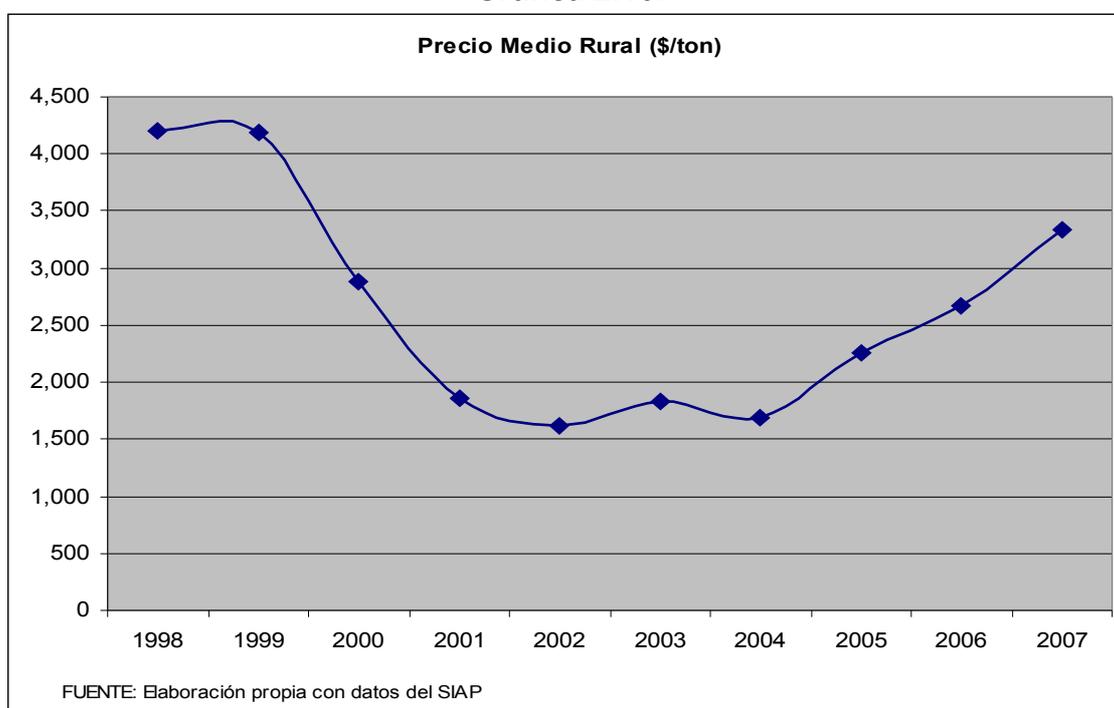
Chiapas es líder en superficie cosechada y en el volumen de producción, sin embargo en Oaxaca no ocurre así, es el segundo estado que más superficie cosecha, pero su

rendimiento de 1.22 toneladas por hectárea y una superficie sembrada siniestrada del 13 por ciento lo ubican como el cuarto en la producción.

El municipio de Tapachula en Chiapas, es el mayor productor nacional 51,250 toneladas en 2007, lo que representa el 4 por ciento; otros municipios chiapanecos productores de café son Motozintlan de Mendoza, Chilon, Siltepec entre otros. Atoyac de Álvarez en Guerrero y Coatepec en Veracruz, son otros de los principales municipios donde se cultiva el grano mexicano. (Ver Cuadro 6 del Anexo)

Respecto al precio del café en mexicano, éste como cualquier otro precio, se rige por los vaivenes que originan la oferta y la demanda, propiciando que el precio de café se modifique constantemente. En la Gráfica 2.10 se muestra el comportamiento del precio rural promedio nacional.

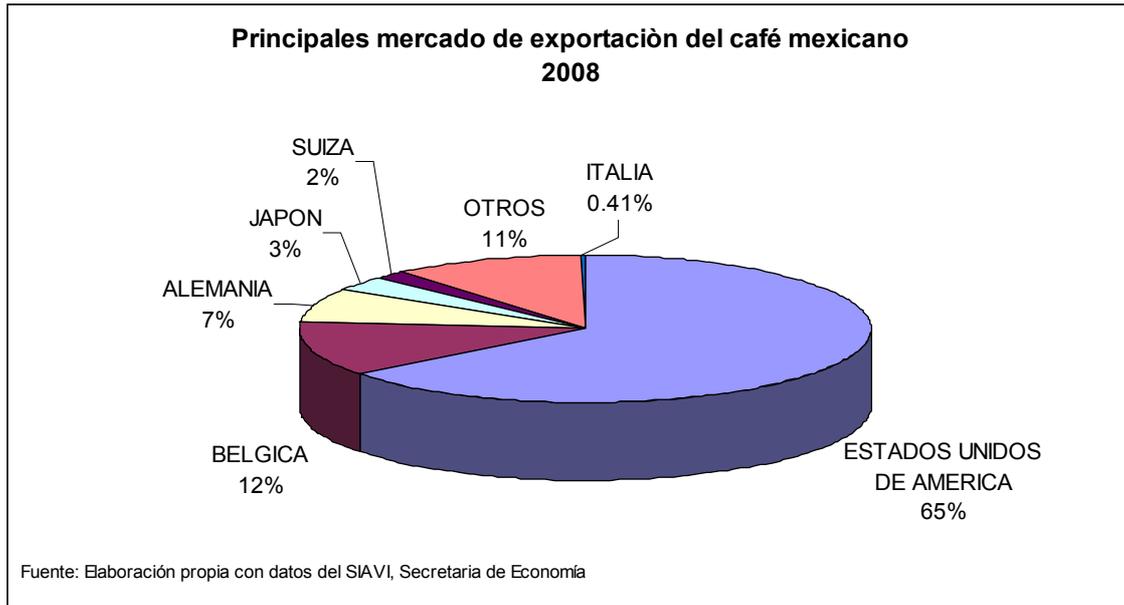
Gráfica 2.10.



Los precios medios rurales (PMR) pagados por kilogramo de café oscilan entre \$5.56 pesos por kilogramo en Oaxaca y \$5.00 en Querétaro, hasta los \$2.00 pesos en Michoacán y \$0.95 centavos en San Luís Potosí. Por su lado, productores chiapanecos reciben en promedio \$3.26 pesos por kilo de café y los veracruzanos \$2.83. (Ver Cuadro 4 del Anexo)

En el año 2008 el valor de las exportaciones de café mexicano fue de 366,518 miles de dólares, de los cuales el sesenta y cinco por ciento se dirigen a Estados Unidos. En la gráfica 2.11 se muestra los principales países con los cuales los productores de café comercializan su grano.

Gráfica 2.11.



Bélgica es el segundo comprador más importante de café producido en México: 12% de la oferta exportable; otros importadores son Alemania (7%), Japón (3%) y Suiza (2%).

Como ya se menciona, la mayor parte de las exportaciones de café mexicano se dirigen a los Estados Unidos. Los principales motivos por los que ocurre esto, se debe primero a que ésta tendencia siempre ha existido, es un hecho histórico que se ha presentado a lo largo de varios años, y que con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) desde el 1 de enero de 1994, se ha marcado aun más. Un segundo motivo es que los productores nacionales, al enfrentarse a un mercado europeo cada vez más exigente, han optado por dirigirse hacia el mercado de los Estados Unidos, más cercano, muy competido y sobre todo menos exigente que el europeo.

Reconociendo el actual contexto del mercado internacional del café, hacen evidente que México cuenta con considerables razones y condiciones para diversificar sus exportaciones de café, y empezar a direccionar nuestras relaciones comerciales de café hacia uno de los demandantes más importantes a nivel global y donde además la presencia del café mexicano es marginal; hacia un mercado donde ésta bebida forma parte de su cultura: Italia.

3. Tratado de Libre Comercio Unión Europea – México TLCUEM

3. Tratado de Libre Comercio Unión Europea – México (TLCUEM).

En este capítulo se da a conocer una de las razones más importantes por las que el mercado italiano representa un mercado potencial: el Tratado de Libre Comercio Unión Europea – México (TLCUEM). México firmó dicho acuerdo dentro de un marco de política de diversificación de sus relaciones con el exterior; motivo que nos lleva a analizarlo de manera generalizada, centrándonos en las cuestiones comerciales que en ella se plasman y son de interés, para realizar exportaciones a Italia, como miembro de dicho bloque económico.²²

3.1. Características generales del TLCUEM

La relación bilateral México- Unión Europea no comienza con la firma TLCUEM, sino desde 1975, año en que se logra el primer Acuerdo de Comercio y Cooperación, el cual estuvo vigente durante 15 años y en 1991 fue sustituido por el Acuerdo Marco de Cooperación.

En el acuerdo de 1975 México logra la concesión del trato de nación más favorecida²³, lo que para México fue un logro importante ya que no era miembro del GATT²⁴ y por eso precisaba acuerdos o convenios de esta naturaleza. En mayo de 1995 con la firma de la Declaración Solemne Conjunta entre México y la Unión Europea se comprometen ambos a negociar un marco para un área de libre comercio, de acuerdo a las normas de la OMC, con el objetivo de fomentar el crecimiento y la diversificación del comercio. Este proceso culmina en 1997 con la suscripción del Acuerdo de Asociación Económica o Acuerdo Global, y entró en vigor en el 2000. La base de este acuerdo es el reconocimiento de la democracia y sus principios, al igual que el respeto a los derechos humanos. Estos temas son el marco que permitieron construir la zona de libre comercio entre México y la UE.

Como tal, no existe un documento llamado Tratado de Libre Comercio Unión Europa-México, sino tres textos complementarios entre sí:

- Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación; integrado por las disposiciones generales sobre el diálogo político, comercio, movimientos de capital, contratación pública, competencia, propiedad intelectual y otras.
- Decisión referida al Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política; compuesta de siete títulos, tres anexos, un apéndice y una declaración conjunta. Aborda el comercio de servicios, propiedad intelectual, solución de controversias de estos temas, y las obligaciones del Comité Conjunto que crea el Tratado. Este documento se conoce como la Parte I del TLCUEM.

²² Rosario Green. *La agenda política y de cooperación en la Nueva relación entre México y Europa*, en El Mercado de Valores Junio 2000. pp 4-5

²³Trato de Nación más Favorecida (NMF). La cláusula de la nación más favorecida establece la extensión automática de cualquier mejor tratamiento que se concederá o ya se ha concedido a una parte a todas las demás partes en un acuerdo de comercio internacional.

²⁴ GATT: *General Agreement on Tariffs and Trade* (Acuerdo general sobre comercio y aranceles)

- Decisión 2/2000 del Consejo Conjunto Comunidad Europea-México, integrado por ocho títulos, dieciséis anexos, apéndices y diversas declaraciones conjuntas. Se refiere a la libre circulación de bienes, compras del sector público, competencia, mecanismos de consulta para asuntos de propiedad intelectual y solución de controversias en los temas anteriores.²⁵ Esta es la Parte II del TLCUEM.

Como podemos ver, el Acuerdo aborda más que el ámbito comercial, y para efectos de este trabajo, el Tratado establece disposiciones en 5 materias:

1. Acceso a mercados. Normado por los artículos 3 al 14 de la Parte II, estableciendo los principios de la desgravación arancelaria, el calendario de la misma (art. 4 al 10); medidas no arancelarias (art. 11 y 12); trato nacional (art. 13); medidas antidumping y compensatorias (art. 14).
2. Reglas de Origen. Los productos que se benefician de las reducciones y eliminaciones arancelarias, son aquellos que sean plenamente obtenidos en los territorios de ambas partes. Pueden ser elaborados con insumos originarios de ambos socios, o no originarios, pero dichos insumos deben ser transformados de manera significativa.
3. Medidas sanitarias y fitosanitarias. El Artículo 20 de la parte II se refiere a estas medidas, y ambas partes confirman sus derechos y compromisos establecidos en el Acuerdo sobre Medidas Sanitaria y Fitosanitarias de la OMC.
4. Medidas sobre normalización. El Artículo 19 de la Parte II nuevamente confirma los derechos y obligaciones de la UE y México del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC.
5. Salvaguardias. El Artículo 15 de la misma Parte II menciona que las salvaguardas permiten hacer frente a las situaciones de emergencia que pudieran surgir ante un gran aumento de importaciones de un producto que cause o amenace dañar los productos nacionales.

Los anteriores puntos inciden, a favor o en contra, de las exportaciones mexicanas hacia el bloque europeo: el acceso a mercados nos indica si un producto ya se encuentra desgravado totalmente o aún no; las reglas de origen son vitales para que así las mercancías mexicanas pueda comprobar su procedencia y gozar de los beneficios que se les han otorgado en el marco del TLCUEM; las medidas sanitarias y fitosanitarias que se deben de conocer muy bien para cumplir con todas ellas, así como las medidas de normalización; y finalmente conocer si el bloque se valen de algún tipo de salvaguarda por considerar lo así para su conveniencia. Por ello, a continuación veremos la situación general del café en el TLCUEM, así como en los puntos anteriores.

²⁵ Gazol Sánchez, Antonio. Bloques Económicos. Facultad de Economía, UNAM. México. 2006. pp. 457

3.2. Situación del café en el marco del TLCUEM: restricciones arancelarias, no arancelarias y legislaciones especiales.

La manera de conocer la situación de nuestro producto en el intercambio comercial entre la UE y México, es a través del nivel de impuesto de importación que paga el café mexicano en la UE.

A continuación en el Cuadro 3.1 se muestra esta información:

Cuadro 3.1

09 01 Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción		Derechos a terceros países	Preferecias arancelarias México	Grupo de países SPGL ^a
- 0901 11	- Café sin tostar			
-- 0901 11	-- Sin descafeinar	0%	0%	-
-- 0901 12	-- Descafeinado	8.30%	0%	4.80%
- 0901 21	- Café tostado			
-- 0901 21	-- Sin descafeinar	7.50%	0%	2.60%
-- 0901 22	-- Descafeinado	9%	0%	3.10%
- 0901 90	- Los demás			
-- 0901 9010	-- Cáscara y cascarilla de café	0%	0%	-
-- 0901 9090	-- Sucédáneos del café que contengan café	11.50%	0%	8%

FUENTE: TARIC

^a Grupo de países SPGL: Antigua y Barbuda, Anguilla, Antillas neerlandesas, Antártica, Argentina, Samoa Americana, Aruba, Barbados, Bahrain, Bermudas, Brunei, Brasil, Bahamas, Isla Bouvet, Botswana, Belice, Isla Cocos, Congo, Costa de Marfil, Islas Cook, Camerún, China, Cuba, Isla Navidad, Dominica, República Dominicana, Argelia, Egipto, Fiji, Islas Malvinas, Micronesia, Gabón, Granada, Ghana, Gibraltar, Groenlandia, Georgia del Sur y las Islas Sandwich del Sur, Guam, Guyana, Isla Heard, Islas McDonald, Indonesia, India, Irak, Irán, Jamaica, Jordania, Kenia, Kirguizistán, San Cristóbal, Kuwait, Islas Caiman, Kazajstán, Líbano, Santa Lucía, Libia, Marruecos, Islas Marshall, Macao, Islas Marianas, Montserrat, Mauricio, Malasia, Namibia, Nueva Caledonia, Norfolk, Nigeria, Nauru, Niue, Oman, Panamá, Polynesia Francesa, Filipinas, Pakistán, San Pedro y Miquelon, Pitcairn, Palau, Qatar, Rusia, Arabia Saudita, Seychelles, Santa Elena, Surinam, Siria, Swazilandia, Islas Turcas y Caicos, Tailandia, Tayikistán, Tokelau, Turkmenistán, Túnez, Tonga, Trinidad y Tobago, Ucrania, Uruguay, Uzbekistán, San Vicente y las Granadinas, Islas Vírgenes, Vietnam, Islas Wallis y Futura, Mayotte, Africa del Sur y Zimbabwe

Como podemos notar para la partida 0901, la UE impone a terceros países aranceles a la importación: cuando se trata de café descafeinado sin tostar se paga un arancel del 8.3 por ciento ad valorem; pero si se trata de café mexicano, no aplica: desde la entra en vigor del TLCUEM algunos productos agrícolas se desgravaron inmediatamente, entre ellos el café.²⁶

Un caso particular son las exportaciones de café orgánico, existe una normatividad especial que aplica la Unión Europea a este tipo de productos, pero estas no son arancelarias y ni cupos de importación, sino cumplimiento de características del método de producción utilizado y de etiquetado del producto. En el Anexo se detallan los requerimientos necesarios para exportar café orgánico.²⁷

En lo que respecta a los aranceles, cupos y otros mecanismos de restricción no arancelaria a la exportación de café, por parte de las autoridades mexicanas, no son motivo de preocupación para el exportador, ya que no aplican este tipo de barreras al comercio exterior. Si es necesario contar con un Certificado de Origen expedido por la Asociación

²⁶ En la sección de *Acceso a Mercados* del TLCUEM, se reconocen las condiciones especiales del sector agrícola y se establece una desgravación paulatina: Etapa 1: inmediata; Etapa 2: 2003; Etapa 3: 2008; Etapa 4: 2010.

²⁷ Se dice que un producto es orgánico cuando este es producido sin el uso de fertilizantes, pesticidas o químicos que puedan dañar el medio ambiente y contaminar los alimentos.

Mexicana de la Cadena Productiva del Café, A.C. o los Consejos Estatales de Café, necesario para las exportaciones definitivas.²⁸ En el Anexo Documental se describe el procedimiento para obtenerlo.

Para iniciar el proceso de exportación no basta con tener conocimiento general de las normas impuestas al café, y que el productor las cumpla; es necesario que el exportador conozca más a fondo el mercado en el que busca colocar su producto: las oportunidades que tiene, lo necesario para poder penetrar con éxito y consolidar su producto o consolidarse como proveedor de compradores italianos de café. Por ello a continuación se enfatiza cada uno de estos puntos que identifican a Italia como opción para que los exportadores mexicanos de café.

²⁸ Circular T-477/2002

4. Italia: una opción para la diversificación de las exportaciones de café mexicano.

4. Italia: una opción para la diversificación de las exportaciones de café mexicano.

La elección de mercado meta es una de las primeras decisiones que el productor debe tomar cuando ha decidido emprender la exportación de su producto. Por ello el presente estudio tiene como principal objetivo orientar al exportador de café mexicano en la búsqueda y selección de mercado para vender su producto a destinos como el europeo, teniendo este trabajo como mercado objetivo al italiano.

Para ello se realiza un análisis FODA, características de Italia, perfil del consumidor, el volumen y valor de las exportaciones de café mexicano que se envían a dicho país, el consumo per cápita de café; para así habiendo reconocido el potencial que representa el mercado italiano, finalmente se exponen los pasos a seguir en el proceso exportador: trámites y documentación necesarios para la embarcación, así como la logística de transporte requerida para la operación.

4.1. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Para tener un mejor diagnóstico y saber atacar las áreas donde podemos encontrar obstáculos durante el proceso exportador, un análisis FODA²⁹ suele ser de gran utilidad para detectar las ventajas y desventajas a las que se enfrenta el comerciante ante la situación actual de las exportaciones mexicanas de café hacia Italia.

Fortalezas

Las fortalezas se refieren a las capacidades especiales con las que cuenta el café mexicano y que lo privilegian de la competencia, además de las ventajas con las que cuenta Italia como mercado meta. Es así como podemos encontrar que algunas de las fortalezas son:

- El café mexicano cuenta con una calidad y denominación de origen; beneficiándose así el exportador mexicano del prestigio del grano mexicano.
- México cuenta con una importante oferta exportadora que dirigir al mercado extranjero.
- La calidad del café mexicano es ya conocido por lo consumidores italianos; por lo que ya se tiene ganada la confianza en el producto.

Oportunidades

Las oportunidades son aquellos factores externos que resultan positivos y favorables para el café de México, y que le permiten obtener ventajas competitivas. Las oportunidades con las que cuenta son:

- Italia es una de las principales economías del mundo, y junto con ello cuenta con un mercado con alto potencial y poder adquisitivo, factores que favorecen el consumo de bienes, entre ellos el café

²⁹ El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

- La población italiana es de 60 millones de habitantes, de los cuales el 57% se encuentran en un rango de edad entre 20 y 60 años de edad, y que son consumidores potenciales de café.
- El TLCUEM, que desde su entrada en vigor se eliminaron los aranceles al café y no existen cupos de importación que se deban cumplir, lo cual constituye una ventana de oportunidades ya que permite facilidades de acceso a este mercado.
- Se han detectado cierta empatía por los productos mexicanos por parte de los habitantes Italianos.³⁰

Debilidades

Las debilidades representan los factores que provocan una posición desfavorable del café mexicano frente a la competencia: recursos de los que se carece, actividades que no se desarrollan positivamente y ciertas condiciones del mercado meta que pudieran afectar la exportación. Puntos débiles que el café mexicano debe enfrentar son:

- La compleja y, en algunas ocasiones, costosa logística de comercialización que implican las operaciones de comercio, y que debido a ello se frustran los intentos de exportar productos mexicanos.
- México ha sido desplazado hasta el séptimo lugar a nivel mundial como productor de café, perdiendo así participación en la cuota de mercado.

Amenazas

Amenazas son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso en contra de las exportaciones mexicanas, y que además no podemos controlar. Así tenemos que algunas amenazas a las que se debe enfrentar el exportador de café son:

- La economía italiana atraviesa por un periodo difícil, con un crecimiento del PIB alrededor del 1%, lo cual puede provocar una tendencia de la población a la moderación en hábitos de consumo.
- Debido a la naturaleza del producto, éste puede ser afectado por fenómenos naturales (plagas, cuestiones climáticas, etc.) que provocan se encarezca su precio, o que no se pueda cumplir con pedidos.
- Las prácticas comerciales desleales inundan el mercado del café, provocando que entre los mismos productores se dañen, importándoles únicamente el beneficio individual.

Este análisis nos muestra que existen riesgos en el camino a exportar, pero no deben de verse como impenetrables, y muestra de ello la Sociedad de Productores de Orgánicos de La Selva Lacandona, cuyo café se exporta con éxito a la Unión Europea.³¹ Dicha organización desde 2005 comercializa el 100% de su producción de café orgánico a Italia, con ventas anuales de 1 millón 974 mil pesos, posicionándose de esta forma en Europa. Éste caso de éxito nos muestra que es posible ingresar y tener éxito en el mercado italiano.

³⁰ Bancomext., *Oportunidades Comerciales en Italia*, Marzo 2004.

³¹ Comunidad PYME *El Empresario: "Exporte café al mejor destino de Europa"* Enero 28, 2008

4.2. Características Generales de Italia.

Italia es un país de la Europa Mediterránea, cuyo territorio consta principalmente de una península y dos grandes islas: Sicilia y Cerdeña. El total de su superficie es de 301.340 km², la cual se distribuye en una Italia continental, una peninsular y una insular. En el siguiente cuadro se encuentran algunos de los datos más importantes de Italia.

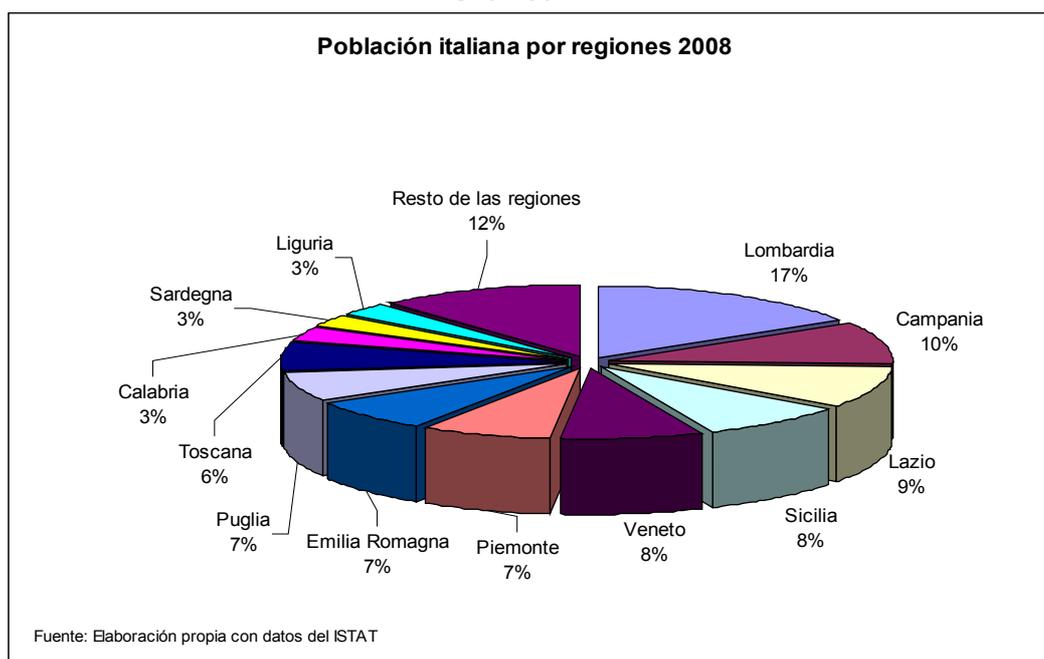
Cuadro 4.1.

Datos Generales Italia	
Nombre oficial	República Italiana
Capital	Roma
Idioma Oficial	Italiano
Forma de Gobierno	República Parlamentaria
Presidente	Silvio Berlusconi
Superficie total	301,380 km ²
Población 2008	60,054,106 hab
Densidad	198 hab/km ²
PIB Total 2008* (nominal)	USD 2,399 mil millones
PIB per capita*	\$40,449
IDH	0.945
Moneda	Euro (€, EUR)

Fuentes: Elaboración propia con datos del IMF, WB y Wikipedia, Enciclopedia libre.

Italia se encuentra dividida en 20 regiones administrativas, donde las ciudades más importantes de son Roma, Milán y Nápoles, y otras en menor medida como Turín, Palermo, Génova, Bolonia, Florencia etc. En la siguiente gráfica se muestran los porcentajes de concentración de la población de cada una de las regiones.

Gráfica 4.1.



Italia entró en recesión técnica en el primer trimestre del 2005. El PIB cayó un 0,5% en el primer trimestre de ese año, sin embargo el segundo trimestre presentó una leve recuperación de la tasa de crecimiento del PIB, lo que le permitió salir de la recesión técnica; para que así en 2006, la economía italiana presentara señales de total recuperación, después de cuatro años y medio de estancamiento. Los principales factores que han impulsado este crecimiento han sido el alza de las exportaciones, condiciones fáciles de crédito, el crecimiento del empleo seguido a las políticas públicas y una mayor confianza de los consumidores e inversionistas. En 2007 el PIB creció un 1,5%, mientras que en 2008 el PIB italiano se contrajo en un 1%: por el mismo año Italia compró en el extranjero el 4,5% menos de bienes y servicios que el año anterior, lo que supuso una disminución de los recursos disponibles del 1,8%. En cuanto a las exportaciones, Italia vendió en el extranjero un 3,7% menos que en 2007.³²

En el marco internacional, Italia forma parte de la Unión Europea (UE), miembro fundador desde 1958, Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), Organización de Naciones Unidas (ONU), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE) y al G-8 o grupo de las ocho naciones más industrializadas del mundo.

La información anterior nos da una visión general geográfica, demográfica y económica que envuelve a Italia, por lo que a continuación es necesario conocer las relaciones comerciales de Italia con el mundo, respecto al café.

4.3. Perfil general del Consumidor italiano

Es conocido que los italianos cuentan con un gusto preferente por el café en cuanto a bebidas calientes se trata. Esta es una de las razones que los coloca dentro de los principales 10 consumidores a nivel mundial.

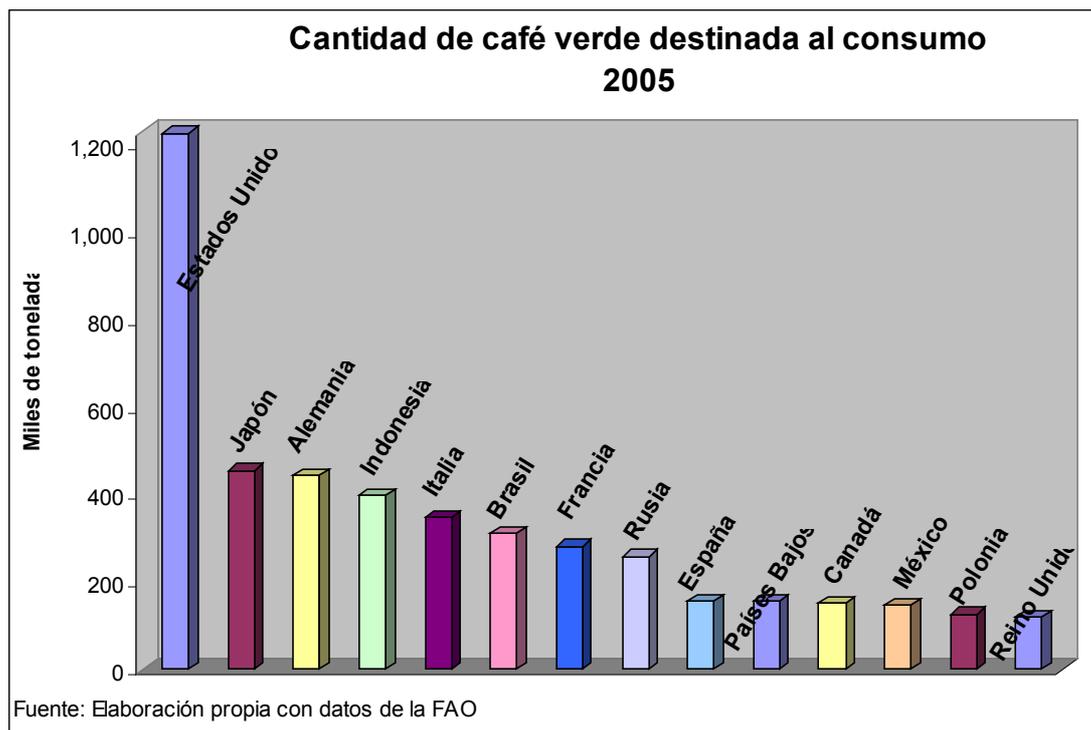
Como ya se dijo anteriormente, Estados Unidos es el principal consumidor mundial, pero cabe mencionar que esta nación está presentando un descenso en su consumo per cápita, pues se estima que en los sesentas alrededor del 75 por ciento de la población lo consumía, mientras que en los noventas disminuyó a 33 por ciento, como consecuencia al incremento del consumo de otras bebidas sustitutas como lo son refrescos, té, chocolate, jugos naturales y agua embotellada, así como a las campañas de salud en contra de los efectos de la cafeína.³³ (Véase Cuadro 11 del Anexo)

El segundo principal consumidor de café es Japón, donde esta bebida se prefiere soluble y/o frío enlatado. Alemania es el tercer principal consumidor de café, además de ser uno de los principales tostadores de éste, lo que lo hace un importante reexportador de grano de café con valor agregado. El quinto consumidor de café es Italia, nación donde esta bebida es una tradición, además de formar parte del estilo de vida de los habitantes. Los italianos no consumen cualquier tipo de café, sino los granos de la más alta calidad, lo que los lleva a buscar mezclas de las mejores cosechas.

³²

³³ Centro de Estudios de Finanzas Públicas, Cámara de Diputados, *El Mercado del café en México*, CEF/054/2001. Diciembre 2001.

Gráfica 4.2.



Alemania permanece, de lejos, como el principal consumidor de café en la UE, representando el 22 por ciento del consumo total de la UE en el 2005, que equivale a 8,05 millones de sacos. Otros consumidores importantes de café de la UE son Italia (15% del consumo total de la UE en el 2005), Francia (14%), España (8%), Reino Unido (7%), y Polonia (6%). De estos países, el Reino Unido y Polonia mostraron las tasas medias anuales de crecimiento más altas durante el período del Estudio.

Según la Organización Internacional del Café (ICO), Finlandia presenta el consumo per capita de café más alto, ascendiendo a 12,7 kg per capita en el 2005. Otros países miembros de la UE con un consumo alto per capita son los países escandinavos, tales como Dinamarca (9,0 kg) y Suecia (7,7 kg). El café es también una bebida popular entre las poblaciones en nuevos países miembros de la UE, tales como Estonia (6,7 kg) y Eslovenia (6,0 kg).

De manera general, el mercado de café atraviesa desde hace muchos años una fase de maduración de los consumidores. En términos de consumo per capita (37 kilos anualmente por familia). En el siguiente cuadro se encuentran algunos datos sobre el consumo de café en Italia.

Cuadro 4.2.

Consumo de café en Italia	
56%	de los consumidores de café son hombres
81,1%	de los consumidores de café toman 3 tazas al día
57,3%	es el porcentaje de italianos que toman un café en compañía
22,2%	de los italianos consumen al menos una taza diariamente en un bar
45,2%	de los consumidores en bares viven en el norte de Italia
75,2%	del café se toma en la mañana
74%	de los bebedores de café lo prefieren expresso
1.65	es el consumo medio de tazas diarias de un adulto en un bar
600	las tazas per capita consumidas anualmente en Italia
70 millones	son las tazas consumidas cada día en Italia

Fuente: <http://www.rivaservices.com/stats.htm>

Adicional a los datos anteriores, también es importante saber que:

- la mayoría de la población toma café en las mañanas;
- los hombres beben más café que las mujeres (1.7 tazas contra 1.5);
- los mayores consumidores de café beben en promedio 3.3 tazas diariamente;
- el 37 por ciento toman el café solo, mientras que el 63 por ciento añade algún tipo de edulcorante, leche o lo toman en compañía de un pan;
- el café normal constituye el 87 por ciento del consumo total, mientras el soluble solamente el 13 por ciento;
- el 57 por ciento del café se consume en el desayuno, el 34 por ciento después de comer y el 13 por ciento sin algún alimento;

Otros datos al respecto se encuentran en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.3.

Hábitos de consumo de café de los italianos.		
¿Cuántas tazas de café toman diariamente?	cerca de 3	81.10%
	cerca de 6	14.90%
	más de 6	4.00%
¿Cuándo lo toman?	en la mañana	75.40%
	en la tarde	21.50%
	en la noche	3.10%
¿Donde consumen generalmente el café?	en la cafetería	15.80%
	en la casa	70.70%
	en un distribuidor automático	13.50%

Fuente: <http://www.rivaservices.com/stats.htm>

Adicional a los datos anteriores, en cualquier operación de exportación, es condición necesaria que el exportador tenga presente que la calidad y la sanidad de los productos son factores claves para penetrar, permanecer y tener éxito en ese mercado, dado que la decisión de compra del consumidor depende de la combinación entre: calidad, sanidad y precio.³⁴ Illy es una de las principales empresa italiana de café, cuya mezcla la comprando café arábica de buena calidad, no importándoles el precio que tengan que pagar por el grano: *“la empresa prefiere café especial, único; lotes que no se puedan encontrar en otra área... la calidad que no se puede comprar en New York”*³⁵

³⁴ Centro Empresarial México-Unión Europea (CEMUE) www.cemue.com.mx

³⁵ Nick and Marc Francis. Film *Black Gold. Wake up and smell the coffee*. Oxfam America.

En Italia los productos mexicanos tienen, en general, buena apreciación; sobretodo hay una valoración especial por el algodón, textiles, productos naturales y artesanías. La comunidad italiana considera que el café mexicano es de un gusto fragante pero ligero. La variedad más apreciada es la *Altura Coatepec*, de un cuerpo ligero, gusto dulce, con un sabor a chocolate y de retrogusto ácido; también es considerado excelente el *Café Pluma*.³⁶

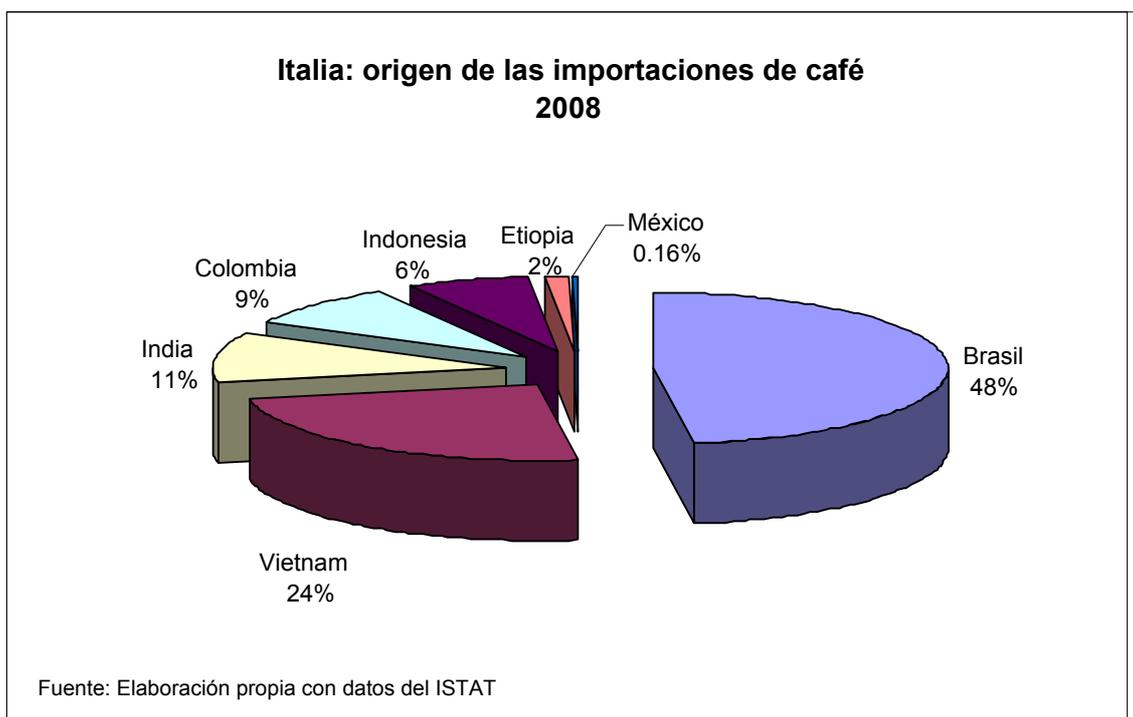
Es importante que el gobierno mexicano lleve a cabo campañas de imagen de los productos mexicanos en el mercado europeo, con el fin de dar a conocer la calidad y sabor de los productos nacionales y establecer pautas de diferenciación con respecto a los competidores, y con ellos afianzar las fortalezas y oportunidades con las que cuentan los productos mexicanos, entre ellos el café.

4.4. Italia: importaciones de café.

Italia, debido a su situación geográfica y a las características que ésta le otorga, no produce café, lo que lo convierte en un importador del grano para satisfacer su demanda interna.

De este modo, vemos que el principal proveedor de café a Italia es Brasil (48%), país que le vendió en el año 2008 más de 28 millones de kilogramos de café por un valor de 52,625 miles de euros. (Ver Cuadros 7 y 8 del Anexo).

Grafica 4.3.

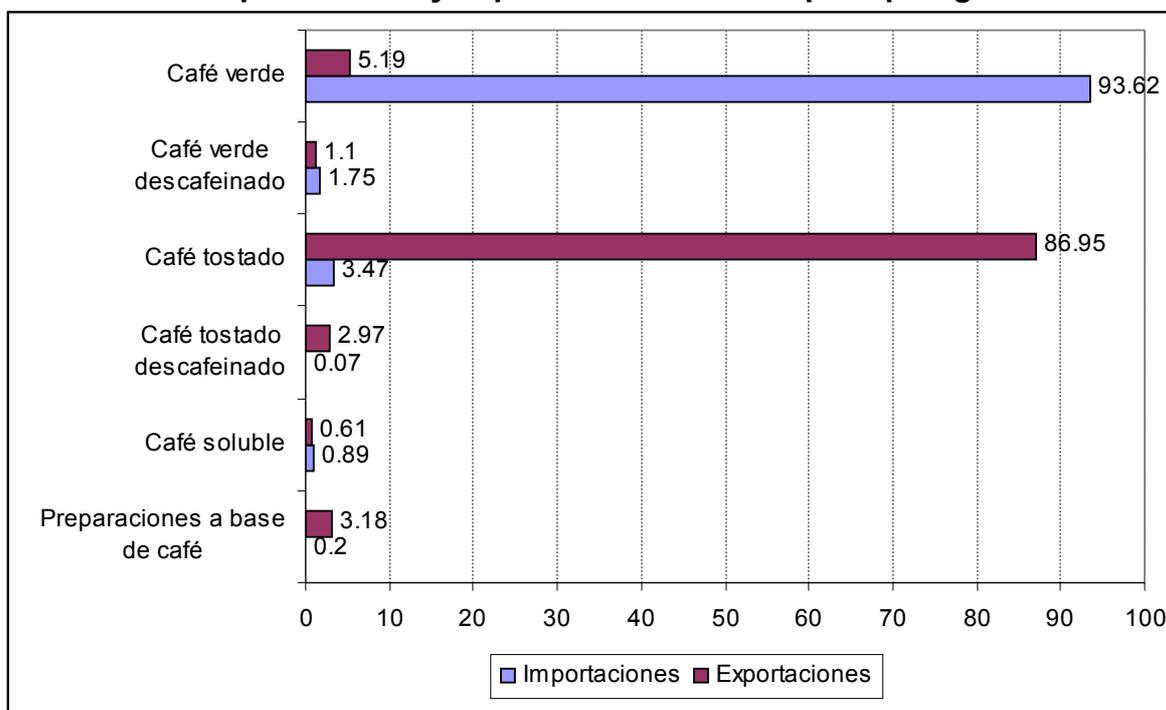


A Brasil le siguen Vietnam, India y Colombia con cuotas de mercado del 24, 11 y 9 por ciento, respectivamente. En la gráfica 4.3, podemos observar que México figura en el lugar número siete con una participación de mercado del 0.16 por ciento.

³⁶ www.caffe.it

De acuerdo a un estudio 2004 de la Federación Europea del Café, en 2004 el café verde es la principal forma en que los italianos importan el producto (Gráfica 4.4), para luego darle el proceso de *torrefazione* o tostado, para después reexportarlo. Esto se debe a que las tostadoras italianas se han especializado en dar un exquisito sabor y aroma al grano de café, hecho que los ha dado a conocer alrededor del mundo.

Gráfica 4.4.
Italia: importaciones y exportaciones de café por tipología 2004



Fuente: European Coffee Federation

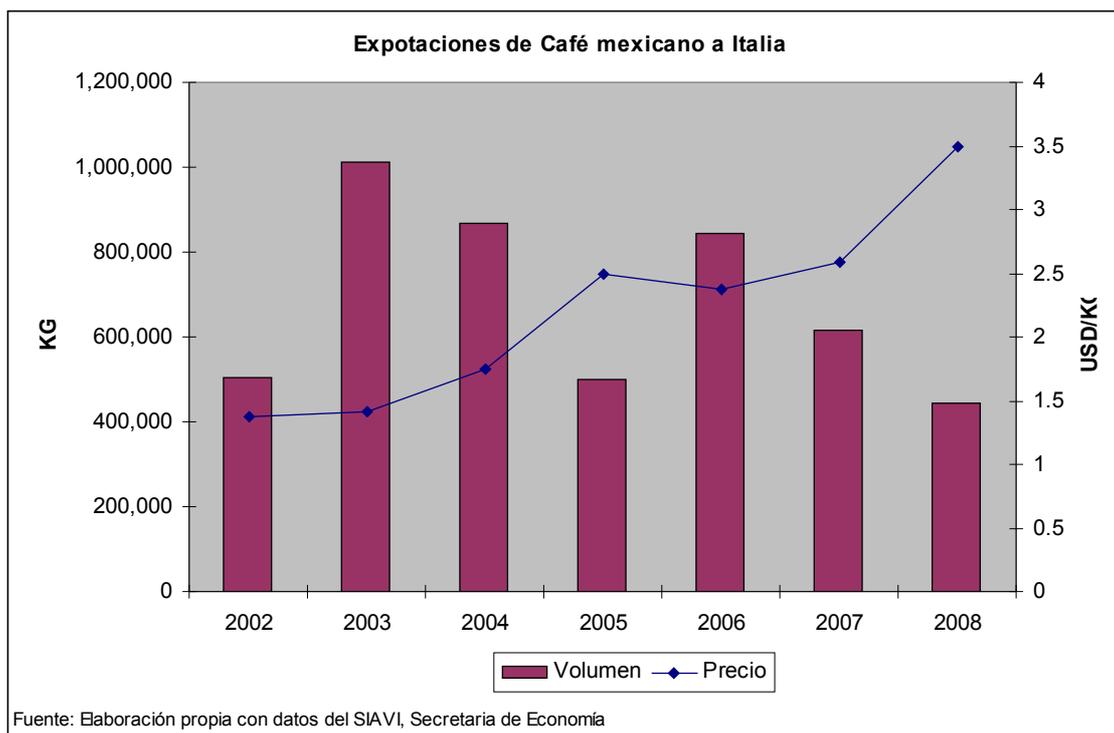
Este último hecho hace que Italia se convierte cada vez más en un mercado favorito para dirigir la oferta exportable de café mexicano a este país, pero no solo redireccionar la actual oferta, sino aumentarla y enviarla a mercados donde gustan de un grano de sabor único como lo es el mexicano.

4.5 Exportaciones de café mexicano a Italia.

En el capítulo anterior se señaló que el grueso de las exportaciones mexicanas se comercian con Estados Unidos (65 por ciento) y el resto a otras naciones europeas y asiáticas. Italia figura en la posición 17 de 41 mercados hacia los que la producción mexicana se exporta. El año pasado se vendieron 443,748 kilogramos de café por un valor total de 1, 549 mil dólares, lo que represento el 0.41 por ciento del total.

A continuación en la Gráfica 4.5 se muestra la tendencia que han tenido las ventas de café hecho en México a importadores italianos.

Grafica 4.5.



Obsérvese que las cantidades exportadas al mercado italiano han sido muy variables: el pico fue alcanzado en el 2003 con 1,013 mil kilogramos de café, aún valor de 1,430 miles de dólares U.S. En lo que respecta el precio pagado en Italia por kilogramo de café mexicano, nótese que éste durante los últimos 6 años ha crecido 17%, pagándose el año pagado casi 3.50 dólares U.S. por kilogramo de café mexicano.

4.6. Proceso de exportación.

Definido el mercado al que se exportará de café, el siguiente paso que debe dar el exportador es el buscar a la contraparte interesada en comercializar el producto: compradores, importadores o comercializadores italianos interesados en adquirir la calidad del café mexicano. La búsqueda de contactos es parte indispensable para emprender un proyecto exportador, con este propósito instituciones como BANCOMEXT y el CEMUE³⁷, realizan búsquedas de comerciantes y empresarios en busca de proveedores de productos y artículos mexicanos, estas mismas instituciones promueven también ferias en las cuales se puedan dar estos contactos entre proveedores y clientes de distintas naciones. Es recomendable acercarse a estas instituciones y comenzar a buscar a los futuros y potenciales clientes.

Contactado al cliente o clientes y éste se encuentra interesado en importar café mexicano, será necesario comenzar pláticas negociadoras en las cuales se defina cada uno de los detalles y términos bajo los cuales se realizara la operación: tipo de café que se venderá; cantidad vendida y/o comprada, ya sea numero de sacos o de kilogramos; precio al cual se realiza la compra-venta e INCOTERM bajo el cual se llevará acabo la operación.

³⁷ Centro Empresarial México Unión Europea.

El INCOTERM³⁸ (International Commerce Term, por sus siglas en inglés) define los derechos y obligaciones que contraen tanto la parte vendedora como la compradora, como por ejemplo, quien paga y contrata flete y seguro, quien tramita y paga documentos y licencias, quien paga las operaciones de estiba, quien paga impuestos, etcétera. El conocimiento de los diversos medios de transporte, puertos, seguros, tránsitos, régimen aduanero en destino, son algunos de los factores que determina la elección del INCOTERM adecuado.³⁹ En el Anexo Documental se enlistan detalles de cada uno de los INCOTERMS, se recomienda analizar cada uno de los términos y elegir el más conveniente para la transacción, antes de tomar la decisión final.

Una vez concretada la venta de café y acordado los términos y condiciones bajo los que se realizará esta, es momento de comenzar con todos trámites, se debe iniciar con la preparación del producto para su venta, así como la correcta expedición de documentos requeridos para este tipo de operaciones internacionales: la factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, entre otros.

4.6.1. Envase y embalaje.

El envase y embalaje son puntos importantes cuando se trata de comercializar internacionalmente, ya que éstos inciden de manera importante en la transportación de la mercancía.

El envase es el material que contiene o que guarda al producto y que forma parte del producto, ya que protege a la mercancía y la distingue de otros. Mientras que el embalaje consiste en todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía, en suma el embalaje es la caja o envoltura con que protege las mercancías para su transporte.

A manera de criterio a nivel internacional, los granos de café utilizan sacos de yute como empaque y embalaje al mismo tiempo. La Organización Internacional del Café ha recomendado y autorizado el empleo del yute en la elaboración de sacos destinados al almacenamiento y comercio del café. Los sacos de yute tienen el color característico de café claro. Una vez confeccionados, normalmente a medidas estándar internacionales, se pueden imprimir hasta con tres colores con un sistema de flexo graffía.

La capacidad de los sacos de café por consenso internacional es de 60 kg y de 69 kg, se debe elegir solo un tipo para que no exista problema alguno con el comprador.

4.6.2. Trámites.

Al tratarse de exportaciones de café estas se realizan de manera definitiva, por lo que es necesario contar con un Certificado de Origen expedido por la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, A.C. o los Consejos Estatales del Café.⁴⁰

La mencionada Asociación expedirá el Certificado de Origen de conformidad con el siguiente procedimiento:

³⁸ La Cámara Internacional de Comercio es la encargada de formular y actualizar los INCOTERMS, y que estos se ajusten a la evolución del comercio internacional. La última versión actualizada de INCOTERMS es la 2000

³⁹ Lerma Kirchner, Alejandro; *Comercio y Mercadotecnia Internacional*; México 2004

⁴⁰ Circular T-477/2002

I.- El exportador deberá solicitar ante la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, A.C., o ante el Consejo Estatal del Café que corresponda, los formatos de Certificado de Origen y de Aviso de Venta;

II.- El exportador deberá presentar debidamente requisitados dichos formatos ante la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, A.C., o ante el Consejo Estatal del Café que corresponda, y

III.- La Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, o los Consejos Estatales del Café conservarán el Aviso de Venta y devolverán al exportador el Certificado de Origen válido, sellado y firmado por el personal autorizado.

Después la Asociación hará del conocimiento de la Administración General de Aduanas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, los nombres y las firmas del personal autorizado por la propia Asociación y por los Consejos Estatales del Café, para expedir los Certificados de Origen. Así se obliga al exportador a presentar ante la Aduana, junto con el pedimento de exportación correspondiente, el Certificado de Origen válido expedido por la Asociación o los Consejos, debidamente firmado y sellado.

La Aduana deberá sellar y fechar, en el espacio correspondiente, el Certificado de Origen válido, así como todas y cada una de sus copias, reteniendo para su envío a la Asociación la copia de aquel color verde, junto con copia de talón, guía o conocimiento de embarque correspondiente.⁴¹

La aplicación de este acuerdo no será validado si se trata de pequeñas cantidades de café destinadas al consumo directo en embarcaciones, aeronaves y otros medios de transporte comercial internacional.

Cuando se trate de exportar café orgánico, existe una normatividad especial que aplica la Unión Europea a los productos orgánicos. En el anexo documental se enlistan los requerimientos necesarios para este tipo de producto.

Certificado Fitosanitario.

México como integrante de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), cuenta con una autoridad fitosanitaria oficial que expide el Certificado Fitosanitario Internacional correspondiente, lo que hace constar que el embarque de exportación fue inspeccionado y se encuentra libre de plagas agrícolas, lo cual da seguridad al importador sin atentar en contra de la soberanía de cada país, ya que puede verificar en puntos de ingreso que el producto agrícola se ajustan a su reglamentación fitosanitaria.

El Certificado Fitosanitario Internacional, se expide por personal de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, una vez que se ha inspeccionado, muestreado y analizado el producto en el lugar de empaque o producción, con la finalidad de verificar el estado fitosanitario de origen y constatar que cumplen con los requisitos que establece el país importador.

Para obtener el certificado, el productor debe acudir a las jefaturas del Programa de Sanidad Vegetal o a los Distritos de Desarrollo Rural de las Delegaciones Estatales de la

⁴¹ Tratándose de Tránsito, la aduana de despacho es la que debe sellar el Certificado de Origen, Circular T-028/2002

Secretaría de Agricultura. Para tramitar este documento se requiere efectuar un pago de derechos en la Secretaría de Hacienda y Crédito.

Despacho aduanal.

Toda exportación esta obligada a ser declarada ante las autoridades aduaneras, por conducto de un agente aduanal (A.A.). Los agentes aduanales son personal autorizado para actuar y realizar a nombre del exportador los trámites de despacho. Es el A.A. responsable de la veracidad de los datos e información que se manifiesta a las autoridades aduaneras, la correcta clasificación arancelaria de la carga y del cálculo de los impuestos que se pagara.

A través de una carta de encargo o encomienda, es como el exportador autoriza al A.A. realizar la declaración y/o despacho de su cargo, del cual resulta el *pedimento de exportación*, documento que permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante la SHCP para la devolución y/o acreditación del IVA.

En cada operación de exportación que se realice se tiene que pagar el Derecho de Trámite Aduanero (DTA), cuyo monto se fija de acuerdo al índice nacional de precios al consumidor y se publica en el Diario Oficial de la Federación.

Por la realización de estos servicios, el A.A. suele cobrar una tarifa de honorarios por la prestación de sus servicios, con base en el valor de la mercancía.

4.6.3. Documentación.

Los documentos que deben emitirse para acompañar a la carga y enviarse al agente aduanal para presentarlos ante las autoridades aduanales son:

- Factura comercial.
- Lista de empaque
- Certificado de origen.

Factura Comercial.

En México, para fines aduaneros, es posible exportar sin factura, pero es muy recomendable que en el país de destino el embarque de la mercancía se ampare con una factura comercial, documento que expresa el valor comercial de producto. Ésta debe presentarse en original y seis copias con firma, en español o en inglés, incluyendo la siguiente información:

- I. Aduana de salida del país de origen y puerto de entrada del país de destino.
- II. Nombre y dirección del vendedor o del embarcador.
- III. Nombre y dirección del comprador o del consignatario.
- IV. Descripción detallada de la mercancía.
- V. Cantidades, peso y medidas del embarque.
- VI. Precio de cada mercancía enviada, especificando el tipo de moneda.
- VII. Tipo de divisa utilizada.
- VIII. Condiciones de venta (de acuerdo al INCOTERM pactado).
- IX. Lugar y fecha de expedición.

En algunas ocasiones se requiere incluir la fracción arancelaria del producto a enviar, esto dependerá si así lo requiere el importador en Italia.

Lista de empaque.

La lista de empaque es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar la mercancía, en nuestro caso café. Éste debe indicar la fracción arancelaria de la mercancía, así como el valor, el peso y el volumen (describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados), datos que deben concordar con aquellos de la factura comercial, ya que se utiliza como un complemento de esa y se entrega al transportista.

Con este documento garantizamos que durante todo el transito de los sacos de café se cuente con un escrito que identifique el embarque completo y que, en caso de un contratiempo, sea posible reclamar a la compañía de seguros.

Certificado de Circulación de Mercancías (EUR1).

Desde junio del 2001 y por aplicación de la regulación europea en materia de importación de frutas y hortalizas frescas, se necesita un certificado de conformidad para cada producto originario de países no miembros de la Unión Europea. Se trata del Certificado de Circulación de Mercancías EUR.1, que es emitido por la Secretaría de Economía de México. En el anexo se encuentra un ejemplo de EUR.1.

Estos documentos deben ser proporcionarlos por el exportador, incluida la carta de encomienda, mediante la cual, bajo protesta de decir verdad, girará las instrucciones al agente aduanal para realizar el despacho aduanero en forma clara y precisa.

4.6.4. Aspectos de logística

La logística comprende el conjunto de acciones y tramites necesarios para hacer llegar la mercancía al cliente en el tiempo y lugar acordados.⁴² Cuando se trata de comercio exterior, la logística es mucho más compleja debido a la necesidad de que la mercancía salga del país e ingrese otro en perfectas condiciones y que además cumpla con las normas de ambas naciones.

El proceso cuando el exportador, una vez realizados la negociación de compra-venta y el acopio de documentos correspondientes, ya se encuentra listo para el envío de la mercancía a su destino en Italia y decidido el medio por el cual enviará su producto. Dado que Italia es un país ubicado en el mar Mediterráneo solo existen dos formas de hacer llegar la mercancía: vía aérea o vía marítima

Acceso Marítimo

A través de los años Italia ha desarrollado una sólida infraestructura portuaria convirtiéndose en la principal puerta de acceso para los productos que ingresan a esta zona de Europa. El acceso por vía marítima ofrece servicios directos para todo tipo de carga, con fletes y tiempos de tránsito similares a los del resto de Europa

⁴² Lerma Kirchner, Alejandro; *Comercio y Mercadotecnia Internacional*; México 2004

La infraestructura portuaria de Italia compuesta por 7.600 Km de costa, cuenta con más de 100 terminales marítimos, de los cuales se destacan, entre otros: Génova, Livorno, La Spezia, Napoli, Palermo, Venecia y Trieste. Sin embargo, sobresale el puerto de Génova ya que es considerado como la principal puerta de entrada por vía marítima hacia este país. Está situado al Noreste de Italia y cuenta con trece terminales especializados en el manejo de carga divididos en: Ro – Ro (Roll On/Roll Off), pasajeros, contenedores, carga general y perecedera, metales, líquidos y grano.

Acceso Aéreo

Italia cuenta con una infraestructura aeroportuaria compuesta por un total de 134 aeropuertos distribuidos a lo largo de su territorio, garantizando facilidades de acceso aéreo a cualquier destino al interior del país. Sin embargo, solo 24 aeropuertos son aptos para el acceso de productos, ya que tienen servicio aduanero y la mayoría brinda opciones de almacenamiento de carga en los terminales.

Los grandes aeropuertos internacionales se encuentran en las principales ciudades italianas: en Roma el Fiumicino y Malpensa en Milán. Ambas terminales aéreas cuentan con la infraestructura adecuada para darle manejo a cualquier tipo de carga, ofreciendo servicios como: parque para perecederos, frigorífico, zona de animales, servicios de veterinarios y fitosanitarios. Estas dos terminales poseen el Cargo City, que es un espacio físico dedicado por el terminal para almacenar y operar la carga del aeropuerto a las conexiones terrestres y férreas, además de ser un espacio informativo, representando el brazo logístico del aeropuerto. Cargo City de Malpensa, Milán: tiene una capacidad de movilidad de 500 toneladas anuales y todos los servicios antes mencionados. Cargo City de Fiumicino, Roma: posee también alta tecnología y gran movilidad.

De las dos opciones presentadas de transporte, aéreo y marítimo, es mucho más viable el uso del segundo por dos razones principalmente: es mucho más barato un flete marítimo que un aéreo y el envío de grandes cantidades de café es más fácil de realizar en contenedores embarcándolos en buques.

Para el envío de café vía marítima es necesario solicitar a la o las líneas naviera que ofrezcan servicio al puerto de italiano donde se haya acordado enviar el producto al comprador la cotización de sus tarifas de flete marítimo, para lo cual la naviera pedirá datos como:

- Tipo de mercancía.
- Cantidad a enviar, número de sacos, cajas o pallets
- Peso
- Puerto de origen, el puerto mexicano más recomendable para llegar a Italia es el Puerto de Veracruz.
- Puerto de destino, Genova y La Spezia son los puertos más importantes en Italia
- Equipo a utilizar; normalmente para el envío de mercancías como el café se utilizan contenedores.

La forma de embarcar el producto es a través de su consolidación en contenedores. Existen diversos tipos de contenedores, pero para la exportación de café es recomendable utilizar los llamados Dry Cargo, Dry Van o Carga Seca y dependiendo de la cantidad a enviar será la elección de un contenedor de 20' ó 40'. En el Cuadro 4.4 se muestran las dimensiones y capacidades de carga de cada uno:

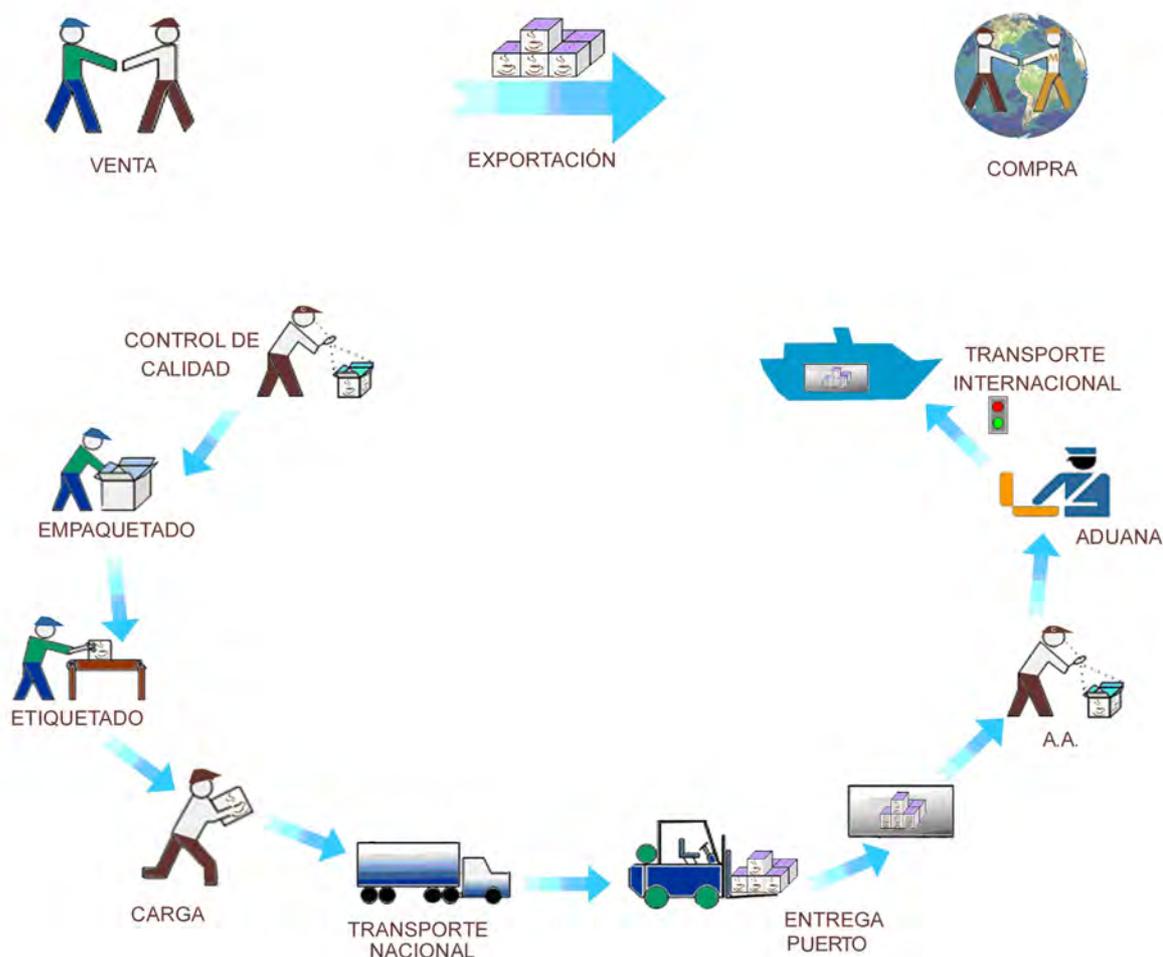
Cuadro 4.4.

Dimensiones de los contenedores					
Tipo de contenedor	Ancho interior	Largo interior	Alto interior	Cubicaje interior (m ³)	Carga máxima (ton)
Contenedor de 20'	2.32 mts	5.90 mts	2.19 mts	30.02	18
Contenedor de 40'	2.35 mts	12.02 mts	2.38 mts	67.23	26.68

Una vez elegido el tipo de contenedor en que se embarcaran los sacos de café y acordada la tarifa de flete marítimo a pagar, se procederá a realizar el *booking* o reservación de lugar en el viaje que convenga para el arribo en tiempo del pedido. Seguido a ello el exportador comienza con revisión, empaquetado y etiquetado de la carga, y así tenerla preparada el café para su consolidación en el o los contenedores. Ello se puede realizar de dos formas: la primera enviar la carga al puerto y consolidar el contenedor dentro del patio fiscal, o tomar el contenedor del puerto, llevarlo hasta el lugar de almacenamiento del café, realizar las maniobras de carga, y devolver el contenedor cargo al puerto ingreso a la aduana.

El Diagrama 2 se muestra un ejemplo del proceso operacional que debe seguir un embarque de exportación FOB:

**DIAGRAMA 2
PROCESO DE EXPORTACIÓN**



Habiendo entregado el café en el puerto y consolidado en el contenedor, el siguiente escalón es la tramitación aduanal, proceso que se inicia con la elaboración de la carta de encomienda e instrucciones al A.A. Con dicha carta el agente aduanal elaborará el pedimento de exportación haciendo la correcta clasificación arancelaria de la mercancía. Posteriormente el A.A. acude, con el pedimento, factura comercial, lista de empaque, y demás documentos, a las oficinas de las autoridades aduaneras para tramitar la salida de la mercancía. La aduana revisa la documentación y de estar correcta, pasará al semáforo fiscal donde a través de una selección aleatoria (luz verde o luz roja) se realiza una revisión fiscal de la mercancía. De resultar todo correcto la autoridad aduanera autorizará la salida o desaduanización y se procede a estibar el contenedor en los almacenes o patios destinados para ello, donde quedará a la espera de su embarcación al buque.

Una vez realizada la desaduanización y estiba, la agencia o línea naviera requerirá la entrega de pedimento y elaborará la guía de embarque, conocimiento de embarque o BL (Bill of Lading)⁴³. Este documento de transporte es un título de consignación que expide la compañía transportista, en tres originales y varias copias, donde se señala que la mercancía se ha embarcado, puerto de embarque y fecha de zarpe, nombre del buque, número de viaje, puerto y fecha de arribo hacia su destino e los datos del embarcador y el consignatario. Es a partir de ese momento, que el transportista es responsable del envío y la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas. Éste título (BL) se debe incluir junto con la lista de empaque, factura comercial, certificados de origen y demás documentación original que se enviará al importador, para con ellos realice la importación del producto.

En una operación de exportación FOB, una vez embarcada la mercancía y enviados los documentos originales, se terminan las obligaciones y responsabilidades del exportador; la recepción de la mercancía en el puerto destino, el despacho aduanal de importación y el traslado hasta el destino final corren a cuenta y cargo del comprador en Italia. En el caso de que se haya negociado un INCOTERM CFR, CIF, DES, DEQ, DDU o DDP, en los cuales se tendrá que hacer cargo del pago flete marítimo internacional, impuestos e incluso de la entrega hasta los almacenes del importador, puede solicitar que el consignatario le envíe los comprobantes de todos los gastos generados.

Todos y cada uno de estos pasos o escalones, deben de realizarse con suma precisión para cuidar los tiempos y calidad de la mercancía, para de esta forma cumplir con las condiciones que se pactaron con el cliente para que éste quede totalmente satisfecho y se consoliden las relaciones de compra –venta en el corto, mediano y largo plazo.

⁴³ Si es transporte aéreo este documento se llama Guía Aérea (Airway Bill)

CONCLUSIONES

Conclusiones.

México, después de su ingreso al GATT en 1985, inicia su carrera en la apertura de sus relaciones comerciales con el mundo, comienza con la firma de diferentes tratados, asociaciones y convenios cuyo objetivo fue la diversificación de las exportaciones e importaciones de mexicanas.

Como ya se menciona en este trabajo, nuestra nación es una de las principales productoras de café a nivel internacional, y además la calidad del producto es altamente reconocida a nivel internacional, sin embargo, durante los últimos años México ha estado perdiendo terreno en el mercado internacional de café, colocándose hoy como el séptimo productor de café y noveno exportador en el mundo pese a la diversidad de acuerdos a los que ya hemos hecho referencia, desperdiciando así otras oportunidades de diversificaciones de mercados como el italiano. Actualmente se tiene abiertos mercados que aun no han sido aprovechados en su totalidad como lo es el caso del TLCUEM (en vigor desde el año 2000), y desperdiciando mercados como el italiano.

Como se expuso en el trabajo, Italia representa un área de oportunidad para las exportaciones mexicanas de café: por ser un mercado con alto potencial de consumo, dado que es un país donde el consumo del café es una tradición muy arraigada entre sus habitantes y tienen alta exigencia por el buen café; sin embargo su situación geográfica no le permite cultivarlo, convirtiéndolo en el cuarto importador a nivel global.

Considerando que la comercialización del café, se encuentra favorecida en el TLCUEM por la preferencia arancelaria al producto, ponen de manifiesto a los cafetaleros en México la ventana de oportunidad que representa Italia para sus exportaciones.

El proceso de exportación muchas veces es considerado por el exportador mexicano como complejo y desiste en su intento de comercializar con otros mercados distintos al estadounidense, pero esto no es así: el cafetalero debe atreverse a incursionar en el mercado italiano, participar en ferias y misiones comerciales, adaptar el producto a las necesidades de los compradores, conocer normas y regulaciones relativas a la introducción de café mexicano a Italia, conocer las características de empaque y embalaje requeridas, seleccionar el mejor canal de distribución que le convenga y diseñar un sistema de logística eficiente, para ingresar con éxito a este mercado.

Es importante que ante las condiciones actuales en el mercado mundial de café, los exportadores busquen otros mercados donde vender su producto y dejar de codependen tanto del mercado estadounidense, aprovechando los acuerdos comerciales que México tiene firmados, y así en el corto plazo, sean cada vez más los exportadores de café mexicanos, en mediano y largo plazo se diversifique la oferta exportable de café, y se potencialice la preferencia y demanda de otros productos mexicanos por parte de los consumidores italianos, y consolidar una relación comercial entre México e Italia; por lo que se espera que el presente documento sea de utilidad para los exportadores de café.

FUENTES

Fuentes Bibliografía.

Gazol Sánchez, Antonio. Bloques Económicos. Facultad de Economía, UNAM. México. 2006

Lerma Kirchner, Alejandro; *Comercio y Mercadotecnia Internacional*; Thomson; México 2004

-; *Comercio Internacional. Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial. Guía Práctica*, ECAFSA, México 2000.

Mercado H. Salvador; *Comercio Internacional I: Mercadotecnia internacional, importación-exportación*; Limusa; México 2004.

Pindyck, Robert y Daniel L. Rubinfeld; *Microeconomía*; Pearson Education; Madrid 2001.

Renard, María Cristina *La comercialización internacional del café*, Universidad Autónoma de Chapingo, Colección de cuadernos Universitarios, Serie Ciencias Sociales No. 11

Rugán, Allan y Hodgestts R; *Negocios Internacionales*; Mc Graw-Hill Interamericana; México 1999.

Sulser Valdéz, Rosario Alejandra; *Exportación efectiva: reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*; Ediciones Fiscales ISEF; México 2004.

Terpstra Vern, Rossow Lloyd C.; *Introducción a la mercadotecnia Internacional*; *International Thomson Editores, México 2000.*

Trejo Vargas, Pedro; *Comercio exterior sin barreras 2004: todo lo que usted necesita saber en materia aduanera y de comercio exterior*; Fiscales ISEF; México 2004.

Fuentes Hemerográficas.

Banco Nacional de Comercio Exterior; *Guía Básica del Exportador*; México 2005.

Fernández José Luis, *Italia nuevos nichos de mercado*. En Negocios, México, BANCOMEXT, Año15, Num. 174, Septiembre 2006, pp. 44-45

-, *Alimentos Frescos en Italia al alcance de la mano*. En Negocios, México, BANCOMEXT, Año15, Num. 174, Septiembre 2006, pp. 46-47

Santamarina José Ángel, *Las oportunidades crecen en Europa*. En Negocios, México, BANCOMEXT, Año15, Num. 172, Julio 2006, pp. 52-56

Hernández Abigail, *Exportar... complejo pero no difícil*. En Negocios, México, BANCOMEXT, Año15, Num. 173, Agosto 2006, pp. 28-29

-, *Los 20 errores más comunes en la actividad exportadora*. En Negocios, México, BANCOMEXT, Año15, Num. 173, Agosto 2006, pp. 34-36

Rosario Green. *La agenda política y de cooperación en la Nueva relación entre México y Europa*, en El Mercado de Valores Junio 2000. pp 4-5

Fuente Documental.

Nick and Marc Francis. Film *Black Gold. Wake up and smell the coffee*. Oxfam America.

Fuentes Electrónicas Páginas de Internet.

Organización de la Alimentación y Agricultura (Food and Agriculture Organization)	www.fao.org
Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT)	www.bancomext.com.mx
Centro de Empresarial México-Unión Europea	www.cemue.com.mx
Página Oficial de la Unión Europea	http://europa.eu
Secretaría de Economía	www.economia.gob.mx
Aduanas de México	www.aduanas.sat.gob.mx
Federación Europea del Café (European Coffee Federation)	www.ecf-coffee.org
Instituto Nacional de Estadística en Italia (Istituto Nazionale di Statistica, ISTAT)	www.envaseyembalaje.com.mx
Organización Internacional del Café (International Coffee Organization)	www.istat.gov.it
Rivaservices.com	www.rivaservices.com/stats.htm
Organización Internacional del Café (International Coffee Organization, ICO)	www.ico.org
Nuestro Café	www.nuestrocafe.com
InfoAserca	www.infoaserca.gob.mx
Servicio de Información Agroalimentación y Pesquera	www.siap.gob.mx/
Sistema Producto-Café	www.cafe.gob.mx

ANEXO DOCUMENTAL

ANEXO DOCUMENTAL

INCOTERMS 2000		
EXW	EX WORKS	La única responsabilidad del exportador es la de entregar o poner a disposición del comprador la mercancía en las del vendedor. El vendedor no es responsable de cargar los bienes sobre el vehículo proporcionado por el comprador a menos que se convenga otra cosa. El comprador absorbe los gastos y el riesgo implicado en traer los bienes desde allí al destino deseado. EXW representa la obligación mínima del vendedor
FCA	FREE CARRIER	Se basa en el mismo principio que el FOB, excepto que el vendedor realiza sus obligaciones cuando los bienes son entregados a la custodia del portador en el lugar indicado. Si ningún lugar exacto puede ser indicado en el momento del contrato de venta, las partes deberán referirse al lugar donde el portador deberá tomar los bienes bajo su cargo. El riesgo de pérdida o el daño a los bienes es transferido desde la venta. Este término ha sido diseñado para cumplir con los requisitos de transporte multimodal, como el contenedor o roll on – roll off , vía terrestre, por remolques y ferries.
FAS	FREE ALONGSIDE SHIP	"Libre junto a la nave" requiere que el vendedor entregue los bienes junto al barco sobre el muelle. A partir de ese punto, el comprador lleva todos los gastos y los riesgos de pérdida y el daño a los bienes. A diferencia del FOB, en FAS se requiere que el comprador libere los bienes para la exportación y paguen el costo de cargar los bienes a la nave. Su uso se limita únicamente a transporte marítimo.
FOB	FREE ON BOARD	En el "libre a bordo" los bienes son colocados a bordo del barco por el vendedor en un puerto de envío indicado en el acuerdo de venta. El riesgo de pérdida o del daño a los bienes es transferido al comprador cuando los bienes pasan el carril del barco (esto es, del muelle y colocado sobre el barco). El vendedor paga el costo de cargar los bienes.
CFR	COST AND FREIGHT	CFR requiere que el vendedor pague los gastos y fletes necesarios para llevar los bienes al destino indicado, pero el riesgo de pérdida o el daño a los bienes, así como aumentos de costo, son transferidos del vendedor al comprador cuando los bienes pasan el carril del barco en el puerto de envío. El Seguro es la responsabilidad del comprador. Solo aplica en transporte marítimo.
CIF	COST, INSURANCE AND FREIGHT	CIF es muy similar al CFR, con la exigencia adicional que el vendedor proporcione el seguro de transporte contra el riesgo de pérdida o el daño de los bienes. El vendedor debe contratar al asegurador y pagar la prima de seguro. Aplica para embarques marítimos.
CPT	CARRIAGE PAID TO	Este término quiere decir que el vendedor paga el transporte de los bienes al destino indicado. El riesgo de pérdida o el daño a los bienes y cualquier incremento en costo se transfiere del vendedor al comprador cuando los bienes han sido entregados a la custodia del primer transportista, y no en el carril del barco. Se utiliza en transporte aéreo y terrestre.
CIP	CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO	Este término es igual al CPT pero con la exigencia adicional que el vendedor proporcione el seguro de transporte contra el riesgo de pérdida o daño a los bienes durante el transporte. El vendedor debe contratar al asegurador y pagar la prima de seguros. Se utiliza para transporte aéreo y terrestre.
DAF	DELIVERED AT FRONTIER	"Entrega en la frontera" quiere decir que las obligaciones del vendedor se cumplen cuando los bienes han llegado a la frontera, pero antes de la frontera de aduana del país indicado en el contrato de compra - venta. El vendedor carga con el costo total y el riesgo en la entrega de los bienes hasta este punto, pero el comprador debe pagar y liberar la mercancía de la aduana. Este término principalmente es usado cuando los bienes son llevados por ferrocarril o el camión.
DES	DELIVERED EX SHIP	DES implica que el vendedor tendrá los bienes disponibles al comprador a bordo del barco en el lugar indicado en el contrato de compra-venta. El vendedor lleva el costo total y el riesgo implicado en llevar los bienes al punto indicado. El costo de descargar los bienes y derechos de aduana deben ser pagados por el comprador. Se usa en embarques marítimos.
DEQ	DELIVERED EX QUAY WITH DUTY PAID	Este término establece que el vendedor ha acordado tener los bienes disponibles al comprador sobre el muelle o el embarcadero, en el lugar indicado en el contrato de compra-venta. El vendedor lleva el costo total y el riesgo en la entrega de los bienes hasta el punto de descarga. Su uso es para transporte acuático.
DDU	DELIVERED DUTY UNPAID	Bajo estas condiciones, el vendedor completa su obligación de entregar cuando los bienes están disponibles al comprador liberado para la importación en el punto o el lugar del destino indicado. El vendedor carga con todos los gastos y riesgos involucrados en llevar los bienes al punto o el lugar de destino indicado. No hay ninguna obligación para el despacho de aduana de importación
DDP	DELIVERED DUTY PAID	Representa la obligación máxima del vendedor. El término "DDP" generalmente es seguido por palabras que indican la dirección del comprador. Esto indica que el vendedor carga con todos los riesgos y gastos antes de que los bienes sean entregados. Si las partes desean aclarar que el vendedor no es responsable de ciertos gastos, la palabra adicional debería ser agregada (por ejemplo, " DDP exclusivo para Impuesto de Importación"). Este término puede ser usado independientemente del modo de transporte.

Requisitos para la exportación de café orgánico a la Unión Europea.

El término de alimentos orgánicos dentro de la Unión Europea aplica a los alimentos producidos bajo la modalidad de agricultura ecológica, y en el Reglamento (CEE) N° 2092/91, aprobado por el Consejo Europeo en junio de 1991, establece las medidas y normas necesarias para la introducción de productos denominados orgánicos, o de agricultura ecológica¹, en lo que respecta a normas comunitarias de producción, etiquetado y control.

En el Artículo 11 del Reglamento (CEE) N° 2092/91 se establecen las condiciones para la exportación de productos orgánicos de terceros países a la Unión Europea. Entre los aspectos más importantes se encuentran:

- 1) Los productos mencionados sólo podrán comercializarse cuando: a) sean originarios de un país tercero que figure en una lista que deberá, la cual se establece mediante decisión de la Comisión² y tanto el producto como la región o unidad de producción de la que procedan hayan sido controlados por un organismo de control especificado; b) la autoridad o el organismo competente en el país tercero de que se trate haya expedido un certificado de control que indique que el lote designado en el certificado ha sido obtenido con un método de producción en el que se aplican normas equivalentes a las establecidas en los artículos 6 y 7 del Reglamento 2092/91, y que además ha estado sometido al régimen de control cuya equivalencia ha sido reconocida en el examen contemplado en la letra b) del apartado 2.
- 2) Para que un país, previa solicitud, pueda figurar en la lista tendrá que garantizar la aplicación de normas equivalentes a las de los artículos 6 y 7, y que se refieren básicamente a la utilización de sustancias químicas en la agricultura, tales como productos fitosanitarios, detergentes, fertilizantes o acondicionadores de suelos, plaguicidas, etc., las condiciones y medidas en que estos podrán ser utilizados. Habida cuenta de estos factores, la decisión de la Comisión podrá precisar las regiones, las unidades de producción de origen o los organismos cuyo control se considere equivalente.
- 3) El certificado que deberá presentar el exportador deberá:
 - a) acompañar, en su ejemplar original, a la mercancía hasta la explotación del primer destinatario; el importador deberá conservar el certificado a disposición de la autoridad de control durante al menos dos años;
 - b) haber sido redactado según las modalidades y de conformidad con un modelo determinado con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 14.
- 4) Cuando se examine la solicitud de un país tercero, la Comisión exigirá que éste facilite toda la información necesaria; además, podrá encargar a expertos que efectúen, bajo su autoridad, un examen in situ de las normas de producción y de las medidas de control realmente aplicadas en el país tercero afectado.

Así tenemos que el primer paso es el conseguir el certificado de un organismo que esté autorizado para hacerlo, entre las instituciones a las que actualmente podría recurrirse son la *International Resources for Fairer Trade*, - *Lacon Quality Certification Pvt.Ltd*, *Natural Organic Certification Association*, *Eco-LOGICA* y la *Organización Internacional Agropecuaria*.

¹Considerando que el método de producción ecológica implica importantes restricciones en la utilización de fertilizantes o pesticidas que puedan tener efectos desfavorables para el medio ambiente, además implica prácticas de cultivo variadas y un aporte limitado de abonos y de enmiendas no químicos y poco solubles

² con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 14

Una vez obtenida el certificado de control, en el que demostramos que los métodos que se utilizan para la producción de café orgánico mexicano son equivalentes a las normas aplicadas en los países europeos a la agricultura ecológica, esta deberá acompañar al lote de mercancías durante todo su traslado, y la llegar a punto de comercialización, este deberá ir acompañado de un extracto del mismo.

En el anexo se muestra el modelo que deben seguir estos certificados de control, que deben de ir en una sola hoja por ambos lados.

Una vez ingresado el café orgánico a la Comunidad Europea, el mismo Reglamento (CEE) No. 2092/91, establece lineamientos respecto a la publicidad de los alimentos orgánicos o de agricultura ecológica. Así en 1995 se modificó tal reglamento para aprobar un logotipo específico para la producción ecológica y una indicación de control que señale explícitamente que el producto está sometido al régimen de control. De esta forma desde marzo de 2002 la Comisión aprobó por medio del Reglamento (CE) n° 331/2000 un logotipo comunitario para la agricultura ecológica para mayor identificación en el mercado, y es el siguiente:

Figura A



Este logotipo no es obligatorio, pero para utilizarlo es indispensable que cumplan con las indicaciones siguientes³:

- Tengan al menos un 95% de ingredientes producidos según las normas de la agricultura ecológica;
- Hayan estado sometidos al régimen de control previsto por el Reglamento durante todo el proceso de producción y de elaboración, lo que implica que todos los agentes económicos que intervienen en la producción, transformación, envase y etiquetado del producto están sujetos a ese régimen de inspección;
- Se vendan directamente en envases sellados o se comercialicen como alimentos preenvasados;

Lleven en la etiqueta el nombre y/o razón social productos, elaborador o vendedor así como el número de código del organismo de certificación.

³ Artículo 10 del Reglamento (CEE) n° 2092/91 y Reglamento (CE) n° 331/2000 de la Comisión, de 17 de diciembre de 1999, por el que se modifica el anexo V del Reglamento (CEE) n° 2092/91 del Consejo, de 24 de junio de 1991, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios

COMUNIDAD EUROPEA — CERTIFICADO DE CONTROL PARA LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS OBTENIDOS CON MÉTODOS DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

1. Autoridad u organismo expedidor (nombre y dirección)	2. Reglamento (CEE) n° 2092/91 del Consejo y Reglamento (CE) n° 1788/2001 de la Comisión Artículo 11.1 <input type="checkbox"/> o artículo 11.6 <input type="checkbox"/>	
3. Número de serie del certificado de control	4. Número de referencia de la autorización al amparo del artículo 11.6	
5. Exportador (nombre y dirección)	6. Organismo o autoridad de control (nombre y dirección)	
7. Productor o elaborador del producto (nombre y dirección)	8. País de expedición	
	9. País de destino	
10. Primer destinatario en la Comunidad (nombre y dirección)	11. Nombre y dirección del importador	
12. Marcas y numeración. Contenedor n° (s). Número y tipo. Denominación comercial del producto	13. Códigos NC	14. Cantidad declarada
<p>15. Declaración del organismo o autoridad que expide el certificado mencionado en la casilla n° 1</p> <p>Por la presente, hago constar que este certificado se expide una vez efectuadas las comprobaciones estipuladas en el apartado 4 del artículo 4 del Reglamento (CE) n° 1788/2001 y que los productos más arriba indicados se han obtenido con arreglo a normas de producción y control propias del método de producción ecológica consideradas equivalentes según lo previsto en el Reglamento (CEE) n° 2092/91</p> <p>Fecha</p> <p>Nombre y firma de la persona autorizada</p> <p style="text-align: right;">Sello de la autoridad u organismo expedidor</p>		

COMUNIDAD EUROPEA
EXTRACTO N° ... DEL CERTIFICADO DE CONTROL

1. Autoridad u organismo que haya expedido el certificado de control (nombre y dirección)	2. Reglamento (CEE) n° 2092/91 del Consejo y Reglamento (CE) n° 1788/2001 de la Comisión Artículo 11.1 <input type="checkbox"/> artículo 11.6 <input type="checkbox"/>	
3. Número de serie del certificado de control	4. Número de referencia de la autorización al amparo del artículo 11.6	
5. Elaborador que haya dividido la remesa original en lotes (nombre y dirección)	6. Autoridad u organismo de control (nombre y dirección)	
7. Nombre y dirección del importador de la remesa original	8. País de expedición de la remesa original	9. Cantidad total declarada de la remesa original
10. Destinatario del lote obtenido tras la división (nombre y dirección)		
11. Marcas y numeración. Contenedor n° (s). Número y tipo. Denominación comercial del lote	12. Códigos NC	13. Cantidad declarada del lote
<p>14. Declaración de la autoridad competente del Estado miembro que visa el extracto del certificado</p> <p>El presente extracto corresponde al lote descrito más arriba y obtenido por división de una remesa amparada por un certificado de control original con el número de serie que se indica en la casilla n° 3</p> <p>Estado miembro:</p> <p>Fecha:</p> <p>Nombre y firma de la persona autorizada Sello</p>		
<p>15. Declaración del destinatario del lote</p> <p>Por la presente certifico que la recepción del lote se ha realizado de conformidad con lo dispuesto en el punto 6 de la letra B del anexo III del Reglamento (CEE) n° 2092/91</p> <p>Nombre de la empresa</p> <p>Fecha:</p> <p>Nombre y firma de la persona autorizada</p>		

16. Declaración de la autoridad competente del Estado miembro de la Unión Europea que haya concedido la autorización de importación o de la autoridad delegada.

Por la presente certifico que los productos más arriba indicados han sido autorizados a ser comercializados en la Comunidad Europea con arreglo a lo previsto en el apartado 6 del artículo 11 del Reglamento (CEE) nº 2092/91, bajo el número de autorización señalado en la casilla nº 4

Fecha

Nombre y firma de la persona autorizada

Sello de la autoridad competente o autoridad delegada en el Estado miembro

17. Comprobación de la remesa por la autoridad competente del Estado miembro

Estado miembro:

Registro de importación (tipo, número, fecha y oficina aduanera de declaración):

Fecha:

Nombre y firma de la persona autorizada

Sello

18. Declaración del primer destinatario

Por la presente certifico que la recepción de las mercancías se ha realizado de conformidad con lo dispuesto en el punto 7 de la letra C del anexo III del Reglamento (CEE) nº 2092/91

Nombre de la empresa

Fecha

Nombre y firma de la persona autorizada

Diferentes versiones del logo comunitario para productos orgánicos.



CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS

1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)	EUR. 1 No A 000000	Véanse las notas del reverso antes de llenar el impreso	
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección, completa y país) (mención facultativa)	2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre y <small>(indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)</small>		
6. Información relativa al transporte (mención facultativa)	4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos.	5. País, grupo de países o territorio de destino	
8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos (1); Designación de las mercancías (2)	7. Observaciones		
9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m3, etc.)	10. Factura (mención facultativa)		
11. VISADO DE LA ADUANA O DE LA AUTORIDAD GUBERNAMENTAL COMPETENTE Declaración certificada conforme..... Documento de exportación (3):..... Sello ModeloNo..... Aduana o Autoridad gubernamental competente:..... País o territorio de expedición Sello..... En....., a..... <div style="text-align: center;">..... (Firma)</div>	12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. En....., a..... <div style="text-align: center;">..... (Firma)</div>		

- (1) En caso de que las mercancías no estén embaladas, indíquese el número de artículos o escríbase "a granel" según sea el caso.
 (2) Incluye la clasificación arancelaria de la mercancía al nivel de partida (4 dígitos).
 (3) Rellénese únicamente si la normativa del país o territorio de exportación lo exige.

13. SOLICITUD DE CONTROL, con destino a:	14. RESULTADO DEL CONTROL
<p>Se solicita la verificación de la autenticidad y de la regularidad del presente certificado.</p> <p>En, a</p> <p>..... (Firma)</p>	<p>El control efectuado ha demostrado que este certificado(1)</p> <p><input type="checkbox"/> Ha sido efectivamente expedido por la aduana indicada y que la información que contiene es exacta.</p> <p><input type="checkbox"/> No cumple las condiciones de autenticidad y exactitud requeridas (véanse notas adjuntas)</p> <p>En.....a.....</p> <p>..... (Firma)</p>
<p>(1) Márquese con una X el cuadro que corresponda.</p>	

Notas

- (1) El certificado no deberá llevar raspaduras ni correcciones superpuestas. Cualquier modificación deberá hacerse tachando los datos erróneos y añadiendo, en su caso, los correctos. Tales rectificaciones deberán ser aprobadas por la persona que haya extendido el certificado y ser visadas por las autoridades aduaneras del país o territorio de expedición.
- (2) No deberán quedar renglones vacíos entre los distintos artículos indicados en el certificado y cada artículo irá precedido de un número de orden. Se trazarán líneas horizontales inmediatamente después del último artículo. Los espacios no utilizados deberán rayarse de forma que resulte imposible cualquier añadido posterior.
- (3) Las mercancías deberán designarse de acuerdo con los usos comerciales y con el detalle suficiente para que puedan ser identificadas.

SOLICITUD DE CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS

1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)	EUR. 1 No A 000.000		
Véanse las notas del reverso antes de llenar el impreso			
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (mención facultativa)	2. Solicitud de certificado que debe utilizarse en los intercambios preferenciales entre y <small>(indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)</small>		
4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos		5. País, grupo de países o territorio de destino	
6. Información relativa al transporte (mención facultativa)	7. Observaciones		
8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos (1); Designación de las mercancías (2)	9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m3, etc.)	10. Facturas (mención facultativa)	

- (1) En caso de que las mercancías no estén embaladas, indíquese el número de artículos o escríbase “a granel”, según sea el caso.
- (2) Incluye la clasificación arancelaria de la mercancía al nivel de partida (4 dígitos).

DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR

El que suscribe, exportador de las mercancías designadas en el reverso,

DECLARA que estas mercancías cumplen los requisitos exigidos para la obtención del certificado anexo;

PRECISA las circunstancias que han permitido que estas mercancías cumplan tales requisitos:

.....
.....
.....

PRESENTA los documentos justificativos siguientes ⁽¹⁾:

.....
.....
.....

SE COMPROMETE a presentar, a petición de las autoridades competentes, todo justificante suplementario que éstas consideren necesario con el fin de expedir el certificado anexo, y se compromete a aceptar, si fuera necesario, cualquier control por parte de tales autoridades, de su contabilidad y de las circunstancias de la fabricación de las anteriores mercancías.

SOLICITA la expedición del certificado anexo para estas mercancías.

En a

.....
(Firma)

¹ Por ejemplo: documentos de importación, certificados de circulación, facturas, declaraciones del fabricante, etc., que se refieran a los productos empleados en la fabricación o a las mercancías reexportadas sin perfeccionar.

ANEXO ESTADISTICO

ANEXO ESTADISTICO

Cuadro 1.

			Producción de café (miles de sacos)								
Cosecha anual			2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Producción mundial			112,944	107,280	122,102	104,079	115,558	109,630	126,820	116,212	134,163
Brasil	(A/R)	Abr-Mar	31,310	31,365	48,480	28,820	39,272	32,944	42,512	36,070	45,992 ^{1/}
Vietnam	(R)	Oct-Sep	14,940	13,132	11,555	15,231	14,174	13,542	19,340	16,467	19,500
Colombia	(A)	Oct-Sep	10,531	11,973	11,889	11,197	12,033	12,329	12,153	12,515	12,300
Indonesia	(R/A)	Abr-Mar	6,978	6,833	6,785	6,571	7,536	8,659	6,650	6,371	6,250
Etiopia	(A)	Oct-Sep	2,768	3,756	3,693	3,874	4,568	4,003	4,636	4,906	6,133 ^{1/}
India	(A/R)	Oct-Sep	5,020	5,010	4,588	4,508	4,592	4,396	5,079	4,148	4,883
México	(A)	Oct-Sep	4,815	4,438	4,351	4,201	3,867	4,225	4,200	4,150	4,500
Guatemala	(A/R)	Oct-Sep	4,940	3,669	4,070	3,610	3,703	3,676	3,950	4,100	3,900
Honduras	(A)	Oct-Sep	2,667	3,036	2,496	2,968	2,575	3,204	3,461	3,842	3,833 ^{1/}
Peru	(A)	Abr-Mar	2,596	2,749	2,900	2,616	3,355	2,419	4,249	2,953	4,450 ^{2/}
Uganda	(R/A)	Oct-Sep	3,401	3,158	2,890	2,599	2,593	2,159	2,700	3,250	3,500
Costa d'Ivoire	(R)	Oct-Sep	4,846	3,595	3,145	2,689	2,301	1,962	2,847	2,150	2,500
Costa Rica	(A)	Oct-Sep	2,293	2,127	1,893	1,783	1,887	1,778	1,580	1,784	1,867 ^{1/}
Nicaragua	(A)	Oct-Sep	1,595	1,115	1,200	1,547	1,130	1,718	1,300	1,700	1,600
El Salvador	(A)	Oct-Sep	1,751	1,686	1,438	1,477	1,437	1,502	1,371	1,626	1,448 ^{1/}
Kenya	(A)	Oct-Sep	1,002	991	945	673	736	660	826	652	950
Otros países productores			11,491	8,647	9,783	9,715	9,799	10,454	9,966	9,528	10,557

^{1/} Estimado por el Miembro

^{2/} Estimado

Fuente: Elaboración propia con información de International Coffee Organization (ICO)

Cuadro 2.

Principales países exportadores de café (Miles de sacos 60 kg)							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Brasil	28,161	25,699	26,442	26,154	27,339	27,826	29,249
Vietnam	11,771	11,631	14,859	13,432	14,001	17,936	16,114
Colombia	10,273	10,244	10,194	10,871	10,936	11,300	11,085
Indonesia	4,286	4,795	5,456	6,744	5,280	4,277	5,404
Guatemala	3,491	3,821	3,310	3,466	3,312	3,740	3,778
Uganda	2,789	2,503	3,184	2,369	3,881	3,065	3,733
México	3,358	2,522	2,627	2,369	2,173	2,693	3,311
Peru	2,711	2,425	2,779	2,392	2,898	3,312	3,256
Honduras	3,550	3,707	3,647	2,823	3,699	2,954	3,145
Costa d'Ivoire	2,055	2,229	2,491	2,435	2,936	2,604	2,852
India	2,645	2,595	2,361	1,985	2,570	2,912	2,448
Etiopia	3,253	2,647	2,573	1,819	2,402	2,785	1,585
Otros países	10,291	11,164	10,750	10,329	10,682	10,118	10,803
Total	88,635	85,982	90,672	87,188	92,109	85,405	96,763

Fuente: Elaboración propia con datos de la OIC

Cuadro 3.

Principales países importadores							
(Miles de sacos 60 kg)							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Estados Unidos	21,659	22,760	23,184	23,042	23,709	24,219	24,280
Alemania	15,516	15,727	17,356	16,716	18,541	19,564	18,096
Italia	6,523	6,929	7,032	7,269	7,548	8,027	7,667 ^{1/}
Japón	7,307	6,923	7,254	7,507	7,632	7,086	6,073 ^{2/}
Francia	6,925	6,652	5,940	5,714	6,167	6,414	6,192
España	4,026	4,136	4,173	4,356	4,538	4,875	4,564 ^{1/}
Reino Unido	2,971	3,002	3,329	3,433	4,046	3,781	3,954
Belgica	3,792	3,766	3,875	4,063	4,605	4,014	6,232 ^{1/}
Países Bajos	2,760	3,176	3,159	2,988	3,293	3,531	1,650 ^{3/}
Polonia	2,643	2,664	2,687	2,792	2,603	2,204	1,652 ^{1/}
Otros países	12,957	13,233	13,863	14,535	14,618	15,735	14,251
Total	87,080	88,967	91,852	92,415	97,299	99,450	94,612

1/ Enero-Noviembre

2/ Enero-Octubre

3/ Enero-Septiembre

Fuente: Elaboración propia con datos de la OIC

Cuadro 4.

Principales mercados de exportación del café mexicano				
2008				
	Valor	Volúmen	%	%
	(USD)	(KG)	Valor	Volúmen
TOTAL	366,518,615	110,119,207	100.00%	100.00%
ESTADOS UNIDOS	236,429,933	71,072,630	64.51%	64.54%
BELGICA	42,293,295	13,130,295	11.54%	11.92%
ALEMANIA	27,007,505	8,116,123	7.37%	7.37%
JAPON	11,857,752	3,581,263	3.24%	3.25%
SUIZA	6,648,515	2,111,745	1.81%	1.92%
ITALIA	1,567,255	448,468	0.43%	0.41%
OTROS	40,714,360	11,658,683	11.11%	10.59%

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAVI, Secretaría de Economía

Cuadro 5**Cultivo de Café 2007**

Estado	Superficie Sembrada (Ha)	Superficie Cosechada (Ha)	Volumen de la Producción (Ton)	Rendimiento (Ton/Ha)	Precio Medio Rural (\$/Ton)	Valor de la Producción (Miles de Pesos)
Total Nacional	800,910	772,036	1,458,804	1.89	3,335	4,865,693
CHIAPAS	253,955	252,029	565,706	2.24	3,261.80	1,845,220
COLIMA	2,522	2,522	2,442	0.97	3,640.12	8,891
GUERRERO	51,579	51,579	48,795	0.95	3,172.39	154,797
HIDALGO	29,746	29,502	41,826	1.42	2,426.84	101,504
JALISCO	4,497	2,984	2,087	0.7	2,705.77	5,648
EDO. MEXICO	455	455	2,052	4.51	3,048.11	6,253
MICHOACAN	14	14	42	3	2,000.00	84
MORELOS	108.5	94.5	385.4	4.08	3,060.15	1,179
NAYARIT	19,344	18,139	16,586	0.91	3,059.92	50,751
OAXACA	187,535	163,742	200,309	1.22	5,568.30	1,115,381
PUEBLA	74,322	74,321	256,399	3.45	2,698.71	691,946
QUERETARO	300	300	240	0.8	5,000.00	1,200
SAN LUIS POTOSI	22,712	22,712	16,102	0.71	957.44	15,417
TABASCO	1,039	861.16	1052	1.22	2,264.92	2,383
VERACRUZ	152,780	152,780	304,781	2	2,838.24	865,040

Fuente: Elaboración propia con datos de SIAP.

Cuadro 6**Cultivo de Café 2007**

Estado	Municipio	Sup. Sembrada (Ha)	Sup. Cosechada (Ha)	Producción (Ton)	Valor Producción (Miles de Pesos)
TOTAL NACIONAL		800,909.60	772,036.30	1,458,803.54	4,865,693.47
CHIAPAS	TAPACHULA	27,774.48	27,774.48	51,250.57	156,103.03
CHIAPAS	MOTOZINTLA DE MENDOZA	14,775.61	14,775.61	50,110.01	120,952.39
GUERRERO	ATOYAC DE ALVAREZ	32,693.80	32,693.80	32,693.80	98,081.40
VERACRUZ	TEZONAPA	16,000.00	16,000.00	32,000.00	80,000.00
CHIAPAS	CHILON	13,216.00	13,216.00	28,414.40	93,369.72
PUEBLA	XICOTEPEC	7,441.00	7,441.00	28,275.80	67,861.92
CHIAPAS	SILTEPEC	8,276.50	8,276.50	27,170.40	65,800.08
PUEBLA	JOPALA	5,343.00	5,343.00	24,577.80	58,986.72
CHIAPAS	AMATENANGO DE LA FRONTERA	5,996.00	5,996.00	23,349.40	55,116.40
PUEBLA	HUEYTAMALCO	5,780.00	5,780.00	23,120.00	75,394.32
CHIAPAS	ESCUINTLA	10,359.95	10,359.95	23,088.75	69,345.63
CHIAPAS	CONCORDIA LA	8,435.50	8,435.50	22,691.51	124,803.30
PUEBLA	JALPAN	5,590.00	5,590.00	22,360.00	53,664.00
VERACRUZ	COATEPEC	9,449.80	9,449.80	20,877.60	52,194.00
OTROS	VARIOS	629,777.96	600,904.66	1,048,823.50	3,694,020.56

Fuente: Elaboración propia con datos de SIAP.

Cuadro 7

Poblacion Total por Regiones 2008		
Region	Habitantes	%
Lombardia	9,545,441	16.1%
Campania	5,790,187	9.8%
Lazio	5,493,308	9.3%
Sicilia	5,016,861	8.5%
Veneto	4,773,554	8.1%
Piemonte	4,352,828	7.4%
Emilia Romagna	4,223,264	7.1%
Puglia	4,069,869	6.9%
Toscana	3,638,211	6.2%
Calabria	1,998,052	3.4%
Sardegna	1,659,443	2.8%
Liguria	1,607,878	2.7%
Resto de las regiones	6962391	11.8%
TOTAL	59,131,287	100%

Fuente: ISTAT

Cuadro 8

Italia: Valor de las Importaciones de café (Miles de Euros)					
Partida 0901 Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarrilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción					
	2004	2005	2006	2007	2008*
Total	183,427	57,772	60,225	92,952	102,065
Brasil	19,478	32,980	31,243	45,331	52,625
India	6,311	7,006	10,736	14,964	11,074
Vietnam	4,669	7,311	7,909	14,161	19,355
Colombia	3,551	5,426	4,438	9,914	10,683
Indonesia	2,042	3,331	3,199	5,175	5,822
Etiopia	1,718	1,550	2,465	3,168	2,291
México	145,658	168	235	239	215

* Provisional

Fuente: Elaboración propia con datos del ISTAT

Cuadro 9

Italia: Volúmen de Importaciones de café (Miles de kilogramos)					
Partida 0901 Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarrilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción					
	2004	2005	2006	2007	2008*
Total	37,076	37,708	39,144	59,074	60,175
Brasil	16,691	18,095	18,415	26,146	28,703
Vietnam	7,604	7,884	6,696	11,635	14,534
India	6,699	5,214	7,873	10,620	6,652
Colombia	2,500	2,524	2,316	4,852	5,346
Indonesia	2,434	3,178	2,723	4,424	3,884
Etiopia	1,042	746	1,000	1,283	958
México	106	67	121	114	98

* Provisional

Fuente: Elaboración propia con datos del ISTAT

Cuadro 10

Exportaciones de Café Mexicano a Italia			
	Valor (USD)	Volumen (KG)	Precio (USD/KG)
2002	692,159	505,425	1.37
2003	1,430,169	1,013,134	1.41
2004	1,521,339	869,943	1.75
2005	1,249,997	501,492	2.49
2006	2,010,665	845,526	2.38
2007	1,591,605	614,868	2.59
2008	1,549,158	443,748	3.49

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAVI, Secretaría de Economía

Cuadro 11

Cantidad de café verde destinada al consumo alimenticio						
Miles de Toneladas						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Estados Unidos	1,199	1,203	1,202	1,205	1,215	1,227
Japón	432	442	443	444	448	456
Alemania	552	534	514	491	467	443
Indonesia	210	249	289	327	362	397
Italia	302	308	315	324	335	347
Brasil	317	315	314	313	312	311
Francia	297	304	307	303	292	282
Rusia	179	198	216	231	246	259
España	158	156	155	154	155	155
Países Bajos	129	137	143	148	152	155
Canadá	137	145	145	143	147	152
México	93	99	111	124	136	147
Polonia	99	103	110	116	122	126
Reino Unido	117	114	114	115	117	119

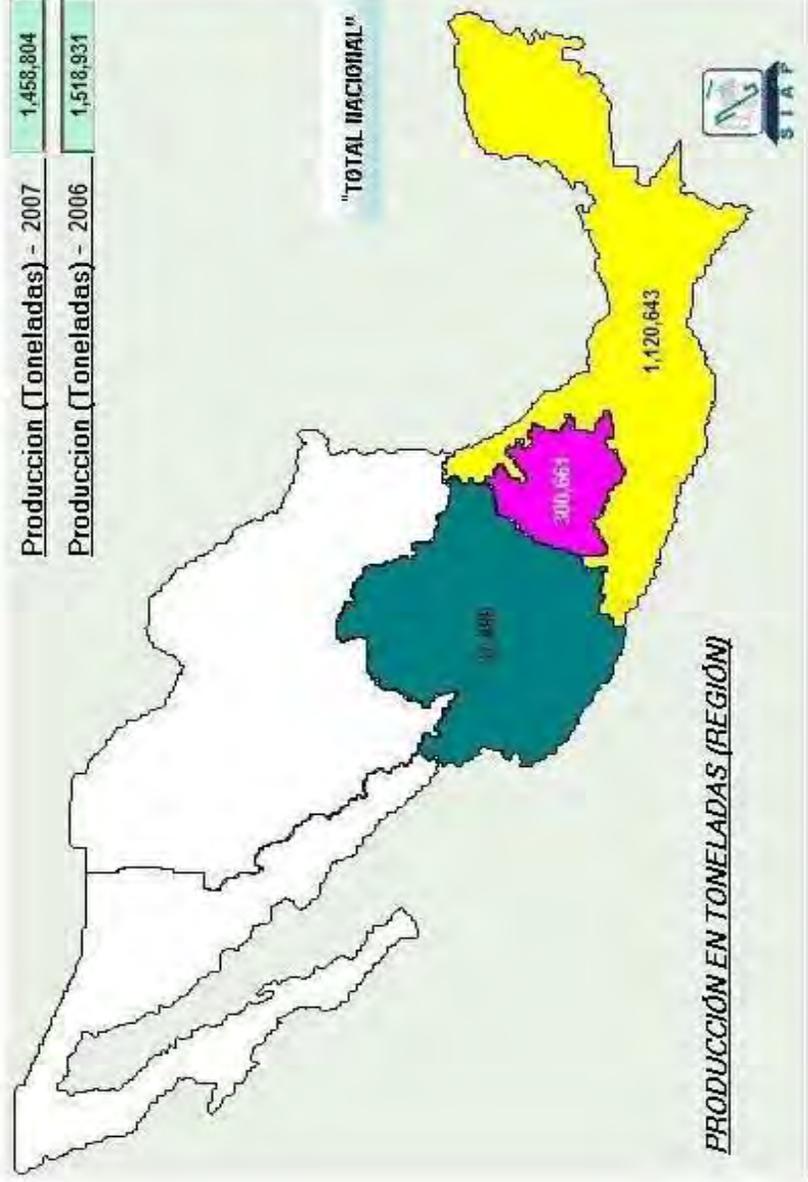
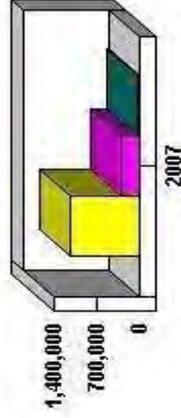
Fuente: Elaboración propia con datos de la FAO

Mapas por Regiones

Información Nacional Agrícola (Producción en Toneladas) de Café.

Año	2007
Producción (Toneladas)	1,458,804
Region Sureste	1,120,643
Region Centro	300,661
Region Centro Occidente	37,499

Por Regiones.

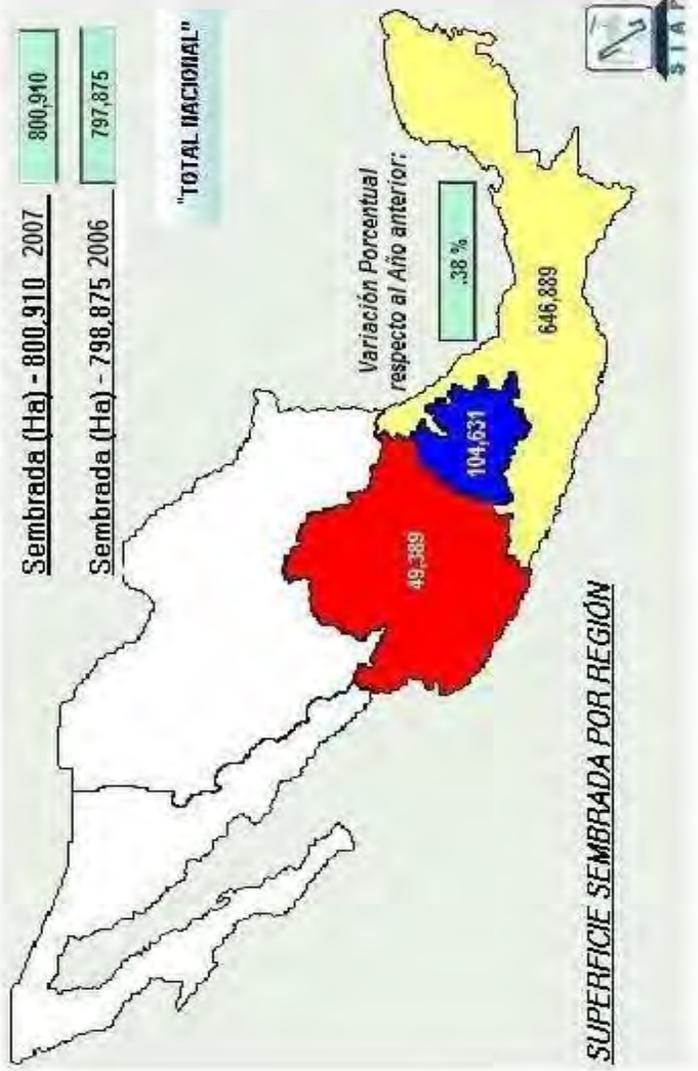
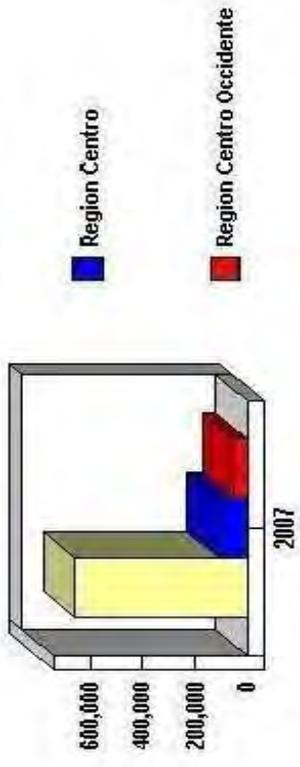


Información Nacional Agrícola (Sup. Sembrada) de Café.

Año: 2007

Sembrada (Ha)	800,910
Region Sureste	646,889
Region Centro	104,631
Region Centro Occidente	49,389

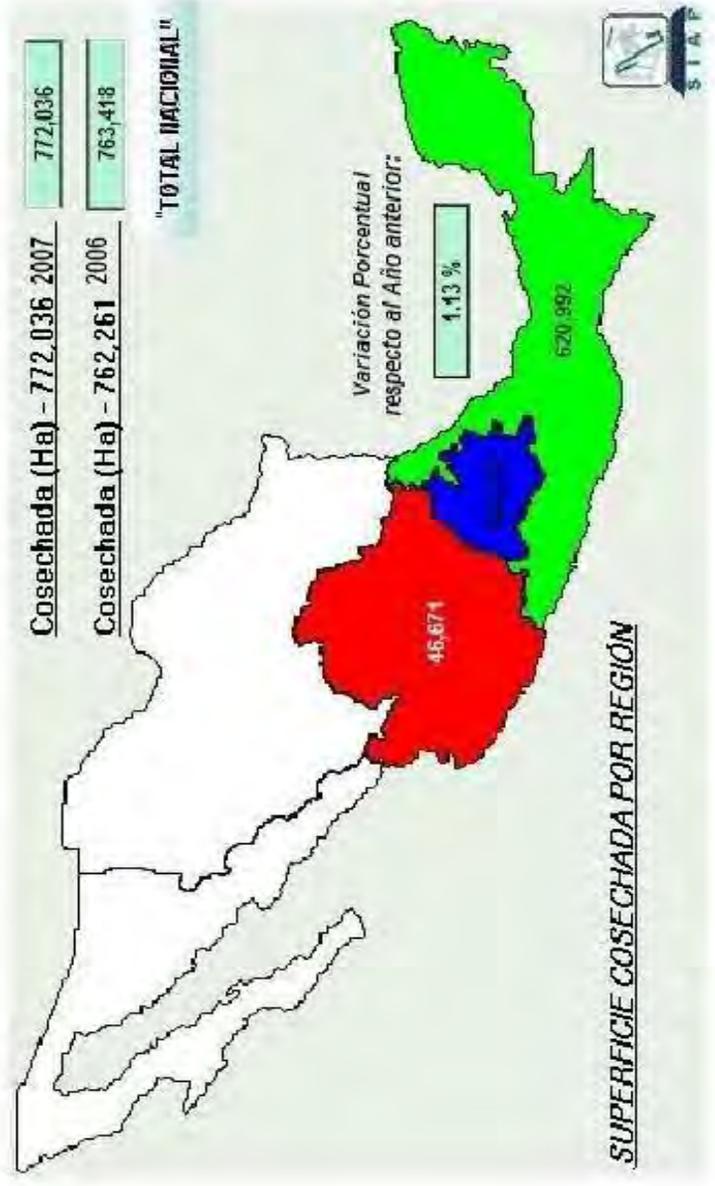
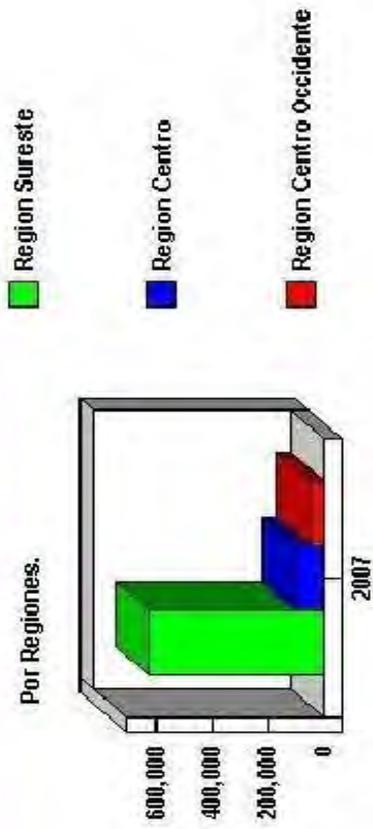
Por Regiones.



Información Nacional Agrícola (Superficie Cosechada) de Café.

Año 2007

Cosechada (Ha)	772,036
Region Sureste	620,992
Region Centro	104,373
Region Centro Occidente	46,671



Mapas por Regiones

Información Nacional Agrícola (Valor de la Producción) sobre Café.

Año **2007**

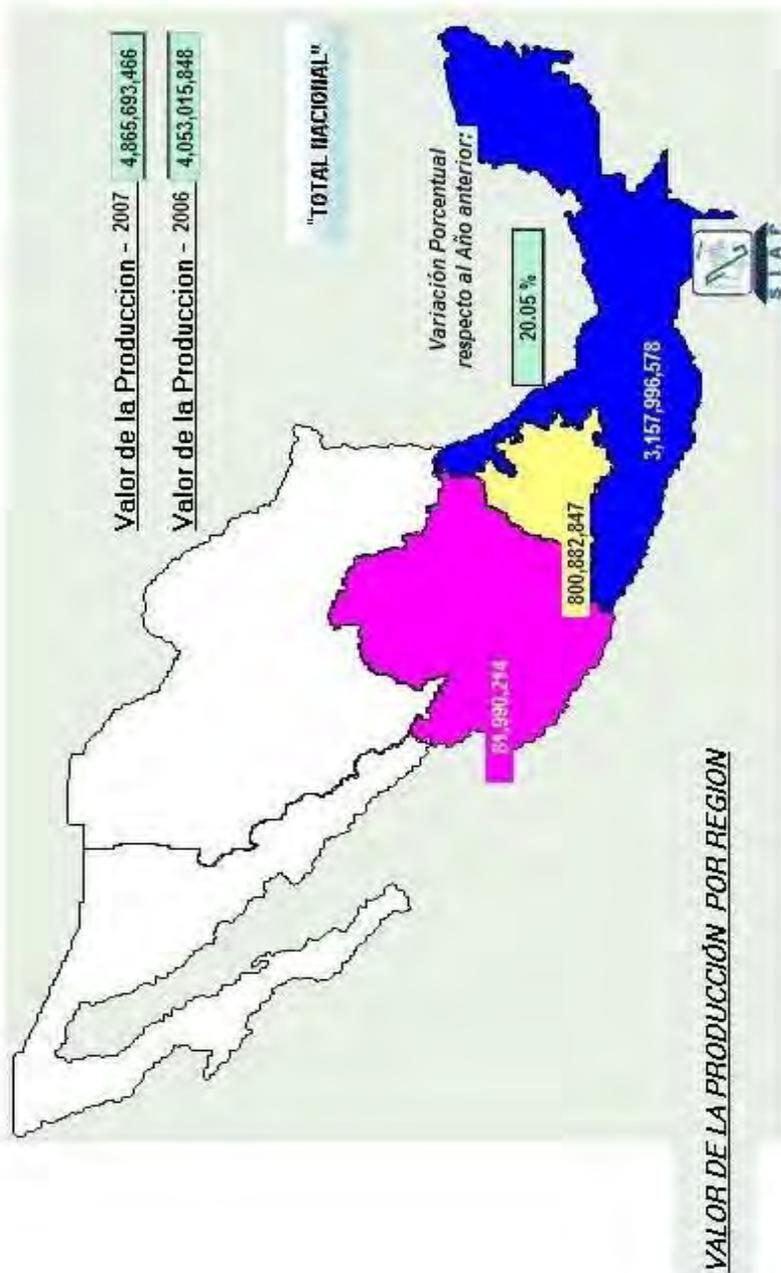
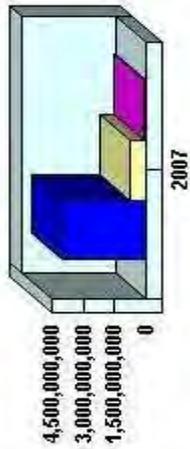
Valor de la Producción	4,865,693,466
Region Sureste	3,982,820,405
Region Centro	800,882,847
Region Centro Occidente	81,990,214

Region Sureste

Region Centro

Region Centro Occidente

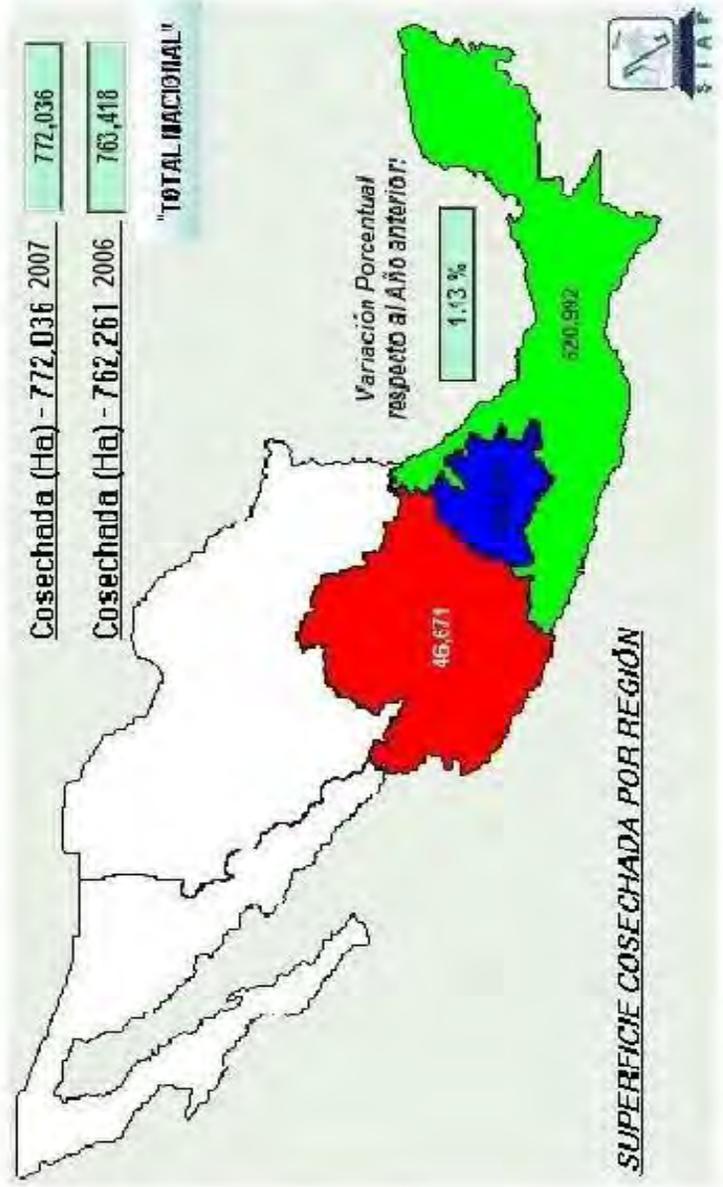
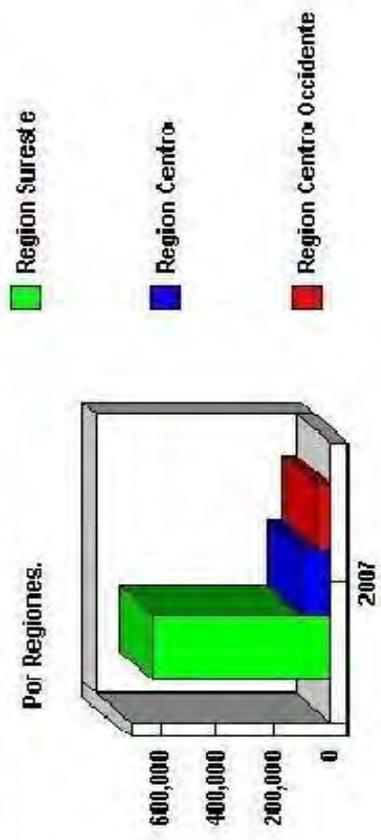
Por Regiones.



Información Nacional Agrícola (Superficie Cosechada) de Café.

Año < 2007 > 2007

Cosechada (Ha)	772,036
Region Sureste	520,992
Region Centro	104,373
Region Centro Occidente	46,671



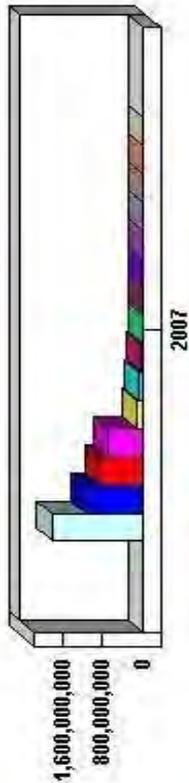
Información Nacional Agrícola (Valor de la Producción) de Café.

Año **2007**

2007

Estado	Valor de la Producción
CHIAPAS	4,865,693,466
OAXACA	1,845,220,151
VERACRUZ	1,115,381,090
PUEBLA	865,039,777
GUERRERO	691,946,313
HIDALGO	154,796,688
NAYARIT	101,503,804
MICHOACÁN	50,750,657

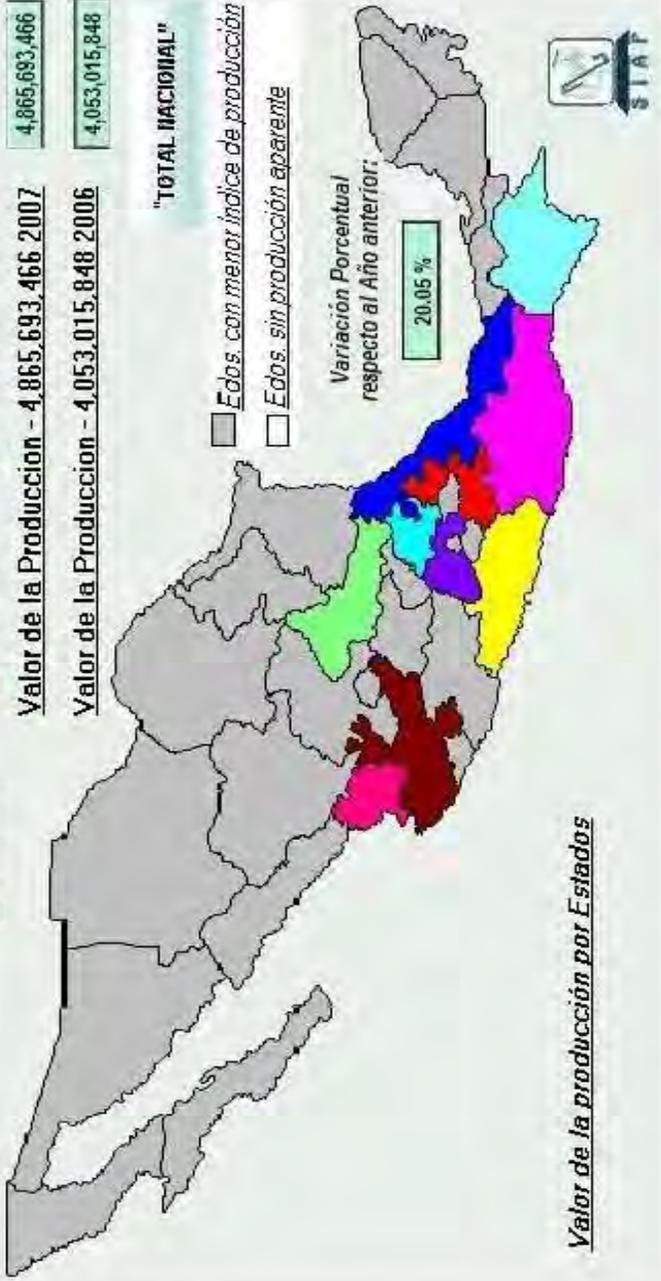
15 Principales Estados.



- CHIAPAS
- GUERRERO
- COLIMA
- QUERETARO
- OAXACA
- HIDALGO
- MEXICO
- MORELOS
- VERACRUZ
- NAYARIT
- JALISCO
- MICHOACAN
- PUEBLA
- SAN LUIS POTOSI
- TABASCO

Valor de la Producción - 4,865,693,466 2007

Valor de la Producción - 4,053,015,848 2006



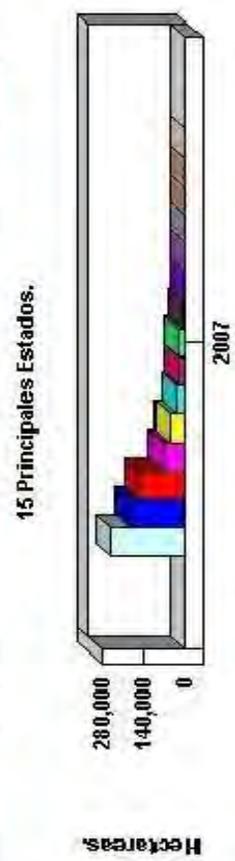
Valor de la producción por Estados



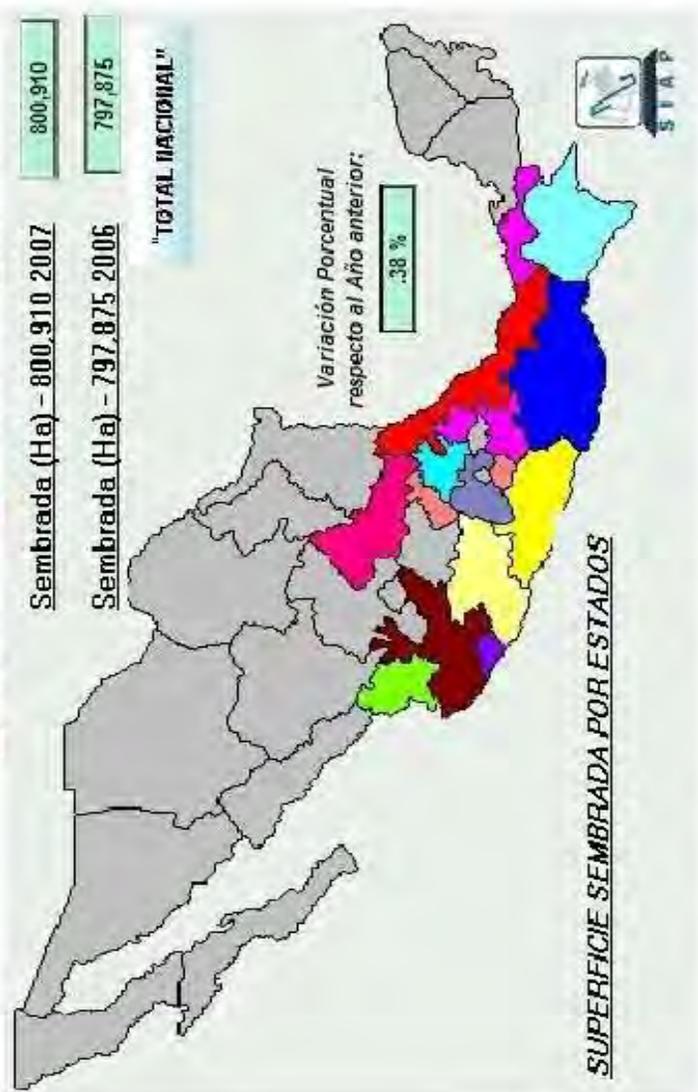
Información Nacional Agrícola (Superficie Sembrada) de Café.

Año: 2007

Año	2007
Sembrada (Ha)	800,910
CHIAPAS	253,955
OAXACA	187,535
VERACRUZ	152,780
PUEBLA	74,322
GUERRERO	51,579
HIDALGO	29,746
SAN LUIS POTOSÍ	77,717



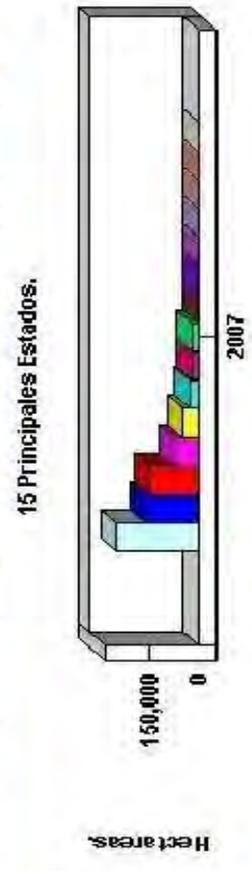
- CHIAPAS
 GUERRERO
 JALISCO
 QUERÉTARO
- OAXACA
 HIDALGO
 COLIMA
 MORELOS
- VERACRUZ
 SAN LUIS POTOSÍ
 TABASCO
 MICHOACÁN
- PUEBLA
 NAYARIT
 MEXICO



Información Nacional Agrícola (Superficie Cosechada) de Café.

Año: 2007

Año	Cosechada (Ha)
2007	772,036
2006	252,029
2005	163,742
2004	152,780
2003	74,321
2002	51,579
2001	28,502
2000	22,719



- CHIAPAS**

GUERRERO

JALISCO

QUERETARO
- OAXACA**

HIDALGO

COLIMA

MORELOS
- VERACRUZ**

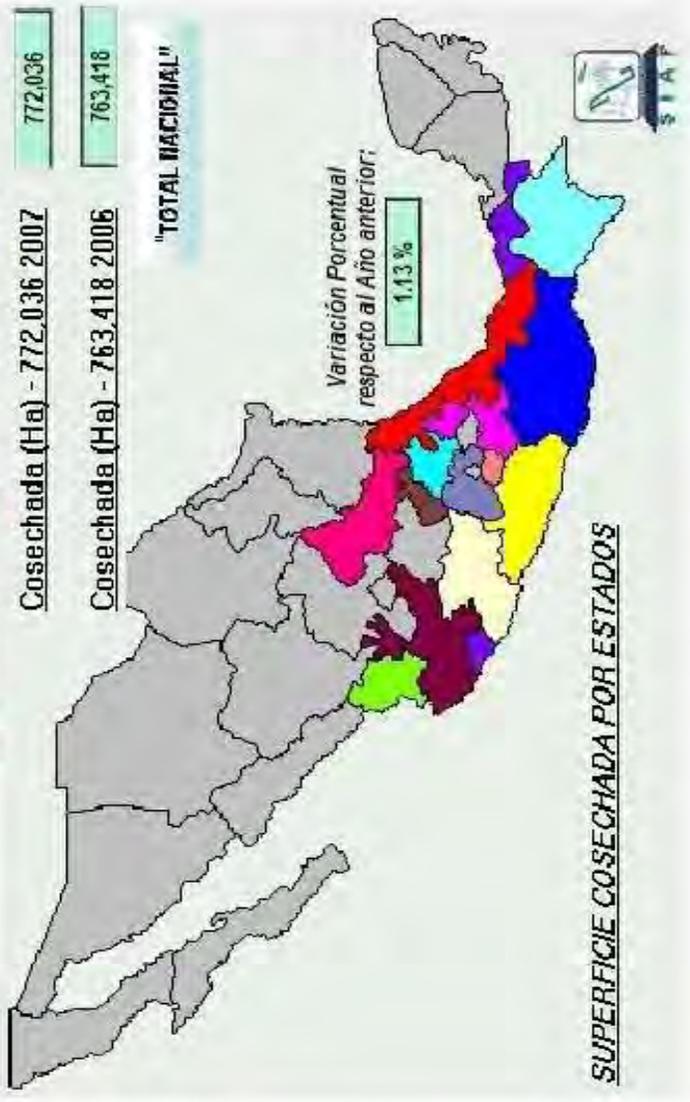
SAN LUIS POTOSI

TABASCO

MICHOACAN
- PUEBLA**

NAYARIT

MEXICO



ITALIA: MAPA GEOGRAFICO.

