
PERFIL DE MERCADO CAFÉ



Enero 2010

Índice

Sumario

1. Introducción	1
1.1. Descripción del producto.....	1
1.2. Partidas arancelarias	2
1.3. Metodología	2
2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas.....	3
3. Principales mercados importadores en el mundo	4
4. Principales competidores.....	5
5. Tendencias en el mercado	6
5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento	6
5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento.....	7
5.3. Tendencias en la distribución y la estructura de comercio	7
5.4. Tendencias en los segmentos	8
5.5. Desarrollo de los precios.....	9
6. Tendencias en el producto.....	10
6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación	10
6.2. Tendencias en las especificaciones de producto	10
6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado, tamaño, material y etiquetado.....	12
7. Puntos críticos de acceso a mercados	15
7.1. Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP.....	15
7.2. Trazabilidad	15
7.3. Requisitos generales para todos los productos.....	16
7.4. Requisitos específicos para el café	16
7.5. Aranceles.....	16
8. Oportunidades	18
9. Ferias y sitios de comercio virtual.....	20
9.1. Ferias.....	20
9.2. Sitios de comercio virtual.....	20
Fuentes de información	21
Fuentes fotográficas.....	21

Sumario

Conozca los principales destinos de las exportaciones bolivianas para el café

El principal destino de las exportaciones bolivianas de café en el año 2008 fue Estados Unidos de América con una participación del 34% en las exportaciones bolivianas de ese año, seguido por Alemania con el 20% y Bélgica con el 15%.

Entérese cuáles son los mercados importadores de café más grandes del mundo

Los principales países importadores de café a nivel mundial en el año 2008 fueron: Estados Unidos de América con una participación del 20%, seguido de Alemania con el 16% y Francia con el 6%.

Conozca a los principales competidores en el mundo para el café

Los principales países exportadores de café en el año 2008 fueron: Brasil con una participación de 19%, Colombia con el 9% y Viet Nam con el 8%.

Esté al tanto de las tendencias en el mercado del café

El café es principalmente consumido en los países desarrollados del hemisferio Norte y no así en los países productores del Sur excepto en Brasil y Etiopía. Según la Organización Internacional del Café, el consumo del café es tradicionalmente más alto en los países nórdicos, especialmente en Finlandia donde el consumo per capita llegó a 12kg en el año 2007.

Dentro de las tendencias en nuevos productos de café se habla mucho del café orgánico, sostenible así como también del Café Comercio Justo como tendencias fuertes que se vienen dando, los cuales apoyan a los productores en los países en desarrollo.

1. Introducción

La historia de cómo se extendió por todo el mundo el cultivo y el consumo de café es una de las más atractivas y románticas que pueda haber. Esa historia empieza en el cuerno de África, en Etiopía, donde el cafeto tuvo su origen probablemente en la provincia de Kaffa. Hay varios relatos, imaginativos pero poco probables, acerca de cómo se descubrieron los atributos del grano tostado de café. Cuenta uno de ellos que a un pastor de cabras etíope le asombró el animado comportamiento que tenían las cabras después de haber mascado cerezas rojas de café. Lo que se sabe con más certeza es que, a los esclavos que se llevaba de lo que es hoy el Sudán a Yemen y Arabia a través del gran Puerto de aquel entonces, Moca, (sinónimo de café), comían la succulenta parte carnosas de la cereza del café. De lo que no cabe duda es que el café se cultivaba en el Yemen ya en el siglo XV y es probable que mucho antes también.

1.1. Descripción del producto

El café pertenece a la familia botánica Rubiaceae, que tiene unos 500 géneros y más de 6.000 especies. La mayoría son árboles y arbustos tropicales que crecen en la capa más baja de los bosques. Otros miembros de esa familia son las gardenias y las plantas que producen quinina y otras sustancias útiles, pero el *Coffea* es con mucho el miembro más importante de la familia desde el punto de vista económico. Las dos especies más importantes de café desde el punto de vista económico son el *Coffea arabica* (café Arábica) –que supone más del 70% de la producción mundial– y el *Coffea canephora* (café Robusta). Otras dos especies que se cultivan en mucha menor escala son el *Coffea liberica* (café Libérica) y el *Coffea dewevrei* (café Excelsa).

- **Coffea arabica - Café Arábica:** El *Coffea arabica* fue descrito por primera vez por Linneo en 1753. Las variedades más conocidas son "Typica" y "Borbón", pero a partir de éstas se han desarrollado muchas cepas y cultivares diferentes, como son el Caturra (Brasil, Colombia), el Mundo Novo (Brasil), el Tico (América Central), el San Ramón enano y el Jamaican Blue Mountain. El cafeto normal de Arábica es un arbusto grande con hojas ovaladas verde oscuro. Es genéticamente diferente de otras especies de café, puesto que tiene cuatro series de cromosomas en vez de dos. El fruto es ovalado y tarda en madurar de 7 a 9 meses. Contiene habitualmente dos semillas aplastadas (los granos de café); cuando sólo se desarrolla una semilla se llama grano caracol. El café Arábica es a menudo susceptible a plagas y enfermedades, por lo cual la obtención de resistencia es uno de los principales objetivos de los programas de mejora vegetal. El café Arábica se cultiva en toda Latinoamérica, en África Central y Oriental, en la India y un poco en Indonesia.
- **Coffea canephora - Café Robusta:** El término "Robusta" es en realidad el nombre de una variedad de esta especie ampliamente cultivada. Es un arbusto o pequeño árbol robusto que puede crecer hasta alcanzar 10 metros de altura y tiene una raíz poco profunda. El fruto es redondeado y tarda hasta 11 meses en madurar; la semilla es de forma alargada y más pequeña que la del *Coffea arabica*. El café Robusta se cultiva en África Central y Occidental, en todo el Sudeste de Asia y un poco en Brasil, donde se le llama Conillón.
- **Coffea liberica - Café Libérica:** El café Libérica se da en un árbol fuerte y de gran tamaño, de hasta 18 metros de altura, de hojas grandes y coriáceas. El fruto y la semilla (grano) son también grandes. El café Libérica se cultiva en Malasia y

en África Occidental, pero sólo se comercia en cantidades muy pequeñas, dado que la demanda de sus características de aroma y sabor es muy escasa.

1.2. Partidas arancelarias

Las partidas arancelarias utilizadas en la elaboración del presente documento se detallan a continuación:

Para las exportaciones bolivianas (NANDINA)

Bolivia exportó café con las siguientes partidas:

- 0901.11.10.00: café sin tostar sin descafeinar para siembra
- 0901.11.90.00: los demás cafés sin tostar sin descafeinar
- 0901.21.10.00: café tostado en grano, sin descafeinar
- 0901.21.20.00: café tostado, molido, sin descafeinar
- 0901.90.00.00: los demás, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción

No se registraron exportaciones bolivianas de:

- 0901.12: café sin tostar descafeinado
- 0901.22: café tostado descafeinado

Para las importaciones y exportaciones a nivel mundial (HS6)

- 0901.11: café sin tostar, sin descafeinar
- 0901.12: café sin tostar descafeinado
- 0901.21: café tostado sin descafeinar
- 0901.22: café tostado descafeinado
- 0901.90: los demás cafés y sucedáneos

1.3. Metodología

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes secundarias como ser estadísticas, publicaciones, artículos de sitios Web relacionados con el comercio internacional y de manera más específica con el comercio de café. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país destino, luego se muestran los principales destinos de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen, valor y con el crecimiento relativo para las gestiones 2007-2008; con esto se hace referencia a los principales países importadores y a los países competidores directos de Bolivia.

En el análisis cualitativo se describen las principales tendencias en el mercado como ser comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de los precios, así como también tendencias en el producto, desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados.

2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas

En el año 2008, Bolivia exportó café al mundo por un valor de USD15 millones, equivalentes a 4.400 toneladas aproximadamente. Los productos de café más importantes se detallan a continuación:

Cuadro N° 2.1
Principales destinos de las exportaciones bolivianas de cafés, según país destino
Año 2008, expresado en dólares y kilogramos

Países importadores	Valor (USD)	Volumen (kg)	Crecimiento en valor % (2007-2008)	Productos más importantes (%)
Estados Unidos de America	5.121.133	1.381.211	39	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (83%); los demás, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción (17%)
Alemania	3.014.894	892.529	3	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (95%); los demás, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción (5%)
Bélgica	2.205.089	683.729	31	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (100%)
Francia	1.241.148	376.080	20	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (100%)
Países Bajos	738.331	217.904	-31	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (90%); los demás, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción (10%)
España	595.036	204.442	-61	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (99%); café tostado, molido sin descafeinar (1%)
Canadá	476.605	118.075	35	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (100%)
Federación de Rusia	385.460	138.704	-59	Los demás cafés sin tostar sin descafeinar (100%)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INE (diciembre 2009)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, el principal destino de las exportaciones bolivianas de café en el año 2008 fue Estados Unidos de América con una participación del 34% en las exportaciones bolivianas de ese año, seguido por Alemania con el 20% y Bélgica con el 15%. En total las exportaciones bolivianas tuvieron un crecimiento del 4% en el periodo 2007-2008.

Para el año 2009, según estadísticas de enero a septiembre, los principales destinos siguen siendo los mismos mencionados anteriormente.

3. Principales mercados importadores en el mundo

En el año 2008, se importó valor de USD21.534 millones en café, equivalente a 6,7 millones de toneladas aproximadamente. A continuación se muestra a los principales países importadores de café en el mundo y la participación de cada producto de café.

Cuadro N° 3.1
Principales países importadores en el mundo de café
Año 2008, expresado en miles de dólares y toneladas

Países importadores	Valor (miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento en valor % (2007-2008)	Participación de cada producto %
Estados Unidos de América	4.256.990	1.586.083	17	Café sin tostar, sin descafeinar (83%); café sin tostar descafeinado (9%); café tostado sin descafeinar (7%); café tostado descafeinado (1%)
Alemania	3.329.572	1.110.927	22	Café sin tostar, sin descafeinar (87%); café tostado sin descafeinar (12%); café tostado descafeinado (0,5%); café sin tostar descafeinado (0,5%)
Francia	1.381.430	319.533	22	Café tostado sin descafeinar (51%); café sin tostar, sin descafeinar (43%); café tostado descafeinado (4%); café sin tostar, descafeinado (1%); los demás cafés y sucedáneos (1%)
Italia	1.379.686	474.030	26	Café sin tostar, sin descafeinar (88%); café tostado sin descafeinar (9%); café sin tostar, descafeinado (2%); café tostado descafeinado (1%)
Japón	1.267.087	394.207	19	Café sin tostar, sin descafeinar (93%); café tostado sin descafeinar (6%); café sin tostar descafeinado y café tostado descafeinado (1%)
Bélgica	1.206.416	384.704	96	Café sin tostar, sin descafeinar (85%); café tostado sin descafeinar (11%); café tostado descafeinado (2%); café sin tostar descafeinado (2%)
Canadá	788.523	191.535	16	Café tostado sin descafeinar (49%); café sin tostar, sin descafeinar (46%); café tostado descafeinado (4%); café sin tostar descafeinado (1%)
España (*)	676.443	157.123	nd	Café sin tostar, sin descafeinar (47%); café tostado sin descafeinar (37%); café tostado descafeinado (9%); café sin tostar, descafeinado (6%); los demás cafés y sucedáneos (1%)

Fuente: Trade Map (enero 2010)
 Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE

(*) Datos espejo

Dentro del mercado del café, el café sin tostar ni descafeinar ocupa el primer lugar con una participación de 73%, seguido del café tostado sin descafeinar con el 22%. Los principales países importadores de café a nivel mundial en el año 2008 fueron: Estados Unidos de América con una participación del 20%, seguido de Alemania con el 16% y Francia con el 6%. Los importadores que han tenido un mayor crecimiento en el periodo 2007-2008 son: Bélgica con el 96%, Italia con el 26%, Alemania y Francia con el 22%.

4. Principales competidores

En el año 2008, se exportó café por valor de USD22.245 millones equivalentes a 7 millones de toneladas. A continuación se muestran a los principales exportadores de café:

Cuadro N° 4.1
Principales países exportadores en el mundo para café
Año 2008, expresado en miles de dólares y toneladas

Países exportadores	Valor (miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento en valor % (2007-2008)	Participación de cada producto %
Brasil	4.167.885	1.576.802	22	Café sin tostar sin descafeinar (99%); café tostado sin descafeinar (1%)
Colombia	1.917.332	604.628	11	Café sin tostar sin descafeinar (98%); café sin tostar, descafeinado (1%); café tostado sin descafeinar (1%)
Viet Nam (*)	1.779.929	783.377	Nd	Café sin tostar sin descafeinar (99%); café tostado sin descafeinar (1%)
Alemania	1.723.462	441.201	16	Café tostado sin descafeinar (44%); café sin tostar descafeinado (29%); café sin tostar sin descafeinar (24%); café tostado descafeinado (3%)
Bélgica	1.106.543	314.944	109	Café sin tostar, sin descafeinar (70%); café tostado sin descafeinar (27%); café tostado descafeinado (2%); café sin tostar descafeinado y los demás cafés y sucedáneos (1%)
Indonesia	991.457	468.749	56	Café sin tostar, sin descafeinar (99%); café tostado sin descafeinar, los demás cafés y sucedáneos, café sin tostar descafeinado, café tostado descafeinado (1%)
Italia	939.766	111.878	14	Café tostado sin descafeinar (93%); café tostado descafeinado (4%); café sin tostar, sin descafeinar (3%)
Suiza	756.754	23.912	59	Café tostado sin descafeinar (86%); café tostado descafeinado (13%); café sin tostar sin descafeinar, café sin tostar descafeinado, los demás cafés y sucedáneos (1%)

(*) Datos espejo

Fuente: Trade Map (septiembre 2009)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

Los principales países exportadores de café en el año 2008 fueron: Brasil con una participación de 19%, Colombia con el 9% y Viet Nam con el 8%.

Los países exportadores que han mostrado mayor crecimiento en el periodo 2007-2008 fueron Bélgica con el 109%, Suiza con el 59% e Indonesia con el 56%.

5. Tendencias en el mercado

5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento

El café es principalmente consumido en los países desarrollados del Hemisferio Norte y mucho menos en los países productores del sur excepto en Brasil y Etiopía. Según la Organización Internacional del Café, el consumo del café es tradicionalmente más alto en los países nórdicos, especialmente en Finlandia donde el consumo per capita llegó a 12kg en el año 2007. Otros países miembros de la UE con un consumo per capita elevado son especialmente Luxemburgo (16,5kg) muy cerca están los Países Bajos y Bélgica (8,4kg). El consumo de café está aumentando rápidamente en Irlanda y el Reino Unido, quienes son tradicionalmente países consumidores de té.

Dentro de la UE, las formas más importantes en las que el café es consumido son:

- **Café tostado molido:** este café, usado en los sistemas de filtro de café o en vainas de café, es el principal tipo de café consumido en la UE.
- **Granos tostados de café:** con el creciente predominio de los sistemas de expreso y capuchino vendidos para uso doméstico, las ventas directas de granos de café tostado se están incrementado rápidamente. El creciente número de barras de café también está fortaleciendo esta tendencia.
- **Café descafeinado:** el Centro de Comercio Internacional estimó que el café descafeinado alcanzó alrededor del 10% del total de las ventas de café. Este tipo de café está perdiendo participación de mercado, ya que la cafeína ya no parece ser un asunto de interés particular para los consumidores. Sin embargo, en algunos países del Sur de Europa el descafeinado es todavía una tendencia vigente y los cafés ligeros de cafeína están ganando terreno en varios mercados europeos. Con la producción llevada a cabo predominantemente en la UE, este es de limitado interés para los productores en los países en desarrollo.
- **Soluble o café instantáneo:** la participación del café soluble en el total del consumo de café varía considerablemente entre los países miembros de la UE. El consumo de café soluble en toda la UE está decreciendo alrededor del 0,2% anualmente. Entre los países en desarrollo, Brasil es el que juega un rol más importante como proveedor de este segmento, con una producción actual que se lleva a cabo predominantemente en Europa.
- **Café listo para beber:** menos importante que en el mercado de Estados Unidos de América pero próximo a llegar a la UE junto con las tendencias hacia los productos alimenticios preparados, bebidas de café listas para consumir como ser café helado.
- **Café preparado:** un área interesante y de rápido crecimiento del mercado. Estas mezclas de café únicas son cada vez más populares y ya están disponibles en más de 150 sabores diferentes como ser vainilla, nuez moscada y varios tipos de frutas. El proceso involucra usualmente tratar a los granos de café tostado con saborizantes químicos. La adición de sabores al café es hecha por los tostadores

Europeos, por eso este nicho de mercado ofrece pocas oportunidades para los productores en los países en desarrollo.

5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento

El café verde es proveído mayormente por los países en desarrollo, la popularidad del café sostenible se está incrementando. Los cafés de calidad Premium, como ser granos de espresso, son cada vez más consumidos. Más aún, este desarrollo se está convirtiendo cada vez más difundido especialmente a lo largo de la UE, donde se valora más la calidad del café que en los Estados Unidos de América.

Café de origen singular o único, con características sobresalientes, también podría ofrecer oportunidades interesantes para los productores en los países en desarrollo. La relación entre los compradores y productores es más directa. Esto ofrece a las cooperativas con enfoque regional la oportunidad de promover sus productos y encontrar empresas en la UE llevando especialidades regionales en su variedad.

La mayoría del procesamiento del café se lleva a cabo en dentro de la UE. Esto se aplica al tostado y la producción de café descafeinado y soluble. Por una parte, esto deja una pequeña oportunidad para añadir valor en los países en desarrollo pero, por otra parte, también significa que las inversiones en las instalaciones de procesamiento no son necesarias en los países en desarrollo.

Las empresas tostadoras y mezcladoras están altamente concentradas en la UE, lo que hace difícil particularmente para los productores de pequeña escala, para entrar al mercado del café. El consumo de café no se está incrementando mucho en los países de la UE y sobre todo el crecimiento es limitado. Sin embargo, varios otros países están mostrando altos incrementos en el consumo de café.

5.3. Tendencias en la distribución y la estructura de comercio

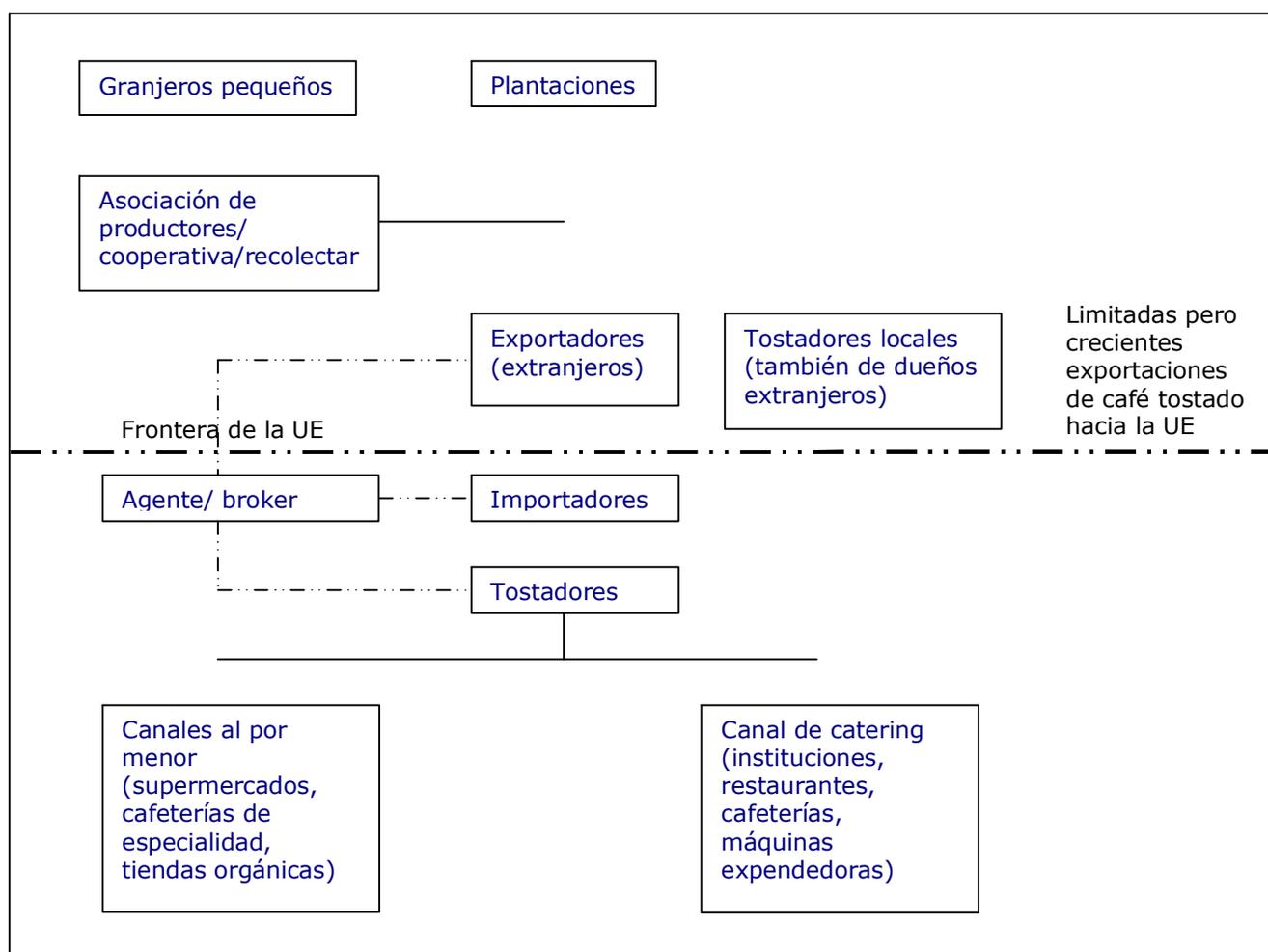
Los canales de comercialización para el café se muestran a continuación:

- **Productores de café:** cultivos tradicionales de café, que involucran recrear las condiciones originales de cultivo de la planta de café en ambientes semi-diversificados, son principalmente conducidos por los pequeños granjeros. Esto también es el origen del café orgánico, donde los monocultivos son difícilmente posibles en términos técnicos. Sin embargo, la mayoría del café convencional es producido en plantaciones de monocultivos. Estos tienen una escala especialmente grande en países productores como ser Brasil y Viet Nam.
- **Brokers de café:** muchos brokers más grandes son activos en un gran rango de sectores commodities minerales y agrícolas de extensión. Estos son activos especialmente en los mercados futuros y de opciones.
- **Traders internacionales de café:** sufrieron una reestructuración considerable y concentración de mercado en décadas recientes. Mientras algunos de los grandes traders de café se fueron a la bancarrota, ya que fueron incapaces de competir, muchos se unieron a empresas más grandes. A pesar de que el café generalmente es comprado de los países exportadores por casas comerciales internacionales, los más grandes tostadores europeos también mantienen sus propias empresas compradoras en casa.

- **Tostadores de café:** El nivel de integración vertical entre los tostadores y los traders internacionales permanece limitado. A pesar de que los grandes tostadores también importan café desde los países productores, en general la estructura de comercio es la que se muestra en el gráfico, de exportadores a importadores y a tostadores. Este es especialmente el caso para los países en desarrollo más pequeños para los cuales los tostadores serán un canal muy difícil para acercarse.

A continuación se muestra un esquema de los canales de comercialización más frecuentemente utilizados en la UE:

Gráfico N° 5.1
Canales de comercialización de café en la UE



Fuente: El mercado del café, té y cacao en la UE – CBI (2009)
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE

5.4. Tendencias en los segmentos

El mercado del café puede dividirse en tres segmentos donde es consumido:

- **Consumo en casa.-** este segmento de mercado se está volviendo cada vez más diverso y representa alrededor del 70% del consumo de café. El café solía

consumirse mayormente como café soluble o molido para máquinas de filtro de café. Sin embargo, los granos de café tostado (expresso) son ahora cada vez más consumidos y el café molido es también empaquetado en vainas para consumo de una porción. La variedad de marcas y sabores se ha incrementado tremendamente en las últimas dos décadas. El café puede ser comprado en: supermercados, tiendas de especialidad, tiendas orgánicas.

- **Fuera de casa:** 30% de la producción de café se lleva a cabo fuera de casa, entre otros restaurantes, bares de café, cafeterías, etc. Bares de expresso como ser Starbucks, que sirven una gran variedad de cafés de alta calidad, se están volviendo más populares.
- **Consumo en el trabajo:** como parte del consumo fuera de casa, también es de gran importancia. La mayoría de las oficinas en la UE tienen máquinas de café. Este segmento es parcialmente proveído por los mismos del segmento de casa. Pequeñas empresas todavía comprarían café al por menor o si son más grandes, podrían pedirlo directamente de los distribuidores o vendedores al detalle. Es interesante notar que las empresas ahora pueden comprar café a través de empresas que lo ofrecen por Internet. Un ejemplo de esto es la empresa francesa Lyreco, una de las más grandes empresas proveedoras a oficinas del mundo, que también ofrece una amplia variedad de productos de té y café, incluyendo orgánico y de Comercio Justo. El mercado institucional está siendo testigo de un desarrollo estable hacia el incremento de la calidad.

5.5. Desarrollo de los precios

Favor notar que el café no es un producto homogéneo. Cada parcela de café es única en lo que respecta a sus características, sabor y calidad, por lo tanto atrae un diferente precio. Sin embargo, el café es tradicionalmente tratado como un producto homogéneo, con precios establecidos sobre una de las principales terminales o mercados de futuros. Consecuentemente, el comercio del café es conducido sobre una base de precio diferencial con precios de transacciones comerciales actuales expresadas como diferenciales para los precios de mercado de futuros sobre una base FOB.

Para mayor información sobre precios actualizados del café, dirigirse al Sitio Web de la Organización Internacional del Café <http://www.ico.org>, en la sección Estadística – Precios del café.

Según fuentes de la industria, los precios para el café orgánico dependen mucho de las características del lugar, que afectan la calidad del grano. Al momento, las primas orgánicas están incrementando pero en algunos casos pueden ser bajas.

Las primas orgánicas para el café Arabica varían entre €0,17 (USD0,22) por kilo para los cafés bolivianos, a €0,76 (USD1,00) para el café mexicano, a casi €1,09 (USD1,43) para el café colombiano. El café peruano toma una posición intermedia con las primas alrededor de €0,34 (USD0,44) por kilo. Esto varía entre el 6% y el 30% por encima de los precios convencionales.

Los productores tienen costos más altos cuando producen café orgánico, con las primas tan bajas como del 6%, alcanzar un punto de equilibrio dependerá de las cantidades producidas. La prima para el café Robusta está alrededor del 15% por encima del precio convencional en Londres. La prima para el café Robusta de Uganda,

el cual es uno de los precios referenciales para el café Robusta orgánico, está alrededor de €115 por tonelada. La variación en la prima es mucho más pequeña que para el café "Arabica".

6. Tendencias en el producto

6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación

Dentro de las tendencias en nuevos productos de café se habla mucho del café orgánico sostenible, así como también del Café Comercio Justo como tendencias fuertes que se vienen dando, los cuales apoyan a los productores en los países en desarrollo. Las organizaciones de Comercio Justo también ayudan a los productores a obtener la certificación Fair Trade y a desarrollar oportunidades de mercado. Una parte clave del rol de estas organizaciones es el de desarrollar y revisar los estándares de Comercio Justo.

Orgánico

El café sostenible es un segmento primordial del mercado que es cada vez más importante, especialmente como las certificaciones, junto con lo orgánico y Comercio Justo, son apoyados por los principales supermercados y tostadores europeos.

Según Agritrade, el café sostenible representa el 5,5% de las exportaciones mundiales de café en volumen en el año 2007. Un fenómeno curioso en muchos países del Norte Europeo es que el consumo de café orgánico no ha respondido mucho a las primas descendentes pagadas por el café orgánico. Más atención deber ser prestada a la marca y la promoción en adición a la calidad, para incrementar su participación de mercado.

El café es uno de los productos orgánicos más exportados por los países en desarrollo. Proviene principalmente de Latinoamérica, pero también de otros continentes. Los principales importadores de café orgánico son Alemania, Bélgica/Luxemburgo, los Países Bajos, Francia, el Reino Unido y Suecia. Estos países son también importantes procesadores y re-exportadores.

6.2. Tendencias en las especificaciones del producto

Los elementos básicos de calidad que debe cumplir el café para ser comercializado según la Guía del Café del Centro de Comercio Internacional, son las siguientes:

- Ser adecuado para el consumo humano. La legislación de la Unión Europea exige ahora una responsabilidad completa de todos los participantes y eslabones de la cadena alimentaria, los que por lo tanto pueden ser detectados e identificados claramente, desde el productor al consumidor.
- Carecer de materias extrañas, plagas vivas y mohos.
- Conformar plenamente a la descripción del contrato o a la muestra de venta, y ser de calidad uniforme en la totalidad de la remesa.
- Ser limpio en la bebida, es decir no presentar sabores ofensivos.

Los primeros dos puntos se refieren a la aceptabilidad general de un café y el tercero y cuarto se ocupan directamente de la calidad. Sin una descripción aceptada del concepto de calidad, o una muestra del café real, no podría haber ningún comercio de café porque la calidad es un término subjetivo, abierto a muchas interpretaciones según sea la persona que formula el juicio.

Para los productores y exportadores serios y cometidos el interés principal debe centrarse siempre en la calidad. El precio no debería tener nunca influencia al preparar una remesa de un tipo determinado de café. Una reputación sólida sólo puede ser creada cumpliendo estrictamente con las obligaciones contractuales y suministrando exactamente lo que se vendió. Las reputaciones sólidas atraen a compradores igualmente sólidos con lo que el negocio se repite y esto a su vez eleva el nivel de interacción entre el vendedor y el comprador para pasar del simple concepto de *precio* al concepto *de* la calidad y el precio.

- **Calidad ejemplar:** Los cafés de calidad ejemplar tienen un valor intrínseco elevado con una bebida fina o única, y generalmente tienen una disponibilidad muy limitada. Generalmente se venden bajo el nombre de la finca o del origen. Son generalmente cafés lavados muy bien presentados, incluidos algunos cafés "robustas" lavados superiores, pero también se incluyen algunos cafés naturales (Harrar etíope, Mocha del Yemen, algunos arábigos indonesios) y cafés orgánicos superiores. Son realmente cafés de nicho.
- **De alta calidad:** Los cafés de alta calidad son cafés de buena bebida, bien presentados, pero no necesariamente perfectos en su aspecto visual. Se venden al por menor como orígenes directos y en mezclas. Esta categoría comprende cafés orgánicos de buena calidad y bien preparados y cafés lavados, además de cafés "robustas" naturales de calidad superior. El mercado de esta gama de calidad es mucho más amplio y comprende un buen porcentaje de cafés especiales de hoy en día.
- **Calidad normal:** El café de calidad normal es de calidad promedia regular, razonablemente bien presentado pero desde luego no perfecto visualmente. Ofrecerá una bebida digna, limpia, pero no necesariamente impresionante. Muchos cafés "robustas" se incluyen en esta categoría. Se estima que las calidades normales dan cuenta del 85% al 90% del consumo mundial de café, mientras que café ejemplar y de gran calidad goza de menos del 15% del mercado mundial.

Las calidades normales a menudo se comercializan según su descripción. Las descripciones pueden estar descritas sin mucha precisión en los contratos, pero generalmente hay algún tipo de entendimiento en relación con la calidad. Esto significa que vendedor y comprador han establecido los parámetros de calidad que se espera que el vendedor respetará de embarque a embarque. Es de esperar que los compradores tengan esto en consideración cuando se hable de los precios.

La ventaja para el comprador es que está prácticamente seguro de que el café será lo que espera que sea, y que el vendedor sabe que el comprador acudirá de nuevo a él para que le proporcione más de lo mismo, sin contar que el mercado haya subido o bajado. Éste es uno de los factores principales que ayudan a dar seguridad a los mercados, aunque la mayoría de los cafés normales son tan intercambiables que el precio desempeñará siempre la función más importante.

Obsérvese que ningún tostador aceptará un café sin haberlo catado antes, pese a su descripción, lo que significa que ningún exportador debería embarcar un café sin haber hecho él lo mismo.

6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado, tamaño, material y etiquetado

El procesamiento del café puede ser de dos maneras: por la vía húmeda que proporciona café lavado y por la vía seca que proporciona café natural.

Procesamiento

- Método por Vía Seca

El método por vía seca (también llamado el método natural) es el más antiguo y el más sencillo y requiere poca maquinaria. Este método consiste en secar la cereza entera. Hay variaciones en cuanto a cómo se lleve a cabo el proceso, dependiendo del tamaño del cafetal, las instalaciones de que se disponga y la calidad final que se desee.

A continuación se describen las tres etapas básicas de limpieza, secado y descascarillado.

Primero, las cerezas que se hayan recolectado se clasifican y limpian, para separar las cerezas que no están maduras de las que están demasiado maduras y de las que están dañadas, y para quitar la suciedad, la tierra, las ramas y las hojas. Eso puede hacerse aventando, por lo general a mano, usando una criba grande. Las cerezas que no se quieran o cualquier otra materia que no pueda aventarse, podrá recogerse de la parte de arriba de la criba. Las cerezas maduras pueden también separarse poniéndolas a flotar en canales de lavado cerca de las superficies de secado.

Las cerezas de café se extienden al sol, o bien en patios grandes de cemento o ladrillo, o bien en esteras alzadas hasta la altura de la cintura sobre caballetes. A medida que las cerezas secan, se rastrillan o se les da vuelta a mano para que sequen por igual. Puede llevar hasta cuatro semanas secar las cerezas al nivel máximo de un contenido de humedad del 12,5%, dependiendo de las condiciones atmosféricas. En los cafetales más grandes se hace a veces el secado a máquina para acelerar el proceso después de que se haya secado antes el café al sol durante unos cuantos días.

La operación de secado es la etapa más importante del proceso, puesto que afecta a la calidad final del café verde. Un café que haya secado demasiado se volverá quebradizo y dará demasiados granos quebrados durante la criba (los granos quebrados se consideran defectuosos). Un café que no haya secado lo suficiente tendrá demasiada humedad y será proclive a un rápido deterioro ocasionado por hongos y bacterias.

Las cerezas secas se almacenan a granel en silos especiales hasta que se envían al molino, donde se criban, se separan, se clasifican y se meten en sacos. La descascaradora quita de una vez todas las capas exteriores de la cereza seca.

El método de vía seca se usa para el 95% aproximadamente del café Arábica que se produce en el Brasil, para la mayoría del café que se produce en Etiopía, Haití y Paraguay y también para algunos tipos de café Arábicas que se producen en la India y en Ecuador. Casi todos los tipos de cafés "Robustas" se benefician con ese método

que no es práctico en zonas muy lluviosas, en las que la humedad atmosférica es demasiado elevada o en las que llueve con frecuencia durante la cosecha.

Método de Vía Húmeda

El método de vía húmeda requiere el uso de un equipo concreto y cantidades considerables de agua. Cuando se hace bien, se consigue que los atributos intrínsecos del grano de café se conserven mejor y que el café verde sea homogéneo y tenga pocos granos defectuosos. De ahí que el café que se beneficia con este método se considere en general de mejor calidad y alcance precios más altos.

Aunque el café se haya recolectado con cuidado, entre las cerezas maduras se encontrarán algunas cerezas que no estén maduras o no del todo secas y también algunas piedras y tierra. Al igual que en el método por vía seca, en general hay que hacer una separación y limpieza preliminar de las cerezas que deberá tener lugar lo más pronto posible después de la recolección. Esa operación puede hacerse lavando las cerezas en tanques repletos de agua corriente. Pueden usarse también cribas para separar mejor las cerezas maduras de las que no lo están y las grandes de las pequeñas.

Después de la separación y la limpieza se saca la pulpa de la cereza. Esa operación es la principal diferencia entre el método por vía seca y el método por vía húmeda, dado que en el método por vía húmeda la pulpa del fruto se separa del grano antes de ponerlo a secar. El despulpe lo hace una máquina que aprieta las cerezas entre planchas fijas y movibles. La carne y la piel del fruto quedan a un lado y los granos, recubiertos de pergamino mucilaginoso al otro. El espacio entre las planchas se ajusta para evitar que se dañen los granos. La operación de despulpado deberá hacerse lo más pronto posible después de la recolección para evitar que el fruto se deteriore, lo que podría afectar a la calidad del grano.

Los granos despulpados pasan a cribas vibratorias que los separan de las cerezas que hayan quedado sin despulpar o que lo hayan sido de forma imperfecta, así como de los pedazos grandes de pulpa que puedan haber pasado con ellas. Después de la criba, los granos separados despulpados se pasan por canales en los que se lavan con agua y se separan otra vez poniéndolos a flotar antes de que pasen a la siguiente etapa.

Debido a que el despulpe se hace por medios mecánicos, por lo general queda algún residuo de carne del fruto y también el mucílago viscoso que se adhiere al pergamino que recubre los granos. Eso tiene que quitarse por completo para evitar que los granos del café se contaminen con productos resultantes de la degradación de las sustancias mucilaginosas. Los granos que acaban de ser despulpados se colocan en grandes tanques de fermentación en los que las sustancias mucilaginosas se descomponen bajo la influencia de enzimas naturales hasta que puedan dispersarse y se los lleve el agua. Si no se vigila la fermentación con cuidado, el café puede adquirir un sabor indeseable y amargo.

Para la mayor parte de los cafés, la eliminación de las sustancias mucilaginosas lleva entre 24 y 36 horas, dependiendo de la temperatura, el grosor de la capa mucilaginosa y la concentración de los enzimas. Hay que someter a juicio cuándo termina la fermentación, que es cuando el pergamino que recubre el grano pierde la textura mucosa y adquiere un tacto más áspero, de "guijarro".

Cuando termina la fermentación, se lava el café a fondo con agua limpia en tanques o en lavadoras especiales. El café pergamino lavado tiene en esta etapa un 57% de humedad aproximadamente. Para hacer que disminuya la humedad hasta el nivel máximo del 12,5% se seca el café pergamino o bien al sol, o en una secadora mecánica o combinando los dos métodos. El secado al sol se hace en superficies grandes y lisas de ladrillo o de cemento que se llaman patios, o en mesas de alambre de malla fina. Se extienden los granos en capas de entre 2 cm y 10 cm, y se les da vuelta con frecuencia para conseguir un secado uniforme. El secado al sol debería llevar de 8 a 10 días, según la temperatura y la humedad del ambiente. Poner el café encima de mesas ayuda a que seque con más rapidez debido a la corriente de aire caliente que sube de ese modo. El uso de máquinas de secar con aire caliente se hace necesario a veces para acelerar el proceso. En grandes cafetales en los que en plena época de cosecha puede que haya mucho más café del que pueda secarse con eficacia en las terrazas, se hace necesario usar máquinas de secar con aire caliente. No obstante, el proceso requiere mucho cuidado para lograr un secado satisfactorio y económico sin que se dañe la calidad.

Después del secado, el café beneficiado por vía húmeda o café pergamino como se le llama habitualmente, se almacena y se conserva en esa forma hasta poco antes de que se exporte.

Las etapas finales de la preparación del café, lo que se llama el "curado", se hacen habitualmente en una instalación especial justo antes de que se venda para exportación. Se descascara el café para quitarle el pergamino y después se pasa por varias operaciones de limpieza, cribado, separación y clasificación que son comunes tanto para el café beneficiado por vía húmeda como para el beneficiado por vía seca. Pueden usarse máquinas electrónicas para eliminar los granos defectuosos y también los llamados "hediondos", que no se pueden distinguir a simple vista.

El método de vía húmeda se usa en general para todos los cafés Arábica, a excepción de los que se producen en el Brasil y en los países productores de Arábica citados anteriormente que usan el método de vía seca. Se usa rara vez para los Robustas.

Transporte

Los granos de café son usualmente transportados en bolsas. Actualmente, la mayoría del café es transportado en contenedores secos de 20 pies que han mejorado considerablemente sobre los métodos de deshacer la estiba, pero todavía involucra el manipuleo extensivo. El café es también transportado en bultos en contenedores a la medida de polipropileno. El envío en contenedor no es recomendable para distancias prolongadas a menos que los contenedores estén ventilados: esta es una condición que puede ser especificada en contratos por los traders y tostadores de la UE.

7. Puntos críticos de acceso a mercados

Como un exportador boliviano que se está preparando para acceder a mercados extranjeros, debe conocer los requerimientos de acceso a mercado de sus socios comerciales y de los gobiernos extranjeros.

Los requerimientos son exigidos a través de la legislación y a través de etiquetas, códigos y sistemas de administración. Estos requerimientos están basados en el medioambiente, la salud y seguridad del consumidor y las preocupaciones sociales, lo cual va a diferir de acuerdo al producto y al país.

Para el sector de alimentos, los requerimientos más importantes que exige la Unión Europea son la Trazabilidad y el Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control, conocido por sus siglas en inglés como HACCP.

7.1. Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP

El sistema de HACCP, que tiene fundamentos científicos y carácter sistemático, permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos.

Es un instrumento para evaluar los peligros y establecer sistemas de control que se centran en la prevención en lugar de basarse principalmente en el ensayo del producto final. Todo sistema de HACCP es susceptible de cambios que pueden derivar de los avances en el diseño del equipo, los procedimientos de elaboración o el sector tecnológico. En lo que se refiere a higiene, todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad y la confiabilidad de los alimentos y bebidas durante la preparación, procesamiento, tratamiento, empaquetado, transporte, distribución y mercadeo.

Los riesgos que existen pueden ser de cuatro tipos:

- **Físicos:** partes plásticas en una lata de vegetales
- **Químicos:** detergentes en jarras
- **Microbiológicos:** sopa de pescado deteriorada
- **Macrobiológicos:** ratones

7.2. Trazabilidad

Bajo la Ley europea, "trazabilidad" significa la habilidad para rastrear cualquier alimento, animal productor de alimento o sustancia que será usada para el consumo a través de todas las etapas de producción, procesamiento y distribución. Significa también rastrear los alimentos a través de la cadena de producción y distribución para identificar y dirigirse a los riesgos y proteger la salud pública (de enfermedades transmisibles y la presencia de químicos por encima de los límites aceptados).

La trazabilidad es una herramienta de administración de riesgo que permite a los operadores en el negocio de los alimentos o autoridades que retiren o recuerden a los productos que hayan sido identificados como no seguros.

La trazabilidad es la piedra angular de la política de seguridad alimentaria de la UE. La Ley General de Alimentos de la UE entró en vigencia en el año 2002 y hace que la trazabilidad sea obligatoria para todas las empresas del rubro de los alimentos.

7.3. Requisitos generales para todos los productos

Los requisitos generales que se deben cumplir para la exportación de cualquier producto son los siguientes:

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

7.4. Requisitos específicos para el café

- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal
- Etiquetado de productos alimenticios
- Productos de producción ecológico

7.5. Aranceles

Según datos obtenidos del Export Help Desk de la Unión Europa y de la Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos de América, los aranceles de importación para el café procedente de Bolivia son los siguientes:

Cuadro N° 7.1
Aranceles aplicados por la UE para el café procedente de Bolivia

NANDINA	Descripción del producto NANDINA	NC UE	Descripción del producto NC UE	Arancel NMF %	Preferencia SGP +
0901.11.10.00	café sin tostar sin descafeinar para siembra	09011100	café sin tostar sin descafeinar	0%	-
0901.11.90.00	los demás cafés sin tostar sin descafeinar				
0901.21.10.00	café tostado en grano, sin descafeinar	09012100	café tostado en grano, sin descafeinar	7,5%	100%
0901.21.20.00	café tostado, molido, sin descafeinar				
0901.90.00.00	los demás, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción	09019090	sucedáneos del café que contengan café	11,5%	100%

Fuente: Export Help Desk (enero 2010)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

Cuadro N° 7.2
Aranceles aplicados por Estados Unidos de América para el café procedente de Bolivia

NANDINA	Descripción del producto NANDINA	HTS USA	Descripción del producto HTS USA	Arancel NMF %	Preferencia SGP USA
0901.11.10.00	café sin tostar sin descafeinar para siembra	0901.11.00	café sin tostar sin descafeinar	0%	-
0901.11.90.00	los demás cafés sin tostar sin descafeinar				
0901.21.10.00	café tostado en grano, sin descafeinar	0901.21.00	café tostado sin descafeinar	0%	-
0901.21.20.00	café tostado, molido, sin descafeinar				
0901.90.00.00	los demás, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción	0901.90.20	los demás, sucedáneos del café que contengan café	-	100%

Fuente: United States International Trade Commission (enero 2010)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

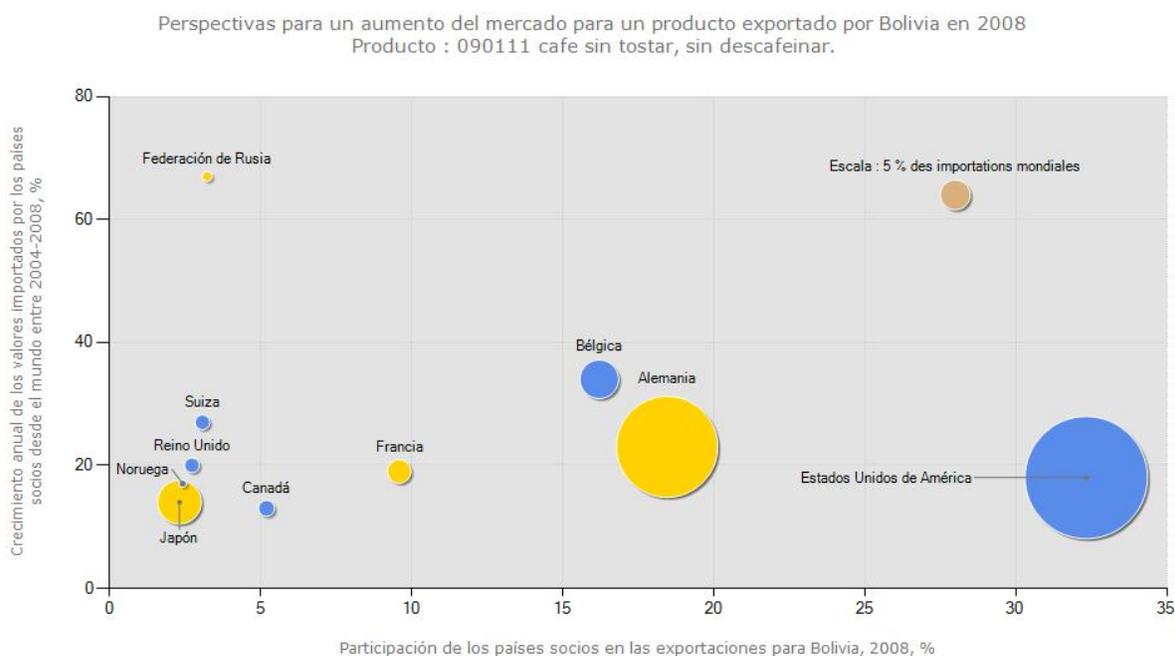
Para mayor información sobre los aranceles aplicados por la Unión Europea o los Estados Unidos de América, dirigirse al Sitio Web de Export Help Desk: http://exporthelp.europa.eu/index_en.html o de la Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos: <http://www.usitc.gov>

8. Oportunidades para Bolivia

El análisis del gráfico de burbujas muestra las oportunidades que presenta un país para poder comerciar un producto específico con otros países según el crecimiento en las importaciones que el país socio potencial tenga respecto al mundo y el comercio que tenga con nuestro país. Para ello se utilizan como variables el crecimiento anual de la tasa de importaciones de los países socios y la participación de los países socios en las exportaciones de nuestro país.

Oportunidades para el café sin tostar, sin descafeinar

Gráfico N° 8.1

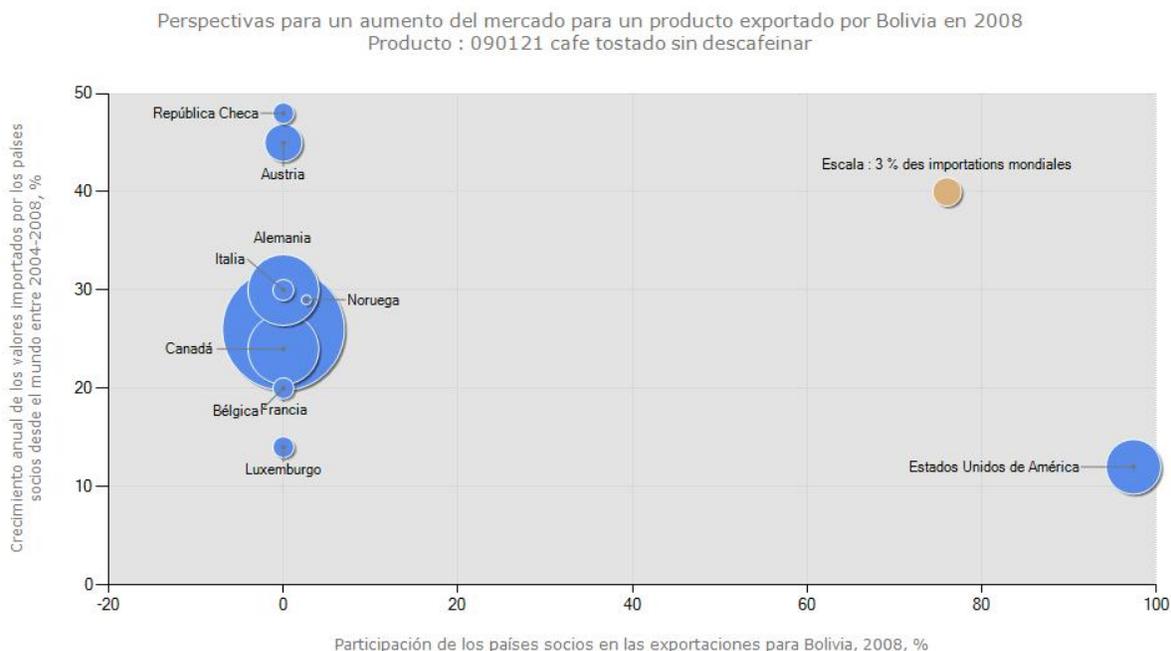


Fuente: Trade Map (enero, 2010)

Como se puede apreciar en el gráfico anterior en el año 2008 para el café sin tostar, sin descafeinar, Bolivia tiene como principal mercado a Estados Unidos de América que tiene una participación del 33% en las exportaciones bolivianas de este producto y una tasa de crecimiento de sus importaciones del 18%. Sin embargo, existen otros mercados que si bien tienen una participación de mercado aún pequeña, muestran tasas de crecimiento en el nivel de sus importaciones más altas que las de Estados Unidos de América, por ejemplo Bélgica con una tasa de crecimiento en las importaciones mundiales de este producto del 34% pero su participación en las exportaciones bolivianas es del 16%, Suiza con una tasa de crecimiento del 27% y una participación en las exportaciones bolivianas para este producto del 3% y finalmente el Reino Unido con una tasa de crecimiento de sus importaciones para este producto del 20% y una participación en las exportaciones bolivianas del 3%.

Oportunidades para el café tostado, sin descafeinar

Gráfico N° 8.2



Fuente: Trade Map (enero, 2010)

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, en el año 2008, el principal destino de las exportaciones bolivianas de café tostado sin descafeinar fue Estados Unidos de América abarcando el 97% del total de las exportaciones bolivianas de este producto con una tasa de crecimiento de sus importaciones del 12%. Sin embargo, existen otros mercados que no han sido del todo explorados para la diversificación de las exportaciones bolivianas como ser: la República Checa, Austria, Alemania, Italia y Canadá que si bien para el año 2008 no mostraron una significativa participación en las exportaciones bolivianas o ni siquiera fueron destinos de las exportaciones bolivianas de café tostado, sin descafeinar, muestran una interesante perspectiva de posibles mercados para el café boliviano ya que presentan tasas de crecimiento de sus importaciones de este producto bastante altas como por ejemplo: la República Checa con el 48%, Austria con el 45%, Alemania con el 30% o Francia con el 26%.

En conclusión, existen oportunidades para los exportadores bolivianos de café sin tostar ni descafeinar en importantes países europeos como ser Bélgica, Suiza y el Reino Unido. Así como también para los exportadores de café tostado sin descafeinar para destinos como ser Alemania e Italia principalmente además de la República Checa, Austria y Canadá. Especialmente en los países de la Unión Europea existen grandes oportunidades para los exportadores en países en vías de desarrollo ya que éstos son proveedores principales de granos de café verde, además de que en la UE la tendencia del café sostenible está creciendo así como también el café de origen único con características sobresalientes. Por otra parte cabe señalar que el procesamiento del grano de café se lleva a cabo dentro de la UE, es decir el tostado y la producción de café soluble descafeinado lo que deja con poco margen de adición de valor a los países en desarrollo pero por otro lado esto también significa que éstos no necesitan de grandes inversiones en instalaciones para procesar el café.

9. Ferias y sitios de comercio virtual

A continuación se listan las principales ferias comerciales y sitios de comercio virtual referentes al café:

9.1. Ferias comerciales

A continuación se muestra una lista de ferias y eventos para la industria del café:

- **India International - Tea & Coffee Expo 2009:** <http://www.teacoffeeexpo.in>
Feria que durante tres días muestra productos de té y café.
- **2º Moscow International Coffee Forum:** <http://www.coffeetea.ru>
Un programa especial para profesionales conocedores de buen café en el marco del 2do. Foro Internacional de Café en Moscú.
- **Feria COTECA Hamburgo 2010: Feria Internacional del Café, Té y Cacao**
<http://www.coteca-hamburg.com>
La Feria COTECA abarca los productores y comerciantes, industriales, fabricantes de equipos y proveedores de servicios y tienda de los instaladores y proveedores de equipos para cafeterías.
- **TriestEspresso Expo 2010:** <http://www.triestespresso.it>
Es la feria bienal especializada en la entera cadena de producción del café expreso.
- **Auma:** <http://www.auma.de>
Asociación de la Industria Alemana de Ferias Comerciales.
- **ANUGA:** <http://www.anuga.com>
La feria comercial más importante para el mercado de alimentos.
- **Alimentaria Exhibitions:** <http://www.alimentaria.com>
Salón internacional de Alimentación y Bebidas.
- **BioFach:** <http://www.biofach.de/en>
Feria que ofrece un extenso rango de alimentos orgánicos y productos de comercio justo.

9.2. Sitios de comercio virtual

A continuación se muestra una lista de sitios de comercio relacionados a la industria del café:

- Europages: <http://www.europages.com>
- Food Market Exchange: <http://www.foodmarketexchange.com>
- Alibaba: <http://www.alibaba.com>
- Tradin: <http://www.tradinorganic.com>
- Rapunzel: <http://www.rapunzel.de>
- International Coffee Organization: <http://www.ico.org>

Fuentes de información

- El mercado de la Unión Europea el café, el té y el cacao – CBI
<http://www.cbi.eu>
- Trade statistics for international business development - Trade Map
<http://www.trademap.org>
- Export Help Desk
<http://www.exporthelp.europa.eu>
- United States International Trade Commission
<http://www.usitc.gov>
- International Coffee Organization – ICO
<http://www.ico.org>
- Fairtrade Labelling Organization
<http://www.fairtrade.net>

Fuentes fotográficas de la portada

- <http://www.ipoh-oldtown.com>
- <http://orgcafe.com>