



MEMORIA ANUAL DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDO CAFÉ MARCALA

COSECHA 2009-2010

“Protegiendo Nuestro Patrimonio con Café de Calidad”



Herencia de culturas con sabor de altura



Herencia de culturas con sabor de altura

DENOMINACION DE ORIGEN CAFÉ DE MARCALA
La primera experiencia en Denominación de Origen en Honduras
www.cafemarcala.blogspot.com Email: dopcafemarcala@yahoo.com

ANTECEDENTES

La DO café Marcala inicio hace 5 años como una experiencia piloto en un tema relativamente nuevo para nuestra sociedad, por lo que el trabajo realizado a sido bastante fuerte en sus 4 componentes estratégicos que son: componente organizativo, componente legal, componente de mercadeo y componente técnico, los cuales están íntimamente relacionados por lo que el avance en alguno de ellos repercute en el otro.

Al tratarse de un tema que a nivel nacional es relativamente nuevo y al ser la primera en Honduras y Centroamérica ha ocasionado que los miembros de la cadena agroindustrial del café, de la zona delimitada como DO Café Marcala tengan que ir innovando y actualizando el trabajo realizado con el objetivo de mantener este sistema a través del tiempo, es por esta razón que este año cosecha con el apoyo incondicional de nuestros aliados estratégicos que son. IHCAFE, AECID, y FIDE, el consejo regulador ha enfocado sus esfuerzos en determinar el proceso de autosostenibilidad de la DO café Marcala.

En el presente documento daremos un breve resumen de los avances en cada componente, en el período correspondiente a la cosecha 2009-2010.

1. COMPONENTE ORGANIZATIVO

1.1 Afiliados

En esta año cosecha se logro la inscripción de 95 nuevos socios y socias contando actualmente con 1431 inscripciones dentro de los cuales 1383 son productores y productoras, 31 empresas comercializadoras, 14 casas exportadores, 2 broker y 1 tostador

A continuación se detalla los inscritos por municipio (a septiembre de 2010):

Nº	Municipio	Departamento	Productores/as inscritos
1	Yarula.	La Paz.	65
2	San Pedro de Tutule.	La Paz.	33
3	Guajiquiro.	La Paz.	82
4	Santa Elena.	La Paz.	80
5	Opatoro.	La Paz.	53
6	Cabañas.	La Paz.	35
5	Marcala.	La Paz.	345
7	La Paz.	La Paz.	122
8	San José.	La Paz.	115
9	Santiago Puringla.	La Paz.	101
10	Chinacla.	La Paz.	136
11	Siguatopeque.	Comayagua.	50
12	Santa María.	La Paz.	59
14	Santa Ana.	La Paz.	15

15	Jesús de Otoro.	Intibucá.	95
Total			1383

Intermediarios	31
Exportadores	14
Broker	2
tostador	1

2.2 Asamblea General

El día 24 de Abril del 2010 e realizo la cuarta asamblea ordinaria de la Denominacion de Origen Café Marcala, la que llevo como nombre Claudio Santos Vigil, como un reconocimiento a su gran labor que desempeño durante su periodo como presidente de la Denominación de Origen Café Marcala.

Hay que resaltar el interés que año con año se observa en la membrecía de la organización, teniendo este año la representación de todos los municipios en la asamblea.

Este Año se eligió nuevo consejo Regulador, quedando integrado de la siguiente manera.

Consejo Regulador ADOFCAM

No	Nombre	Cargo
1	Miriam Elizabeth Pérez	Presidente
2	Claudio Santos Vásquez	Vice- presidente
3	Renato Cabrera	Secretario
4	Erly Contreras	Tesorero
5	Rene Argueta	Vocal I
6	Claudio Santos Vigil	Vocal II
7	Basilio Gonzales	Vocal III
8	Gerardo Figueroa	Vocal Suplente

Junta Fiscalizadora

No	Nombre	Cargo
1	Gloria Inestroza	Presidente
2	Gabino Argueta	Secretario
3	Lucio López	Vocal I
4	Jorge Isai Bonilla	Vocal Suplente

2.3 Planificación Estratégica

El Consejo Regulador, preocupado por el futuro de la Denominación de origen, da inicio al proceso de elaborar el plan estratégico a 5 años acompañado de la estrategia de autosostenibilidad, siendo esta ultima una preocupación latente en la organización, ya que por ser un sistema de beneficio socioeconómico la sostenibilidad financiera es un proceso de largo plazo, por lo que se crea una estrategia de salida entre el consejo regulador y nuestros aliados (IHCAFE;AECID) que nos han apoyado en estos 5 años en todo el sistema de operación.

Este plan estratégico se pondrá en práctica a partir del nuevo año cosecha 2010-2011.



Experiencia de culturas con sabor de altura

“Protegiendo Nuestro Patrimonio con Café de Calidad”



Experiencia de culturas con sabor de altura

2.4. Aplicación auto diagnóstico plan empresarial para empresas

Como resultado de la estrategia de cluster de la DO café Marcala, se identificó lo débil que se encontraban algunas de las organizaciones socias, en aspectos administrativos y de controles, razón por la cual con el apoyo de FIDE se logra realizar un auto diagnóstico de 4 empresas con el objetivo de dejarles un plan empresarial que les permita incrementar sus ingresos todos los años, así como el ordenamiento de sus procedimientos para convertirlas en organizaciones cada vez más transparentes en todos los sentidos para sus asociados, así como para nuestros compradores de café.

Las organizaciones apoyadas fueron:

COMUCAP
MARCAFE
CABRIPEL
CAFÉ CHOACAPA

2.5 Comités de enlace

Se tiene un comité por cada municipio el cual como su nombre lo indica sirven de enlace entre el consejo y los socios/as, siendo así la comunicación bastante fluida entre los miembros.

Este sistema nos ha funcionado muy bien, al momento de reunir a los afiliados para dar a conocer los avances de la DO Café Marcala, sin embargo tenemos el reto fuerte, al momento de determinar los beneficios por las ventas de café, ya que los que actualmente están recibiendo apenas el 85% de los socios y socias un beneficio económico de la DO Café Marcala, hablando específicamente de los productores y productoras asociados en alguna cooperativa o empresa, contrario a los productores que no se encuentran en ninguna organización el beneficio económico es casi nulo, por lo que es a uno de los retos fundamentales que tiene el Consejo Regular, para crear estrategias que permitan el beneficio del 100% de sus asociados.

2. COMPONENTE LEGAL

2.1 Actualización de archivos

Este año cosecha se entregó al instituto de la propiedad un archivo completo del funcionamiento de la DO Marcala, el cual se estará actualizando años con año, enviando un informe de las actividades realizadas y principalmente de los lotes exportados.

2.2 Reconocimiento por la Unión Europea.

Un logro fundamental de nuestro país es el reconocimiento por parte de la Unión Europea de la DO Café Marcala, aspecto logrado bajo el tratado de asociación entre Centroamérica y la unión europea-.

3. COMPONENTE TÉCNICO

3.1 Desarrollado y coordinado los eventos de socialización del proyecto

Se ha logrado realizar 14 eventos de socialización distribuidos en los municipios amparados por la DO Café Marcala.

Esta actividad se coordina con los técnicos de IHCAFE, las cooperativas o empresas exportadoras y los comités de enlace de cada municipio, para ello se reúnen los productores/ra mediante invitaciones previas.

Los temas tratados en estos eventos son:

- Concepto de denominación de origen. Ventajas y desventajas.
- Como lograr el reconocimiento de una DO
- Avances de la DO Café Marcala, enfocándose en aspectos diferenciadores con otras regiones del país y el mundo así como en los 4 componentes en que trabaja la DO Marcala.
- Reglamento de la DO café Marcala.

Los talleres se realizaron en los municipios de Santiago Puringla, Santa Ana, Guajiquiro, Jesús de Otoro, Marcala, Cabañas, Chinacla y Tutule.

3.2 Sistema de Control de Calidad y Trazabilidad de la Denominación.

El sistema de trazabilidad de la DO Café Marcala es bastante sencillo y funcional ya que en cada fase es adaptado según el nivel de preparación y logística que tenga cada miembro de la cadena agroindustrial del café, el cual año con año se evalúa para realizar las modificaciones correspondientes que permita la mejora continua tanto en eficiencia como en eficacia.

Con el objetivo que el sistema sea conocido por todos los socios y socias se han realizado 9 eventos de capacitación sobre El sistema de trazabilidad.

En cada taller se da una presentación sobre conceptos y luego se enfoca en los formatos llevados por la DO Marcala, en cada fase como ser la Finca de café que es la llevada por el productor/a, Beneficio Húmedo, beneficio Seco, por último exportación.

Los temas básicos fueron.

- Concepto de Trazabilidad.
- Presentación del sistema de trazabilidad de la DO Café Marcala
- Práctica sobre llenado de registros, según el nivel que a cada quien le correspondía.

Las capacitaciones se han realizado en los municipios de Santiago Puringla, Santa María, San José, Marcala, Chinacla, Guajiquiro y Tutule.

3.3 Sistema de Información Georreferenciado (SIG)

Como parte del sistema de trazabilidad se realiza la Georreferenciación de la unidad productiva así como de la

DENOMINACION DE ORIGEN CAFÉ DE MARCALA
La primera experiencia en Denominación de Origen en Honduras
www.cafemarcala.com Email. dopcafemarcala@yahoo.com



Presencia de culturas con sabor de altura

“Protegiendo Nuestro Patrimonio con Café de Calidad”



Presencia de culturas con sabor de altura

infraestructura donde se realiza cada fase del café, la cual es colocada en el sistema de información georreferenciada, que es manejado en las oficinas centrales de la DO café Marcala.

Hasta la fecha tenemos 1460 puntos georreferenciados 1079 fincas de 1051 productores, 50 BH, 2 Bodegas, 31 Beneficios Secos, procedentes de miembros de la cadena agroindustrial del café inscritos en la DO Marcala.

Durante esta actividad también se realiza el levantamiento de la Acta de verificación en campo de los datos dados por el productor/ra, intermediario, exportadores con ella, se obtiene información completa de los miembros de la cadena agroindustrial de café de la región e inscritos.

3.4 Estudio de defectos en grano cereza, pergamino seco y café verde y sus efectos en catación.

Este año se realizó un estudio de defectos de grano, tanto en café uva como en verde, este con el objetivo de ver en cuanto puede afectar a calidad del café los daños que esté presente en uva, en pergamino seco y finalmente en café verde.

Nota: Para este estudio se realizó un informe por separado.

3.5 Plan de Producción Más Limpia:

Un eje transversal de la DO café Marcala siempre es la parte ambiental, ya que además de cuidar la calidad de nuestro producto procuramos que este se cultive y proceso en armonía con la naturaleza, es así como resultado de la base ambiental se vio a necesidad de iniciar el proceso de mejora continua en el proceso de beneficiado húmedo, desarrollando un plan de mejora, tanto en aspectos de infraestructura como en el manejo de sub productos del café, especialmente en la disminución y manejo de aguas mieles.

Esta actividad se está desarrollando como experiencia piloto en los siguientes beneficios Húmedos:

CARUCHIL, COMUCA, MARCAFE, Beneficio San Miguel, Beneficio el Rodeo, beneficio San Juna, Beneficio Rubén Raudales, Beneficio la casa, Beneficio san carlos, beneficio el higuito, beneficio tres pinos, beneficio la laguna

3.6 Proceso de tostado y molido de Café.

Un aspecto que es necesario fortalecer en la DO café Marcala es el desarrollo de marcas en café tostado y molido, es así que con el apoyo de FIDE y AECID, se logra la contratación de un experto internacional como lo es William Boot para realizar un diagnóstico en la zona y tener las bases para salir al mercado con café tostado y molido con sello de la DO Café Marcala.

En este aspecto se ha apoyado a las siguientes empresas: RAOS, COMUCAP, Cooperativa Unidas Para Progresar, café Joselinda, Café Ejecutivo, café don Napo, Café Sirara, café monte verde, Café Montesillos.

Con este nuevo proceso iniciado el Consejo regulador tiene el reto de lograr vender café tostado y molido con el

sello de la DO café Marcala, cumpliendo siempre con el sistemas de calidad y trazabilidad, por lo que va ser necesario la creación del protocolo para este fin, de esta manera garantizar siempre a nuestros clientes, que al probar una taza de café Marcala, están probando uno de los mejores cafés del mundo.

3.7 Monitoreo de Lotes de Exportación.

Un aspecto importante para asegurar la calidad y origen del café es el monitoreo de los lotes de café, desde que el café es recibido en uva en las centrales de beneficiado, hasta que es exportado, va a la par de los formatos de trazabilidad, pero este monitoreo va encaminado al aseguramiento de la calidad de café, en este año se monitorearon 29 lotes de los cuales se exportaron 24.

4. COMPONENTE MERCADO

4.1 Desarrollado y coordinado los eventos de promoción e intercambio de experiencias con otros proyectos e instituciones

Se han realizado 21 eventos de promoción que consiste principalmente en un stand durante ferias en los diferentes municipios o participaciones en eventos de otras instituciones en diferentes partes del territorio nacional como ser : Santa Rosa de Copan, Tegucigalpa, San Pedro Sula. Se aprovechan diferentes espacios para poder dar degustación de nuestro café y así sea reconocido a nivel nacional.. La mayoría de estos eventos se realizan en coordinación con técnicos de IHCAFE de la regional de Comayagua, así como con la señorita Wendy encargada de promoción del IHCAFE, en Tegucigalpa, también coordinado con las mancomunidades como la MANLESIP, MANSEPAZ

Giras Internacionales:

Se realizaron 5 giras internacionales las que se han llevado a cabo en coordinación con las cooperativas y empresas asociadas a la DO café Marcala, a las que les ha apoyado con información, trífolios para la promoción, algunos presentes para los compradores, alguna de ellas se lea a apoyado en la gestión del boleto aéreo con la cooperación Española.

En estas giras se participo en ferias internacionales como el caso de Alemania en la feria de ANUGA, en estados unidos en la SCAA y en Europa en la feria de la SCAE.

Giras realizadas

No	Nombre de participante	Empresa o cooperativa
1	Europa	2
2	Estados Unidos	2
3	Mexico	1

4.2 Premios Ganados:

Se participo en la competencia de Café organizada

DENOMINACION DE ORIGEN CAFÉ DE MARCALA
La primera experiencia en Denominación de Origen en Honduras
www.cafemarcala.com Email. dopcafemarcala@yahoo.com

“Protegiendo Nuestro Patrimonio con Café de Calidad”

por la Asociación de café especial de América, (SCAA), con muestra de café del señor Fabio caballero, el cual orgullosamente obtuvimos el tercer lugar a nivel mundial.

4.3 Festival CAFECULTURA Marcala 2010

En este año el festival se realizó los días del 11 al 13 de marzo, días llenos de café y cultura, desarrollándose con el apoyo del comité Arte y cultura, la Asociación de Ganaderos y agricultores de Marcala Y chinacla, y de toda la comunidad, y sus autoridades, celebrando así nuestro orgullo cafetalero, donde se vio la interrelación de la población con el sector café.



Cada año son más las personas e instituciones que apoyan esta iniciativa, incluso el sector privado fue elemento fundamental este año, el involucramiento de las cooperativas y empresas del sector como RAOS, CABRIPEL, SOGIMEX, COMSA, entre otros, así como nuestras entidades de apoyo como el IHCAFE; AECID; FIDE; AHPROCAFE, y muchos otros involucrados en todo el desarrollo del festival.

En el marco del festival se realizó la segunda competencia de cafés de la región Do Marcala, contando con jueces de Es Estados Unidos y centro América, obteniendo el primer lugar la productora **Antonia Hernández** del municipio de Santiago Puringla., finalizando este evento con una rueda de negocios con compradores como ROYAL COFFEE.

4.4 Atención a compradores de café.

Se han atendido 6 visitas de compradores internacionales, a los que se le ha explicado de que se trata el sistemas de la DO Café Marcala, y que les garantizamos una calidad mínima en taza, un origen y trazabilidad, a cada visitante se da una gira por las fincas de café, beneficios, finalizando con una catación de nuestro café, explicando el perfil de taza característico de nuestra zona

Los Compradores atendidos tenemos

- BECKER
- MARETERA
- Paramount Coffee Company
- Alen Coffee
- International coffee company.
- International Café Blends,LLC.

4.5 Diseño de La estrategia de promoción:

Con apoyo de FIDE, AECID e IHCAFE se logra la definición de la campaña de promoción denominada: **“Sueña con Café”** que tiene como propósito principal aumentar el

reconocimiento del café de Marcala entre los compradores actuales y potenciales además de realzar su imagen..

La campaña tiene 2 enfoques, el primero dirigido a los compradores internacionales haciendo énfasis en la calidad del producto y las condiciones agroecológicas de la zona que dan origen a uno de los mejores cafés de la región y un segundo enfoque local que tiene como objetivo principal crear un sentimiento de orgullo entre los productores.

4.6 Lotes certificados

En esta cosecha se logra la certificación de 24 lotes de café, la cual se ve la importancia que las empresas exportadoras están dando a este sistema, los lotes exportados se ha logrado un sobre precio promedio de 20 dolores por quintal exportado.

Lotes exportados

# DE LOTE CAFÉ	NOMBRE DEL PROPIETARIO DE LOTE.	COMPRADOR
DOPCM-0910 - 001	MARCAFE	ROYAL COFFEE
DOPCM-0910 - 002	COMSA	ETIQUABLE.
DOPCM-0910 - 003	COMSA	ETIQUABLE.
DOPCM-0910 - 004	COMUCAP	GEPa, ALEMANIA.
DOPCM-0910 - 005	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST /SHG FTO.
DOPCM-0910 - 006	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST /SHG FTO.
DOPCM-0910 - 007	RAOS	JUST US.
DOPCM-0910 - 010	RAOS	ROYAL COFFEE.
DOPCM-0910 - 011	RAOS - CABRIPEL.	GEPa, ALEMANIA.
DOPCM-0910 - 008	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 009	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 012	RAOS - CABRIPEL.	GEPa, ALEMANIA.
DOPCM-0910 - 013	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 014	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 015	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 016	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 017	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 018	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 019	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 020	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 021	RAOS	JUST US; CANADA
DOPCM-0910 - 022	RAOS	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 023	COMSA	SUSTAINABLE HARVEST.
DOPCM-0910 - 024	COMSA	SUSTAINABLE HARVEST.

DENOMINACION DE ORIGEN CAFÉ DE MARCALA

La primera experiencia en Denominación de Origen en Honduras

www.cafemarcala.com Email. dopcafemarcala@yahoo.com



Experiencia de culturas con sabor de altura

“Protegiendo Nuestro Patrimonio con Café de Calidad”



Experiencia de culturas con sabor de altura

Logros y retos principales:

Es importante resaltar que en estos 5 años de trabajo se ha aprendido mucho de este sistema de protección y algo fundamental es el apropiamiento que actualmente existe por los afiliados y el compromiso de mantener una calidad de café que nos ha hecho ganar mucha reputación en el mercado internacional, sin embargo este apropiamiento ha sido más en los municipios cercanos a Marcala, todavía el consejo regulador tiene un trabajo fuerte de realizar en toda la zona, hasta lograr que el beneficio que han obtenido los pocos productores y productoras afiliados, sea distribuido en la mayoría de la población.

El Consejo Regulador de la DO Marcala ha logrado una especialización es cuanto a su sistema de trazabilidad , logrando ya por 4 años consecutivos ganarse la confianza en el mercado internacional, sin embargo queda el reto grande de lograr la acreditación de todo el sistema lo que vendrá a darle mayor credibilidad a nivel mundial.

A pesar de los esfuerzos del consejo regulador hay mucho trabajo que realizar a nivel de la región en cuanto al proceso de tostado y molido , si bien es cierto nuestro café a figurado entre los mejores del mundo, hay que lograr que la población consuma este café y dejar de pensar que lo mejor es para exportar y lo de mala calidad es para consumo interno, es así que todos los años busca aliados estratégicos locales, que le ayuden en este proceso y poco a poco ir mejorando esta cultura si se puede decir así.

El Consejo Regulador de la DO Marcala, apenas hace un año empezó a dar sus primeros pasos encaminados a la sostenibilidad, pudiendo decir que quizá sea uno de los retos más grandes, ya que este es un proceso a largo plazo, en el que se tendrá que involucrar toda la cadena agroindustrial del café.

Algo que se ha comprobado estos 5 años es que el sector café, es sector productivo es que los caficultores saben muy bien como desempeñar las labores de mantenimiento y procesado para lograr que esa calidad, natural del grano no se pierda, en el proceso de preparación, sin embargo hay un trabajo muy fuerte que realizar en la parte de mercadeo y promoción, por lo que el consejo regulador espera que con esta imagen que se ha logrado hacer este año , lograr diseñar un campaña de promoción a nivel nacional e internacional que permita mejores ingresos al momento de comercializar nuestro producto.