

SISTEMATIZACIÓN DE LA 1ª COMPETENCIA DE CAFÉS ESPECIALES ORGANIZADA POR LA MESA DEL CAFÉ REGIÓN EL PARAÍSO



DICIEMBRE DE
2020, EL PARAÍSO,
HONDURAS.

Por mandato de:



Implementado por:

© Swisscontact, 2020.

Swisscontact. Sistematización de la 1ª Competencia de Cafés Especiales Organizada por la Mesa del Café Región El Paraíso, Honduras. 2020. 26 páginas.

La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva del Proyecto Desarrollo Competitivo, Inclusivo y Sostenible de las Cadenas de Café y Cacao Fino de Aroma en el departamento de El Paraíso; y Marañón en los departamentos de Choluteca y Valle en Honduras (Proyecto PROGRESA-Swisscontact) y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea, ni de las instituciones socias implementadoras. La Unión Europea cuenta con licencia en determinadas condiciones.

Autores: Marco Vásquez, Carlos Ardón, Jorge Cruz y Orlando Cáceres (Swisscontact).

Fotografía: Marco Vásquez y Mario Urrutia.

Colaboradores: Alfonso Merlo y Héctor Vallejo (IHCAFE); Alejandro Escoto (Proyecto THRIVE Visión Mundial); Luz del Carmen Godoy (CDE MIPYME Región 11); Jaime Valerio y Eula Domínguez (UNAH-TEC Danlí); Tito Edgardo Vargas (UNIOCOOP); Merlin Mejía (SOCODEVI); Reina García (ganadora de 2do lugar de I Competencia de Cafés Especiales); Carlos Oquelí Rodríguez (Plan de Nación); Nelson Fúnez (Secretario Ejecutivo del CONACAFE); Dulman Mendoza (ganador del 3er lugar de la I Competencia de Cafés Especiales) y Alejandro Rodríguez (Technoserve).

PROGRESA es auspiciado por la Unión Europea y ejecutado por Swisscontact en conjunto con el Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), Molinos de Honduras y las Alcaldías de Danlí y Namasigüe.

Para más información dirigirse a:

Swisscontact. Lomas del Guijarro, calzada Llama del Bosque, #602 | Tegucigalpa, Honduras. Tel. +504 2239-8846.

Web: www.proyectoprogresa.org.

Correo electrónico: info@proyectoprogresa.org.

Visión de la Mesa del Café:

Al 2022, El Paraíso es reconocido en el mundo y en Honduras, como un origen de café de calidad, una nueva y pujante región dentro del café de Honduras, distinguida por su mezcla singular de tradición, innovación, variedades y micro climas, en la que los actores de la cadena trabajan de manera articulada para mantener a la vanguardia a la región El Paraíso.

MIEMBROS DE LA MESA DEL CAFÉ REGIÓN EL PARAÍSO



Esta sistematización resume de manera práctica la exitosa experiencia de la Mesa del Café Región El Paraíso en la organización y ejecución de la 1ª Competencia de Cafés Especiales en la Región El Paraíso, misma que logró la exportación de 20 microlotes de personas dedicadas a la caficultura de pequeña escala, lo cual desarrolla modelos de negocios inclusivos, y se alinea a los objetivos del Proyecto PROGRESA de la Unión Europea, institución que publicó este documento, con el fin de mejorar futuras réplicas de competencias.



CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN	5
II.	METODOLOGÍA	8
III.	SITUACIÓN INICIAL	10
IV.	ORGANIZACIÓN DE LA COMPETENCIA	13
	A. Organización del evento	14
	B. Imparcialidad de la evaluación de muestras	15
	C. Dificultades del pequeño caficultor para participar en competencias	16
V.	IMPACTOS	17
	A. En medios de vida de caficultores	18
	B. En el subsector caficultor de El Paraíso	20
	C. En el tejido organizacional	21
VI.	LECCIONES APRENDIDAS	22
	A. Lecciones sobre la imparcialidad de evaluación	23
	B. Lecciones en organización de la competencia	23
	C. Lecciones en los medios de vida de los productores	24
	D. Lecciones sobre la negociación	27
	E. Otras lecciones aprendidas	28

I. INTRODUCCIÓN



Desde 2004, en Honduras se han llevado a cabo competencias nacionales de cafés especiales bajo la marca “Taza de Excelencia”, las cuales se han organizado entre la Alliance for Coffee Excellence (ACE) y el Instituto Hondureño del Café (IHCAFE). Éstas han tenido muchos beneficios para el subsector caficultor, tanto desde el punto de vista de la imagen de país como productor de café especial, así como en el aumento de ingresos para los ganadores de las subastas.

En 2017, el departamento de El Paraíso sobresalió con la variedad Parainema, la cual alcanzó un precio récord de US\$ 124.50/libra. Esto representó una buena oportunidad para dar a conocer no solo la calidad, sino también que la región es “El Origen del Parainema”, ya que esta variedad fue desarrollada y validada por el IHCAFE, su nombre significa PARAÍSO-NEMATODOS, ya que esta variedad tiene tolerancia a esa plaga, la cual es común en esa región. Aprovechando esa coyuntura, los miembros de la Mesa del Café Región El Paraíso, organizaron la 1ª Competencia de Cafés Especiales 2019 Región El Paraíso. Este departamento tiene 15,556 caficultores registrados en el IHCAFE¹ y representan el 15% del total de Honduras, muchos se consideran de pequeña escala, sin embargo, su potencial para insertarse en mercados inclusivos, como el de cafés especiales, es factible, especialmente si las cualidades de sus aromáticos son expuestas ante compradores internacionales.

¹Memoria de Cosecha 2018/2019, IHCAFE.



Los beneficiarios de PROGRESA siembran en promedio 2.61 manzanas de café, con un rendimiento de 12.73 QQ/Mz de pergamino seco.



El departamento de El Paraíso se ubica en la zona oriental de Honduras.



La Mesa del Café Región El Paraíso organizó con éxito esta competencia gracias al apoyo financiero y técnico de las siguientes instituciones: Unión Europea (Proyecto PROGRESA-Swisscontact), IHCAFE, UNIOCOOP, La Central, AHPROCAFE, ANACAFE, Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), THRIVE Visión Mundial, Alcaldía de Danlí, Alcaldía de El Paraíso, Kolping Honduras, Mejoramiento Agrícola Sostenible (MAS Technoserve), BECAMO, CECRUCSO, CAFEPSA, SOCODEVI, Plan de Nación, UNAH-TEC Danlí y CDE MIPYME El Paraíso.

Esta competencia tuvo resultados muy significativos en términos de medios de vida de las familias, en el subsector caficultor del departamento de El Paraíso y en el tejido organizacional. Entre los más relevantes se encuentran una oferta valorada en L1,025,937.00 para 20 microlotes; se alcanzaron precios de 15 US\$/libra; hubo una participación de 14.4% de mujeres; se iniciaron relaciones de exportación directa entre compradores y productores; se rompió el estereotipo de que el café de El Paraíso era de volumen y de cafés mezclados; y hubo un fortalecimiento de la Mesa del Café, coordinada por IHCAFE y compuesta por muchas organizaciones no gubernamentales y actores privados.

II. METODOLOGÍA



La presente sistematización es del tipo retrospectiva, ya que la competencia de cafés especiales ya concluyó, se está haciendo un rescate y reconstrucción de la misma y, su publicación, se orienta a rescatar aprendizajes que ayuden a mejorar las futuras réplicas en la región, o fuera de ella. El objeto de la sistematización fue la competencia en sí, desde su planificación, pasando por su ejecución y hasta la venta de microlotes por parte de los ganadores. En cuanto al eje de sistematización, se definió la forma en cómo las competencias ayudan a la exportación de microlotes de cafés especiales, provenientes de caficultores de pequeña escala. De esta manera se resume el plan de sistematización.

En cuanto a la recolección de información, se identificaron actores claves como instituciones que apoyaron la organización de la competencia (miembros de la Mesa del Café Región El Paraíso), así como a caficultores participantes. Dependiendo de su rol de trabajo, se aplicaron preguntas a través de una entrevista. Adicionalmente, se recolectó información secundaria como reportes, resultados de la evaluación de taza de los concursantes, memorias de reuniones de planificación y presupuestos.

LA EXPERIENCIA SE ESTRUCTURÓ ASÍ:

A. Situación inicial

Describe los factores que impulsaron el montaje de la competencia, como mecanismo para promover el café de El Paraíso y mejorar las condiciones de los pequeños caficultores.

B. Organización de la competencia

Detalla la manera en cómo la Mesa del Café Región El Paraíso organizó el evento, con el objetivo de garantizar una imparcialidad y transparencia en los resultados de los análisis de calidad, así como para asegurar la participación de caficultores de pequeña escala y generar vínculos comerciales inclusivos entre los productores ganadores y compradores de cafés especiales del mercado internacional.

C. Impactos

Lista los resultados positivos de la implementación de la competencia en cuanto a los medios de vida, en el subsector caficultor de El Paraíso y en el tejido organizacional.

D. Lecciones aprendidas

Analiza de manera profunda, cuáles fueron los factores de éxito y qué actividades pudieron hacerse de una mejor manera, en el sentido de mejorar las futuras competencias en la región. Se analizan aspectos como la imparcialidad de evaluación, organización de la competencia, medios de vida de los caficultores y el proceso de negociación de cafés especiales por parte de los compradores internacionales.

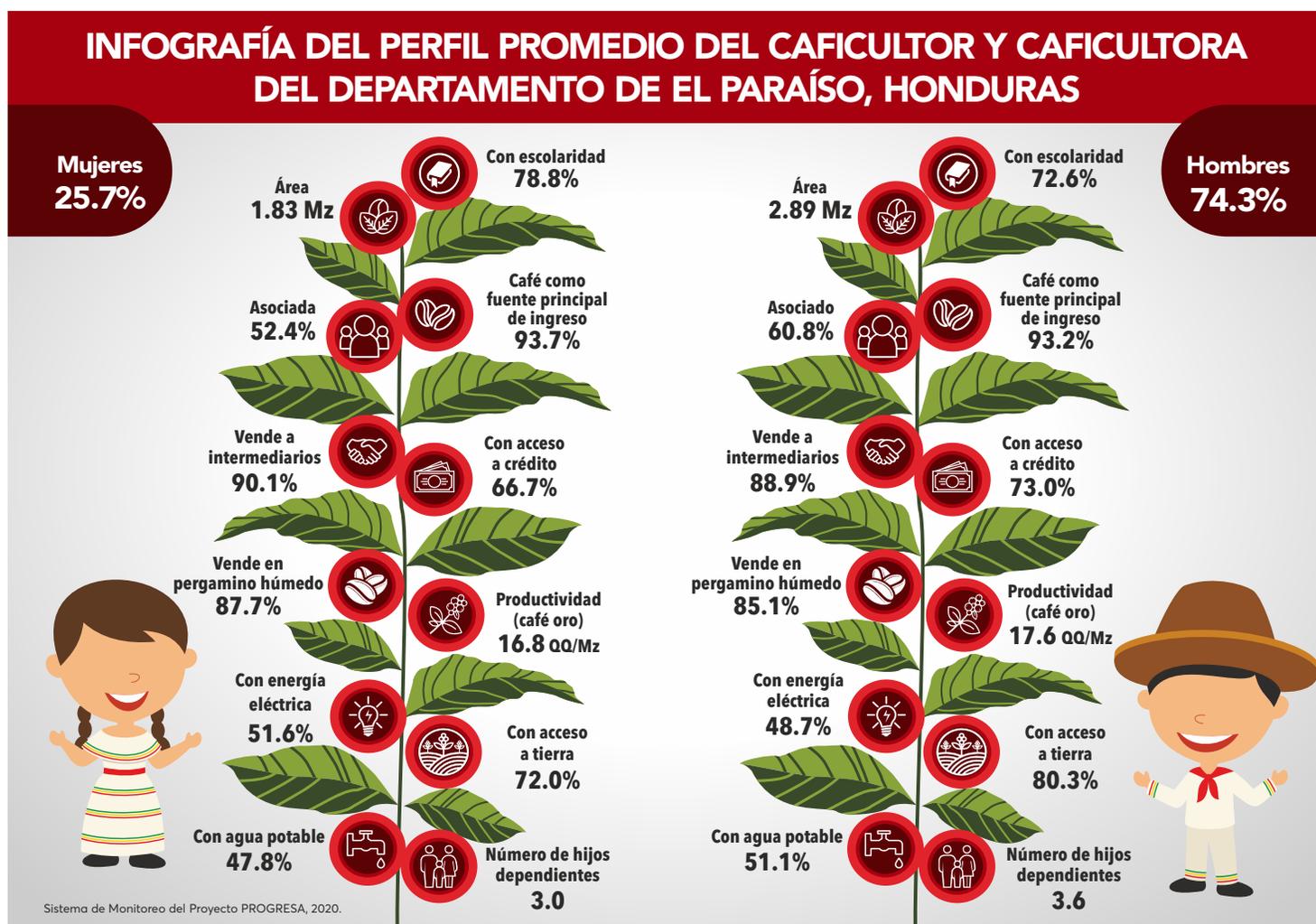
En años recientes, el precio internacional del café ha sido poco atractivo y hasta desmotivador para el caficultor de El Paraíso



III. SITUACIÓN INICIAL



Con el objetivo de entender la necesidad de realizar una competencia de cafés especiales en El Paraíso, es necesario conocer primero el perfil promedio del caficultor de esa región. La siguiente infografía muestra dicha información, basada en la línea de base del Proyecto PROGRESA.



Las cifras anteriores muestran que la situación de vulnerabilidad de los caficultores de ese departamento es alta, ya que dependen en gran medida del café y, la caída de precios de los últimos años, afectó negativamente sus medios de vida; también ha sido un factor de desmotivación entre los mismos. Por tal razón, la búsqueda de mejores

canales de comercialización, así como la mejora de la imagen de calidad, ha sido prioridad para el Proyecto PROGRESA y para la Mesa del Café. También se observa que son familias con alta vulnerabilidad pues hay un alto porcentaje que todavía carece de acceso a agua potable, energía eléctrica y telefonía.

El 85.8% de caficultores venden café en pergamino húmedo y, el 89.2%, usa al intermediario como principal canal de comercialización.



FACTORES IMPULSORES DE LA COMPETENCIA

A continuación, un análisis de los factores que motivaron la organización de la primera competencia de cafés especiales.

- a. Bajos precios pagados por intermediarios y que disminuyen cada año, desde cosecha 2014/15 a 2018/19 bajaron 4.8% en promedio (infografía).
- b. El principal canal de comercialización de los pequeños caficultores es el intermediario (89.2%), solamente los que tienen mayor capacidad financiera o que cuentan con despulpadora, beneficio húmedo y secadora, tienen más opciones de alcanzar otros nichos de mercado como cafés certificados y cafés especiales.
- c. Poca transparencia de ciertos intermediarios y empresas compradoras, los cuales hacen evaluaciones de taza, pero no dan los resultados a los productores, apartando los mejores aromáticos para vender a precios altos, pero comprando a precio local.
- d. Análisis realizados en la región indican que se producen cafés de muy buena calidad, pero no ha existido una buena promoción de esos atributos, tanto a nivel nacional como internacional.
- e. Expectativa de alcanzar buenos precios en competencia y mejorar la condición de vida de las familias caficultoras.
- f. El éxito de competencias regionales en Copán y Marcala, a través de los años lograron que sus precios locales sean más altos que los de El Paraíso (hasta 300 lempiras por quintal de pergamino seco), esto debido a su buena reputación. En el occidente, es común la llegada de compradores internacionales a visitar fincas o participar en ruedas de negocios, lo cual no ocurre en El Paraíso.
- g. La existencia de la Mesa del Café Región El Paraíso, como plataforma de coordinación, permitió sumar esfuerzos y recursos para organizar y desarrollar la competencia.

*“ Cultivar café no es fácil, precios de 10 a 12 lempiras por libra son muy bajos, casi solo sirven para pagar trabajadores”,
Dulman Mendoza.*

IV. ORGANIZACIÓN DE LA COMPETENCIA



En este apartado se detalla la manera en cómo la Mesa del Café Región El Paraíso organizó el evento, con el objetivo de garantizar una imparcialidad y transparencia en los análisis sensoriales de calidad de las muestras, así como para asegurar la participación de caficultores de pequeña escala.



A ORGANIZACIÓN DEL EVENTO

- a. En el marco de la Mesa de Café se definió el apoyo de cada organización (económico, técnico, promocional o logístico), y cada una lo ejecutó con base en sus recursos disponibles, pero con un seguimiento cercano a través de las reuniones de la Mesa del Café. En otras palabras, no se formó un fondo común, sino que, por cuestiones de auditoría de cada organización, cada una ejecutó su compromiso.
- b. Al inicio fue difícil obtener los fondos necesarios, pero al final se logró cubrir todos los gastos gracias al apoyo de las organizaciones que conforman la Mesa del Café Región El Paraíso.
- c. Se definió un reglamento para la recolección de muestras, con el objetivo de garantizar uniformidad y equidad en el proceso, la cual debía ser representativa de un lote y tomada al azar. En cuanto a la muestra, ésta debía ser de seis libras y con un contenido de humedad entre 9.5-12%; también envuelta en doble bolsa plástica nueva y rotulada debidamente según codificación establecida por la Mesa del Café. Estas normas posteriormente se convirtieron en un protocolo, el cual se usará en futuras competencias.
- d. La recepción de muestras solamente fue permitida por personal calificado del laboratorio, quien entregó el respectivo comprobante de recepción.
- e. En cuanto al tipo de café, se seleccionó el café “lavado” por la vía húmeda, el que previamente fue fermentado.
- f. La catación fue un punto crítico, por lo que se escogió al laboratorio de control de calidad del IHCAFE, por ser un ente certificado y que cuenta con equipos y personal entrenado para el propósito de evaluación de las muestras.
- g. Para lograr un impacto positivo en los medios de vida, se contactaron diversos representantes de compradores internacionales, se logró la participación de Café RAGA, representante de compradores surcoreanos, taiwaneses, ingleses y noruegos.
- h. La competencia se ejecutó en el mes de febrero, lo cual fue muy anticipado, ya que los mejores cafés (de mayores alturas), salen a mediados de marzo.
- i. Además de la competencia se organizó un simposio técnico, donde se discutieron temas como mercados de cafés especiales y experiencias de organizaciones caficultores en la comercialización de cafés diferenciados. Esto ayudó a gestionar conocimientos claves sobre la comercialización entre los asistentes.
- j. Se pagó publicidad previa al evento para mejorar la participación de productores y de asistentes al evento de la competencia.
- k. Cada proyecto y organización invitó a caficultores y caficultoras a participar en la competencia, a través de la preparación y envío de muestras.

Aunque la competencia fue de cafés lavados, la Región de El Paraíso también cuenta con cafés de tipo melado (fermentado pero no lavado) y natural (secado con todo y su pulpa).

Proceso de catación de las muestras de los concursantes por parte de los compradores.



B. IMPARCIALIDAD DE LA EVALUACIÓN DE MUESTRAS

- a. Se organizó una comisión de auditoría, responsable de la asignación de códigos correlativos a las muestras, para que los catadores desconocieran el origen o el dueño de cada muestra. Los nombres de los caficultores fueron revelados posterior a los resultados de la competencia y antes de la negociación.
- b. Cada muestra tenía un formulario de trazabilidad de finca con datos de ubicación, altura, variedad, georreferenciación, época de floración, fertilización y proceso de beneficiado, el cuál fue muy útil a los compradores.
- c. Se organizó un panel de catadores nacionales que evaluaron todas las muestras y seleccionaron las que tuvieron los mejores puntajes, las cuales pasaron a la segunda fase de evaluación.
- d. Se conformó un panel de catadores externos, seis nacionales (certificados por IHCAFE), tres coreanos y una colombiana, esto garantizó una evaluación profesional y justa para las muestras de los productores participantes.
- e. Previo a la competencia, se realizó una calibración del panel, para uniformizar criterios de evaluación. El procedimiento consistió en la evaluación de 10 muestras de café, cada una tenía su puntaje y sus descriptores; con el liderazgo del IHCAFE se discutieron los resultados y se hizo una segunda ronda. Ahí se identificaron las personas del panel que no concordaron con los resultados y se realizó un ejercicio retrosensorial para recordar los resultados de cada muestra, de tal forma que todos coincidieran con los resultados de cada taza.
- f. Una vez completada la calibración, se evaluaron las muestras y, con base en los puntajes, los compradores internacionales hicieron sus ofertas de compra.
- g. Se transcribieron y se revelaron los propietarios de las muestras ganadoras, quienes aceptaron todas las ofertas debido a que los precios eran muy buenos.



C. DIFICULTADES DEL PEQUEÑO CAFICULTOR PARA PARTICIPAR EN COMPETENCIAS

Si bien se hizo una buena promoción entre los caficultores, se identificaron algunos aspectos que impidieron la participación de los pequeños productores, entre éstos están:

- a. El pago puede tardar hasta nueve meses y esto es difícil para el productor, algunos se abstienen de participar porque sus compromisos financieros no le permiten esperar.
- b. El desconocimiento del productor sobre los puntos críticos de producción y procesamiento para la obtención de cafés especiales.
- c. El café especial necesita actividades adicionales que suben el costo, tales como corte seleccionado de granos, beneficiado limpio, fermentación a tiempo y en forma adecuada e inversión en infraestructura de secado solar (o contratación del servicio).
- d. Las lluvias dificultan el proceso de secado y afectan el transporte a causa de las carreteras en algunas comunidades.

A mejor proceso, mayor duración de las cualidades del grano, por ejemplo, granos secados rápidamente, pierden más fácil sus cualidades en el almacén, por eso, el reposo durante el almacenamiento es importante.

El liderazgo del Laboratorio de Control de Calidad del IHCAFE fue un factor clave en el éxito de la competencia.

V. IMPACTOS



A continuación, se listan los resultados positivos de la implementación de la competencia en cuanto a los medios de vida, en el subsector caficultor de El Paraíso y en el tejido organizacional.



A. EN MEDIOS DE VIDA DE CAFICULTORES

- a. Venta de 20 microlotes a precios altos, alcanzando hasta 34,346 lempiras por saco de 46 kilos. Es importante aclarar que de estos precios existe una deducción de costos de exportación, los cuales rondan los US\$ 0.97/Lb, ver la tabla 1, la cual detalla los mismos. La empresa exportadora que prepara el grano es escogida por el comprador.

“ Vendí seis quintales en 2019. Debía dinero, pero con el pago hasta me sobró para comprar abonos. Animo a las mujeres a participar igual que yo ”, *Reina García, Segundo Lugar.*

Tabla 1. Detalle de las deducciones en la exportación de microlotes de cafés especiales en 2019. Destino: Corea del Sur y Japón.

Detalle de gasto	Valor (US\$/Lb)
Costo de empaque	0.20
Promoción/calidad	0.15
Costo de preparación	0.30
Promedio de otros costos: transporte, seguros, administración, uso de licencia de exportación, tasa de seguridad, mercadeo, permiso de exportación y retención*	0.32
Total	0.97

* Vale recalcar que la retención de L2.58/Lb se devuelve al productor un año después.

La 2ª Competencia de Cafés Especiales de 2020 tuvo que ser cancelada debido a la cuarentena ordenada por el gobierno a causa de la pandemia del COVID-19, sin embargo, el café especial de El Paraíso se abrió camino en el mercado asiático.

- b. Se logró una oferta valorada en L1,025,937.00 para 20 microlotes que totalizaron 11,822 libras de café oro.
- c. La competencia tuvo una buena igualdad de género, se promocionó ampliamente entre hombres y mujeres, se logró un 14.4% de participación de mujeres, 2.9% de organizaciones caficultoras y 82.7% de varones. Una mujer (Reina García) obtuvo el segundo lugar y un 10% de los ganadores fueron caficultoras.
- d. Se alcanzó una excelente cobertura geográfica, ya que participaron todos los 15 municipios del departamento que producen café; otros cuatro no participaron porque no producen el aromático.
- e. Se iniciaron relaciones directas con tostadores internacionales. Los ganadores van a volver a participar con el fin de obtener una evaluación de sus nuevos microlotes, ya que esto es un requisito de los compradores internacionales, para asegurarse que los productores mantienen o mejoran su calidad.
- f. Inicio de vínculos intangibles con tostadores quienes también buscan las historias detrás de la producción, con el objetivo de darle un rostro a la taza.

Los compradores internacionales buscan historias detrás de la producción, para el caso, ¿cómo empezó el productor en caficultura? ¿Cómo descubrió su calidad? ¿Cuál es el manejo de finca y poscosecha? ¿Cuántas personas dependen de ese ingreso? ¿Tiene otros cultivos? ¿Qué entusiasmo o sacrificios tuvieron en la producción? El dueño de la cafetería quiere mostrar el rostro y de dónde viene su grano.



- g. Posibilidad de futuras coinversiones en infraestructuras productivas por parte de los compradores; así como la cobertura de gastos para participación del caficultor en ferias internacionales o visitas a sus cafeterías.
- h. Establecidos nuevos canales de comercialización de alto valor.
- i. La competencia permite a pequeños productores la venta de nanolotes (1 a 3 sacos) o microlotes (4 a 19 sacos), a diferencia de otras competencias donde solamente se permiten cantidades mínimas de 15 sacos. Con poco volumen, un pequeño caficultor alcanza ingresos superiores a la venta total de su café convencional.
- j. Se estimula el secado solar para la venta de pergamino seco, lo que ayuda a dar a conocer su perfil de taza y a mejorar precio, especialmente entre las exportadoras.
- k. Validada la importancia de los servicios de asistencia técnica enfocados en la mejora del perfil de taza y en la calidad; sin éstos, se reduce la adopción de las buenas prácticas por parte del pequeño caficultor.

B. EN EL SUBSECTOR CAFICULTOR DE EL PARAÍSO

1. Se rompió el estereotipo de que el café de El Paraíso era de volumen y de cafés mezclados.
2. Las personas caficultoras se motivan a mejorar sus procesos de producción y beneficiado para obtener una mejor calidad y, lograr así, participar en las futuras competencias.
3. La variedad Parainema demostró su gran potencial comercial, aunque solo representó el 30.5% de las muestras recibidas, obtuvo un 75% de los puestos ganadores. El Catauí también tiene potencial porque representó el 5.5% de las muestras y obtuvo el 15% de los puestos ganadores (ver tabla 2 para más información). Vale recalcar que el material genético es solamente uno de los varios factores claves para obtener cafés especiales.

“ El Paraíso es un diamante en bruto, a los que no salieron ganadores pero que tenían puntajes arriba de 84, se les ayudó a conseguir mejores mercados. Si el productor sabe cortar, lavar y fermentar en punto óptimo y secar bien, no importa si es pequeño, podrá participar en las competencias ”,

Tito Vargas, representante de la UNIOCOOP.

Tabla 2. Comparación de variedades participantes y variedades ganadoras.

% Ganadoras	Variedad	% Participantes
75%	Parainema	30.5%
15%	Catauí	5.5%
5%	Lempira	48.8%
5%	H-27	0.4%
	Otras (Bourbon, Catimor, Colombia Amarillo, Colombiano, ICATU, IHCAFE-90, Marsellesa, mezclas, Obata, Pacamara, Pacas y Villa Sarchí)	14.8%

4. Se inició el mercadeo de los mejores cafés de la región para hacer un encuentro justo entre oferta y demanda. Además, se abrieron oportunidades a cafés intermedios con calificaciones entre 82 y 86, los cuales también fueron de interés para los compradores internacionales.
5. Para ser la primera edición de una competencia, el precio máximo de US\$ 15/Lb es muy significativo si se considera que hasta 2015 el precio más alto a nivel nacional en Taza de Excelencia, era de US\$ 35.00/Lb; por lo cual, las futuras competencias deben asegurar la participación de mejores muestras y más compradores internacionales.
6. La región cuenta con alto potencial de cafés especiales, un 19.9% de las muestras tuvieron calificaciones arriba de 85, un 51.5% entre 82 y 84 puntos y, un 28.6% menos de 82 puntos. Este buen resultado es producto del apoyo de los diferentes miembros de la Mesa del Café, quienes proveyeron asistencia técnica y promovieron la participación en el concurso.
7. Se dieron a conocer notas diferentes al tradicional sabor a chocolate que existe en el mercado nacional, éstas incluyen aromas a flores, rosas y frutos maduros, cuerpo sedoso, efervescencia, sabores a toronjas o jazmín, entre otras notas. Se presenta a la Región El Paraíso como un origen único en cafés.
8. Promoción de la Región El Paraíso a través de la cobertura de medios de comunicación, regionales y nacionales, así como de la compra por parte de compradores internacionales.
9. Mayor posicionamiento de la variedad Parainema, en especial que El Paraíso es su región de origen, una cualidad deseada por tostadores internacionales, ya que esto es parte de las historias que colocan en sus cafeterías. Por su cultivo en macizos montañosos, precipitación y suelos, esta variedad presenta características sobresalientes. Como se mencionó anteriormente, Parainema fue desarrollada por el IHCAFE y significa Paraíso-nematodos, o sea que es una variedad resistente a esta plaga.
10. Cafeterías en Corea del Sur están mostrando los sabores y aromas del café de El Paraíso y conociendo el perfil de las familias caficultoras.
11. Fortalecida la imagen para el futuro registro de la Indicación Geográfica; la cual daría valor agregado como un atributo adicional en los microlotes de cafés.

“ El Paraíso tiene una variedad única en todo el mundo: el Parainema, un comprador dijo que es capaz de seducir a sus clientes, otro que tiene atributos multidimensionales y uno más que tiene un nuevo perfil que gustó entre sus clientes. Este año lo ofrecimos a Taiwan, China, Canadá y USA ”,
Rony Gámez, Propietario de RAGA Coffee.

C. EN EL TEJIDO ORGANIZACIONAL

1. La Mesa de Café de El Paraíso, coordinada por el IHCAFE, es un espacio de coordinación y alineamiento de organizaciones caficultoras y proyectos de la cooperación para generar sinergias y alcanzar un mayor impacto en la competencia. De igual manera en el apoyo a las familias pues se complementan servicios de asistencia técnica, comercialización, administración y equidad de género.
2. Se genera motivación entre las organizaciones caficultoras para aumentar su participación.

VI. LECCIONES APRENDIDAS



En esta sección se estudian los factores de éxito y qué actividades pudieron hacerse de una manera mejor, en el sentido de mejorar las futuras competencias en la región. Se analizan aspectos como la imparcialidad de evaluación, organización de la competencia, medios de vida de los caficultores y sobre el proceso de negociación de cafés especiales por parte de los compradores internacionales.

A. LECCIONES SOBRE LA IMPARCIALIDAD DE EVALUACIÓN

- a. La implementación de un reglamento de competencia garantizó una excelente imparcialidad en la evaluación de participantes, sin embargo, hay que mejorarlo un poco más, específicamente en la identificación de puntos críticos como un descarte de productores antes de la catación, enfocando el trabajo a las mejores muestras; también hacia la definición de tamaños de microlotes, tiempos de recepción de muestras, contenido de humedad mínimo, entre otras recomendaciones. Actualmente ya se cuenta con un reglamento.
- b. Asignación de códigos completamente al azar y no por día de recibo, para evitar riesgos que el productor indique al catador la fecha en que envió la muestra y descubrir quién es el dueño.

B. LECCIONES EN LA ORGANIZACIÓN DE LA COMPETENCIA

- a. La Mesa del Café Región El Paraíso, coordinada por el IHCAFE, demostró su excelente capacidad para organizar este tipo de eventos, por lo cual, se está institucionalizando como una actividad anual permanente.
- b. Varios puntos del proceso de manejo de los microlotes, como por ejemplo la catación, el transporte, el almacenamiento y custodia previa entrega al comprador, fueron subsidiadas por los miembros de la Mesa del Café; en futuras competencias, esos costos deberán ser asumidos por el productor o cubiertos por patrocinios; es importante pensar en institucionalizar este evento.

- c. Si se hubieran gestionado fondos con empresas privadas, como exportadoras, comercios u otros, se mejoraría la autosostenibilidad del evento, ya que los proyectos de la cooperación son de corto plazo. Los patrocinios también podrían haber sido dado en equipos o insumos para los ganadores, lo que motiva aún más la participación de caficultores.
- d. Es muy importante un mayor aporte de gobiernos locales y obtener el apoyo del gobierno central, para tener un mayor impacto, especialmente para traer más compradores internacionales, lo cual mejoraría la oferta de precios, por ejemplo, de Estados Unidos y Europa, quienes tienen gustos diferentes a los de Asia.
- e. No todas las contribuciones fueron monetarias, apoyo en logística, recursos humanos y gestiones tuvieron impactos positivos.
- f. Debido a las diferencias entre procesos del café (lavados, melados y naturales), se podría pensar en definir ganadores según categoría. Otra opción es hacerlas según macizo montañoso.
- g. Durante la venta de cafés especiales no se reportaron problemas de inconsistencia en calidad de microlotes con respecto a las muestras ganadoras. Esto debe ser un factor constante a futuro.

Se debe crear una estructura de supervisión que garantice al comprador que el microlote tendrá la calidad ofrecida, caso contrario, ocurrirán antecedentes que manchen el prestigio de la competencia de El Paraíso.

C. LECCIONES EN LOS MEDIOS DE VIDA DE LOS PRODUCTORES

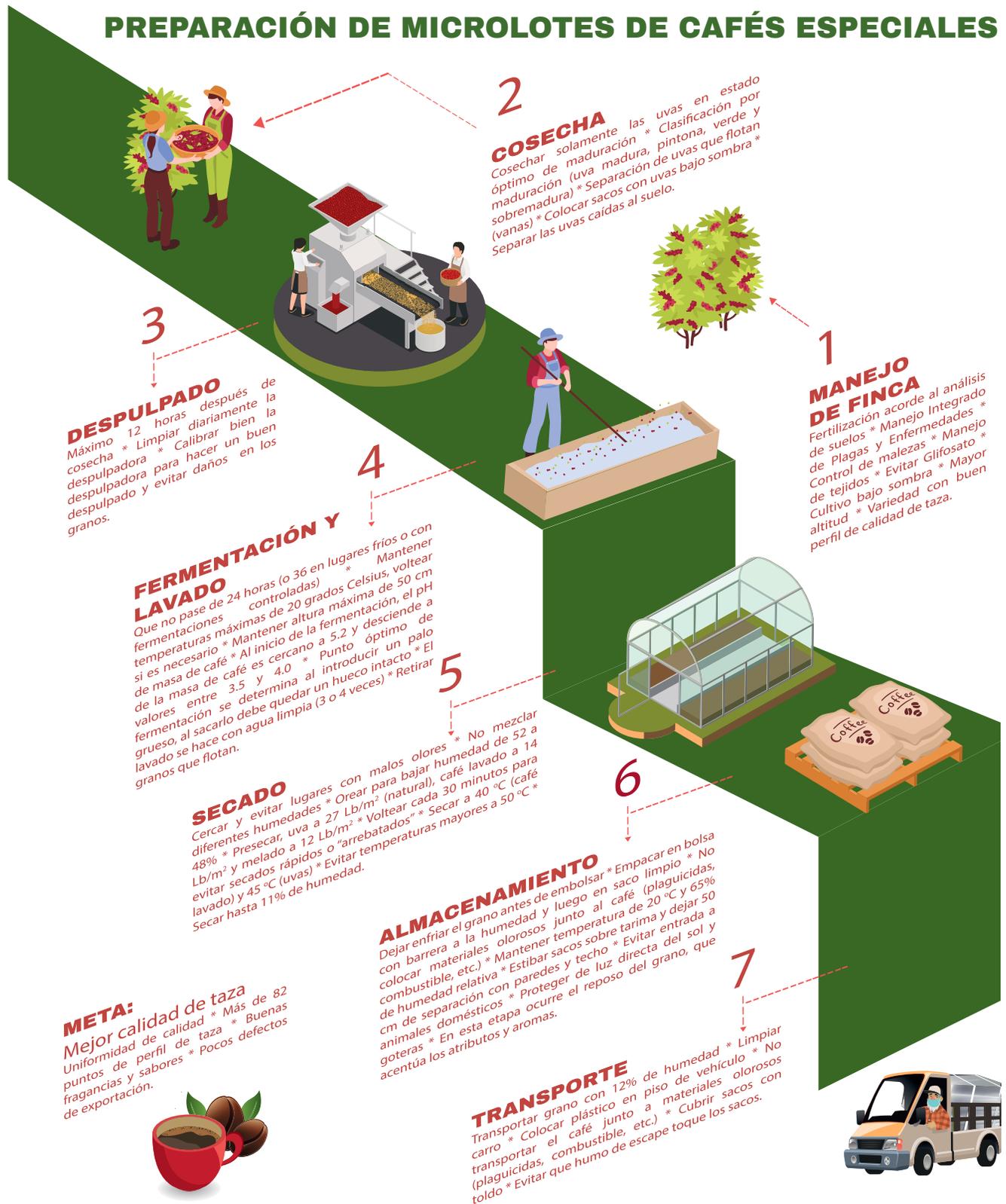
- a. Se requiere mayor explicación a productores, sobre todo en los trámites de exportación, deducciones y plazos de pago (tres a nueve meses), ya que esto afecta los flujos de efectivo en las familias y su capacidad de pagar compromisos financieros previamente adquiridos.
- b. Se deben diseñar instrumentos financieros para que el productor reciba un pago a precio de mercado al momento de la venta, con lo cual pueda cubrir sus múltiples obligaciones financieras, mientras espera el resto del pago del café especial. Otra opción es ligar a los ganadores con organizaciones caficultoras, de tal forma que puedan recibir un bono al ganar la competencia, con lo cual puede cubrir sus gastos inmediatos, mientras recibe la diferencia de dinero.
- c. Dado que este es el primer ejercicio de una competencia, es primordial la educación en calidad al productor, con el objetivo de mantenerla y superarla en futuros ciclos de cosecha. Esto daría más sostenibilidad a la relación comercial.
- d. A futuro hay que combinar la competencia con giras a las fincas, para mejorar la interacción con el comprador internacional, quien gusta de conocer las historias detrás de la taza.
- e. Los cafés especiales requieren actividades adicionales en las fincas como el cultivo bajo sombra, renovación de plantas, variedades de buena puntuación (Parainema, Paca, Geisha, Typica, Pacamara o Bourbon, las cuales tienen mayor aceptación en el mercado internacional), fertilización basada en análisis de suelos, manejo de tejidos, manejo integrado de plagas y enfermedades y buen manejo poscosecha (beneficiado húmedo y seco). La ilustración 1 resume las recomendaciones generales para la preparación de microlotes de cafés especiales.



“ En 2019 vendí 10 quintales a los coreanos, me dijeron que si mantenía puntaje de 89 me volverían a comprar y así fue, también vendí a unos japoneses, este 2020 vendí 23 quintales. Mi papá estuvo enfermo y con esas ganancias pude sanarlo ”,
Dulman Mendoza, ganador del 3er lugar.

Ilustración 1.

Recomendaciones generales para la preparación de microlotes de cafés especiales.







D. LECCIONES SOBRE LA NEGOCIACIÓN

- a. El apoyo del laboratorio de calidad del IHCAFE dio un mayor respaldo al evento por la confiabilidad de sus resultados, tanto en transparencia como en la fiabilidad de las evaluaciones, ya que es un laboratorio certificado.
- b. Si bien hubo presencia de compradores coreanos, es importante hacer alianzas con la Secretaría de Relaciones Exteriores o proyectos de promoción de exportaciones con el fin de patrocinar la presencia de más compradores internacionales.
- c. A futuro es crítico definir fechas que sean posteriores a las visitas de compradores traídos por el IHCAFE para sus competencias, también considerar otras competencias independientes del occidente de Honduras; para que posterior a las mismas, se solicite la participación de estos compradores en la competencia de El Paraíso. Alternativamente, pensar en fuentes de patrocinio para traer más compradores para este evento.
- d. En esta edición, fue poco el uso de las redes sociales y el marketing digital, el cual jugaría un papel promocional en sitios especializados en barismo en el extranjero.
- e. Se requieren estrategias para garantizar la participación de más compradores de otros países, las cuales deben incluir el envío de muestras, artículos en revistas especializadas en cafés especiales (de interés para baristas), experiencias de escritores con cafés enviados, entre otras.
- f. El idioma es un factor limitante entre el comprador y productor, por lo cual, se recomienda la formación de ellos o sus hijos, en lenguas extranjeras, para el caso, COMSA en Marcala enseña inglés, mandarín, alemán y japonés, entre otros.
- g. Impartir cursos de tuestes a ganadores mejoraría la comprensión de ellos respecto a la importancia de la calidad.
- h. La mejora del perfil de taza y calidad del grano son los mayores detonantes de precios altos.
- i. El formulario de trazabilidad es garantía para el comprador internacional de que el café proviene de un pequeño caficultor y que llevó un manejo adecuado; en especial para los que cultivaron Parainema, ya que El Paraíso es la región de origen.

“ Los compradores se interesan cuando sale algo diferente, ya están aburridos de los cafés especiales tradicionales. Es importante asistir a eventos internacionales”
Nelson Fúnez, Secretario Ejecutivo del CONACAFE.

E. OTRAS LECCIONES APRENDIDAS

- a. Los resultados de perfiles de taza podrían ayudar a zonificar la Región El Paraíso a través de mapas sensoriales, identificando las de mayor potencial para competencias como Taza de Excelencia y para mercadear internacionalmente.
- b. Dado que la competencia es la primera edición, es importante la educación financiera del caficultor, para que sus ganancias se inviertan en la familia y en la infraestructura productiva y no se destinen a fines de entretenimiento o bienes poco productivos.
- c. El tema de trabajo infantil fue de mucho interés en el simposio y merece mayor seguimiento por parte de la Mesa del Café, en estrecha colaboración con el Ministerio de Trabajo de Estados Unidos de América, la Organización Internacional del Trabajo, Secretaría del Trabajo de Honduras y el IHCAFE. El abordaje recomendado es garantizar la educación, espacios de recreación, atención médica, permiso de padres y labores permitidas en la caficultura.
- d. En la motivación para la participación en la competencia hay que explicarle al productor que habrá gente que lo va a desmotivar de participar, muy probablemente por intereses ajenos al productor. El que participa por primera vez puede descubrir si su café tiene alto potencial económico, algo que le beneficiará en la comercialización.
- e. Los cafés especiales tienen potencial de venta en las cafeterías gourmet que han proliferado en Tegucigalpa y otras ciudades, es importante desarrollar una estrategia de mercadeo para ese segmento, especialmente para los participantes que no ganaron.



Muchos productores hicieron caso omiso a rumores de no participar, mostrando la confianza que tienen en las instituciones participantes en la Mesa del Café Región El Paraíso.



PROGRESA es auspiciado por la Unión Europea y ejecutado por Swisscontact en conjunto con el Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), Molinos de Honduras y las Alcaldías de Danlí y Namasigüe. Más información: www.proyectoprogressa.org.

MIEMBROS DE LA MESA DEL CAFÉ REGIÓN EL PARAÍSO

