

Fortalecimiento para la  
***promoción y comercialización***  
del  
***café orgánico “Mundo Verde”***  
de Guatemala

Proyecto ejecutado de junio 1999 a agosto 2000

**Sociedad Civil de Mujeres Campesinas "MUNDO VERDE"**

Carlos Reynoso  
Jerónimo Bollen

Guatemala, septiembre 2000

**PROARCA/CAPAS**

[www.capas.org](http://www.capas.org)

## **Acerca de esta publicación**

Esta publicación y el trabajo descrito en ella fueron financiados por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través de una **pequeña donación** de PROARCA/CAPAS, como apoyo a la agenda de la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD), en el contexto de CONCAUSA, la declaración Conjunta entre Centroamérica y Estados Unidos (Miami, octubre de 1994) sobre la conservación del ambiente en Centroamérica.

Las opiniones e ideas presentadas aquí no son necesariamente respaldadas por USAID, PROARCA/CAPAS, o CCAD, ni representan sus políticas oficiales.

## **About this publication**

This publication and the work described in it were funded by the U.S. Agency for International Development (USAID) through a PROARCA/CAPAS **small grant**, as support to the agenda of the Central American Commission on Environment and Development (CCAD), in the context of CONCAUSA, the Joint Central America – USA declaration (Miami, October 1994) on conservation of the environment in Central America.

USAID, PROARCA/CAPAS, and CCAD do not necessarily endorse the views and ideas presented here, nor do these views and ideas represent their official policies.

## Presentación

CAPAS es uno de los componentes del Programa Ambiental Regional para Centroamérica (PROARCA), que responde a la necesidad de apoyar la agenda de la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD) y es financiado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Por sus siglas en inglés, CAPAS significa Sistema Centroamericano de Áreas Protegidas.

En Centroamérica la responsabilidad de conservar y manejar adecuadamente los recursos naturales de la región recae tanto en entidades de gobierno así como en organizaciones de la sociedad civil. Se ha comprobado que las organizaciones no gubernamentales (ONGs) mantienen protagonismo constante en propuestas y acciones para conservar los recursos del área.

Consciente de este esquema y como parte fundamental del proyecto, PROARCA/CAPAS tiene como uno de sus objetivos fortalecer la participación de organizaciones, profesionales y comunidades -que conforman el sector ambientalista y social no gubernamental de Centroamérica- en actividades que beneficien a la conservación y el uso sostenible de los recursos naturales de la región. Para alcanzar este objetivo, PROARCA/CAPAS a partir de 1997 ha brindado a las ONGs financiamiento bajo el esquema de pequeñas donaciones.

Para el período 1999-2000, PROARCA/CAPAS por medio de un proceso de competencia seleccionó a 25 ONGs de la región centroamericana para la ejecución de proyectos específicos. Dichos proyectos cubren uno o más de los siguientes temas:

- áreas protegidas
- ecoturismo
- CITES
- tierras privadas
- agricultura y forestería proambiental
- coordinación transfronteriza
- cambio climático

Para PROARCA/CAPAS es de mucha satisfacción presentar el informe **Fortalecimiento para la promoción y comercialización del café orgánico “Mundo Verde” de Guatemala** entre los informes técnicos finales presentados por las ONGs. PROARCA/CAPAS desea agradecer a todas las organizaciones y personas que participaron en la elaboración de este trabajo.

Pequeñas Donaciones  
**PROARCA/CAPAS/USAID**

## **ÍNDICE**

I.	Resumen ejecutivo	4
II.	Objetivos	5
III.	Resultados y logros más importantes del proyecto	5
IV.	Evaluación del proyecto	7
V.	Conclusiones y recomendaciones para el futuro	8

## **I. Resumen ejecutivo**

La Sociedad Civil de Mujeres Campesinas de El Palmar y Colomba “Mundo Verde” es una organización de base que aglutina a 30 mujeres de 2 comunidades productoras de café del departamento de Quetzaltenango. Iniciando la organización hace algunos años, las mujeres han logrado adquirir maquinaria semi-industrial para el tostado y molido de café de alta calidad de las comunidades mencionadas. Con el apoyo del equipo técnico de la Sociedad Civil de Pequeños Productores de Café “Manos Campesinas”, se ha logrado establecer un pequeño nicho en el mercado de café tostado, principalmente en la región de Retalhuleu, la ciudad de Quetzaltenango y esporádicamente en la ciudad capital.

El objetivo del proyecto de PROARCA/CAPAS, en apoyo a la organización Mundo Verde, es dar un impulso al proceso de comercialización del café tostado, ya que a pesar de la infraestructura disponible, aún no se había logrado ampliar el volumen de ventas a niveles apropiados para la autosostenibilidad de la organización.

Para dar este impulso al proceso de comercialización, se han diseñado 3 fases en el proyecto apoyado por PROARCA/CAPAS

- 1.- Análisis de la situación productiva, administrativa y comercial actual en un estudio de mercado.
- 2.- Elaboración de una estrategia global de comercialización.
- 3.- Implementación de los primeros pasos de la estrategia global.

Como resultado del proyecto, se puede mencionar en primer lugar el Estudio de Mercado que fue finalizado en noviembre de 1999. En él se encuentra un análisis detenido de las fortalezas y debilidades del proceso interno de producción y administración de Mundo Verde, y del proceso comercial que se había desarrollado hasta entonces. Posteriormente, se dan conclusiones y recomendaciones, que puedan llevar a un proceso comercial más eficiente y acertado.

En la Estrategia Global de Comercialización, se logró establecer que la organización debe trabajar principalmente en 3 segmentos del mercado con 3 diferentes presentaciones:

- Café Mundo Verde Tradicional, en un segmento medio-alto del mercado en el interior del país;
- Café Mundo Verde Dorado, en un segmento alto del mercado de la capital y con organismos internacionales y,
- Café Popular Lupita, en un segmento bajo y medio del mercado del interior, específicamente en tiendas de barrios y aldeas, y en abarroterías.

En la tercera fase del proyecto, se empezó con la ejecución de varios aspectos que salieron como recomendaciones del Estudio de Mercado. Entre ellos podemos mencionar la elaboración de empaques para Mundo Verde Dorado y Café Lupita, y la elaboración de material de promoción.

En breve, a través del proyecto, se logró identificar un posicionamiento claramente definido para las 3 presentaciones de café en el mercado del café tostado y molido. Además, se han dado los primeros pasos para implementar la estrategia global de comercialización, la cual incluye el mejoramiento de la calidad y el control interno.

Después de la terminación del proyecto, la organización Mundo Verde tendrá que seguir haciendo esfuerzos para implementar las recomendaciones del Estudio de Mercado. Además, tendrá que trabajar fuertemente en detallar más específicamente las estrategias para cada presentación, mencionadas en la Estrategia Global de Comercialización.

## **II. Objetivos**

Los objetivos planteados en el proyecto presentado ante PROARCA/CAPAS, se desglosan de la siguiente manera, indicado a la vez sus resultados esperados.

### **OBJETIVO 1:**

En 1999, la Sociedad Civil de Mujeres Campesinas mejora sus condiciones de comercialización al contar con un Plan de Mercado Integral a nivel nacional, para el café tostado y molido "Mundo Verde" como café de primer calidad y, café tostado y molido "Lupita" como café de segunda calidad.

### **OBJETIVO 2:**

En 1999, la Sociedad Civil de Mujeres Campesinas mejora en un 100% sus posibilidades de comercializar el café tostado y molido "Mundo Verde" y café "Lupita" a través de medios de promoción.

### **OBJETIVO 3:**

En 1999, la Sociedad Civil de Mujeres Campesinas mejora sus condiciones de comercialización e incrementa en un 100% su volumen de oferta de café "Mundo Verde" y "Lupita".

## **III. Resultados y logros más importantes del proyecto**

Objetivo 1: Mejor comercialización a través de Estudio de Mercado.

- Se cuenta con un Estudio de Mercado para el café Mundo Verde, realizado por la Asociación Crecer y Meeds Consultants. El proceso de la elaboración del estudio fue de una manera participativa, entre los consultores, asociadas y el equipo técnico. El estudio da una visión global del mercado del café, contiene

un análisis del proceso productivo del café Mundo Verde, con sus fortalezas y debilidades, y da sugerencias y recomendaciones, tanto a nivel productivo, como comercial, para mejorar las ventas del café Mundo Verde. En base a este estudio, se ha diseñado una estrategia de comercialización, entrando en 3 segmentos del mercado: segmento alto en la capital y hacia organismos internacionales con Café Mundo Verde Dorado; segmento medio-alto en el interior del país con Café Mundo Verde Tradicional y, segmento bajo y medio en el interior con Café Popular Lupita. Debido a una serie de atrasos a lo largo de la ejecución del proyecto, aún no se ha podido observar un aumento considerable en las ventas del café Mundo Verde como resultado de la Estrategia de Comercialización. No obstante, en la comercialización del café Lupita, sí se ha observado un aumento considerable de un 70%.

Objetivo 2: Capacitación, Plan Estratégico y Operativo, Promoción

- Se realizó un taller sobre tostaduría en Ismam (Tapachula, México), para que las asociadas puedan mejorar su proceso productivo y de esa manera homogeneizar y mejorar la calidad del producto ofertar, en cuanto a control y habilidad para tostar y moler el café.
- Se realizó un taller sobre comercialización en Retalhuleu, donde participaron 30 personas (asociadas y técnicos). El taller fue impartido por dos personeros de Central de Almacenes Paiz y tuvo una duración de 2 días. A través del taller se logró que las asociadas de Mundo Verde tengan mayor conocimiento respecto al proceso de comercialización y entiendan mejor la importancia de la calidad y homogeneidad del producto. Además, hay mayor entendimiento respecto al hecho de que los resultados del proceso de comercialización se visualizan a mediano plazo y no a corto plazo.
- Se realizó un taller en Retalhuleu, respecto a los resultados del estudio de mercado. El objetivo del taller, en el cual participaron 24 personas (asociadas y técnicos), fue la explicación y socialización de las conclusiones y recomendaciones del estudio de mercado entre las asociadas, para una mejor asimilación e implementación. El taller fue impartido por personal de PROARCA/CAPAS.
- Se diseñaron e imprimieron los formatos para el control interno del proceso productivo y comercial del café tostado. Estos formatos sirven para que haya un mejor control de existencias, del proceso de tostaduría, de las ventas, entregas, etc.
- Se estableció contacto con Proguat, una dependencia del Ministerio de Economía, para ver futuras posibilidades de comercialización.
- Se establecieron contactos con 2 empresas distribuidoras (Distribuidora de Occidente y Distribuidora Santa Rosa), para conocer las posibilidades y condiciones de comercialización del café Mundo Verde a través de ellas.
- Se participó en la Feria Guatemala Expo 1999, en Los Angeles California, para analizar las posibilidades de comercialización del café Mundo Verde en el mercado estadounidense y establecer los contactos correspondientes para

promocionar el café. En dicha Feria se establecieron unos 10 contactos con personas y empresas interesadas.

- Se han mantenido los contactos y las ventas con las Escuelas de Español en Quetzaltenango, lo cual ha constituido un mercado fijo para el café Mundo Verde Tradicional.

#### Objetivo 3: Material de Promoción

Con base en el estudio de mercado realizado, se elaboró una estrategia de comercialización (ver primer logro del Objetivo 1), la cual incluye la elaboración de varios materiales de promoción, como se desglosa a continuación:

- Se diseñó y elaboró un empaque, con contenido de 1 onza, para el café popular Lupita. El hecho de contar con un empaque identificable para el consumidor, contribuyó en aumentar el volumen de ventas en comparación con el período anterior, donde se trabajó con un empaque sin nombre, ni logotipo.
- Se diseñó y elaboró un empaque, con contenido de 1 libra, para el café Mundo Verde Dorado. Cuenta con un diseño elaborado en el estudio de mercado. Para diseñar este empaque, se realizaron 2 sesiones fotográficas en la Aldea Loma Linda; el resultado de estas sesiones también sirvieron para material de promoción.
- Para optimizar la participación en eventos de promoción comercial, se cuenta con un equipo llamativo y útil, haciendo uso de las fotos tomadas en la Aldea Loma Linda (ver inciso anterior).
- Se elaboraron afiches de promoción para café Mundo Verde Dorado. Anteriormente, no se contaba con ningún material de promoción, por lo cual se considera que estos afiches apoyarán fuertemente el proceso comercial de café Mundo Verde.

#### Objetivo 4: Compra de café

- Para obtener mayor capacidad productiva, con respecto a la materia prima, se compraron varias cantidades de café, tanto de primera calidad para café Mundo Verde, como de segunda para el café Lupita. Todo el café se compró en pergamino. En total, se compraron 36.5 quintales de café de primera para las asociadas en Loma Linda, 36.5 quintales de café de primera para las asociadas en El Retiro, y 10 quintales de café de segunda para Loma Linda. Con esta existencia de materia prima, juntamente con la existencia de empaques, se prevé poder responder a la demanda del mercado.

### **IV. Evaluación del proyecto**

En líneas generales, se puede decir que el proyecto ha tenido 4 grandes logros: 1) la capacitación de las asociadas, 2) la elaboración del Estudio de Mercado con su estrategia de comercialización correspondiente, 3) la elaboración de material de promoción y, 4) la compra de materia prima.

El primero de estos logros ha sido de vital importancia, ya que por el relativo bajo nivel de estudios, las asociadas de Mundo Verde necesitan más tiempo y otra metodología para interiorizar ciertos conocimientos. A través de los talleres realizados, se ha logrado ese resultado, lo cual significa un mayor entendimiento y aceptación de los procesos de Mundo Verde y, por ende, mayor compromiso e involucramiento de ellas en su organización y la comercialización de su café.

El segundo y el tercer logro son dos resultados complementarios, que también han tenido un efecto bastante positivo sobre el funcionamiento de la organización. Si anteriormente no se tuvo una idea clara sobre cómo llevar el proceso de comercialización, ahora se tiene un análisis de la situación actual, tanto productiva, como comercial, e ideas y recomendaciones claramente definidas, que hicieron posible diseñar una estrategia de comercialización a largo plazo. Además, se tiene claro cuáles son los aspectos internos que aún hay que mejorar.

El cuarto logro, a pesar de ser un resultado más puntual, sí ha ayudado en fortalecer las condiciones del proceso productivo en función del proceso de comercialización. Con la adquisición de la materia prima, por el momento las asociadas ya no tendrán que preocuparse por ella.

En conclusión, a través del proyecto las asociadas de Mundo Verde aumentaron la capacidad y el conocimiento respecto a los procesos de su organización. Aparte, se han dado pasos iniciales para optimizar las condiciones de comercialización, lo cual es de suma importancia, ya que sin herramientas de comercialización adecuadas para el mercado, no se puede lograr mayor crecimiento y beneficios a través del procesamiento de café.

## **V. Conclusiones y recomendaciones para el futuro**

### **CONCLUSIONES:**

- El Estudio de Mercado ha analizado cómo está el proceso productivo y administrativo, y sugiere cuáles áreas hay que reforzar para mejorar ambos procesos.
- En base al Estudio de Mercado se ha diseñado una estrategia de comercialización en 3 segmentos del mercado, la cual debe cumplirse para evitar que en algún momento los diferentes segmentos puedan mezclarse y de esa manera darse un proceso de canibalización.
- Durante las capacitaciones de las asociadas, se ha observado que es difícil la asimilación de los procesos por parte de ellas, por su misma situación sociocultural y académica. Por lo tanto, es necesario poder contar con un equipo técnico que pueda implementar dichas recomendaciones. De esta manera, se evitaría que el proceso comercial de Mundo Verde se estanque nuevamente. Además, hace falta impartir más capacitaciones, para que las

asociadas puedan apropiarse más del proceso comercial y mejorar, aún más, su proceso productivo.

#### RECOMENDACIONES:

- Establecer un sistema formal de comercialización de las 3 presentaciones del café: Mundo Verde Dorado, Mundo Verde Tradicional y Lupita, incluyendo personas vendedoras del café, participación en ferias, etc.
- Elaborar para cada presentación un Plan de Mercadeo más detallado, indicando su segmento de mercado con más precisión, estrategias específicas, medios de promoción a utilizar, etc. Esto, por supuesto, en base a los resultados obtenidos del Estudio de Mercado y los pasos ya realizados acorde a las recomendaciones del Estudio.
- Diseñar un programa de capacitación para las asociadas de Mundo Verde, para que puedan seguir su proceso de asimilación y obtención de conocimientos. Esto, con el fin de adecuar más el proceso productivo, mejorar la calidad del producto y homogeneizarla, tener mejores controles internos y lograr una mejor comprensión del proceso comercial que el equipo técnico lleva.
- Dar seguimiento a los procedimientos y trámites para abrir la posibilidad de exportar el café Mundo Verde Dorado.