

# Denominaciones de origen Café Marcala y Café Veracruz: análisis comparativo de sus características institucionales y sus efectos sociales

*Designations of origin Café Marcala and Café Veracruz: comparative analysis of their institutional characteristics and social effects*

**Pablo PÉREZ-AKAKI**

*Tecnológico de Monterrey, México*

[ppakaki@gmail.com](mailto:ppakaki@gmail.com)

**Sael J. BAUTISTA**

*Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras*

[sbautistadavid@gmail.com](mailto:sbautistadavid@gmail.com)

BIBLID [ISSN 2174-6753, Vol.23(1): a2304]

Artículo ubicado en: [encrucijadas.org](http://encrucijadas.org)

Fecha de recepción: 22 de septiembre de 2022 || Fecha de aceptación: 17 de junio de 2023

## Resumen

El principal objetivo de las Denominaciones de Origen (DO) es proteger a los productores del abuso e imitación de terceros, generando mayor valor agregado e información al consumidor para que pueda diferenciar y elegir calidad garantizada. Igualmente es una estrategia de desarrollo de las regiones rurales, a partir de un bien con reconocimiento por su calidad asociada al territorio, estrategia que han seguido diversos países latinoamericanos, entre ellos Honduras con Café Marcala y México, con café de Veracruz. Este trabajo desarrolla un ejercicio comparativo de sus características institucionales más importantes, así como los efectos que han tenido en la población que participa de estas experiencias. Los hallazgos destacan que la estrategia de organización de Marcala, la participación externa en el diseño y puesta en marcha, así como la escala de productores le permitieron tener un mejor resultado. En el caso mexicano, se pasó de grandes expectativas a grandes decepciones, en las cuales la DO desapareció y los avances logrados se han perdido. El consejo regulador fue suspendido y la oportunidad de aprovechar un recurso para el impulso territorial se desaprovechó.

**Palabras clave:** denominaciones de origen (DO), café Marcala, café Veracruz, efectos territoriales.

## Abstract

The main objective of the Appellations of Origin is to protect producers from the abuse and imitation of third parties, generating greater added value and information to the consumer so that he can differentiate and choose guaranteed quality. It is also a strategy for the development of rural regions, based on a good with recognition, a strategy that has been followed by several Latin American countries, including Honduras with *Café Marcala* and Mexico, with coffee from Veracruz. This work develops a comparative analysis of the most important institutional characteristics, as well as the territorial effects observed. The findings highlight that Marcala's organizational strategy, external participation in the design and implementation, as well as the scale of producers allowed it to have specific territorial effects. In the Mexican case, it went from great expectations to great disappointments, in which the appellations of origin are inoperative and the advances that were made during the first years of their approval were lost, despite this denominations of origin continue to be authorized, as is the case of *Café Pluma Hidalgo* in Oaxaca.

**Keywords:** designations of origin, *café Marcala*, *café de Veracruz*, territorial effects.

## Destacados

- La fortaleza organizativa es una característica importante para el desarrollo de las denominaciones de origen.
- Las Indicaciones Geográficas demandan un esfuerzo institucional de gran importancia para que puedan ser operativas y funcionar como instrumento de desarrollo territorial.
- En ambas experiencias el énfasis por la participación en cafés de calidad ha sido un motor para el sector.

## Cómo citar

Pablo Pérez-Akaki y Sael J. Bautista (2023). Denominaciones de origen *Café Marcala* y *Café Veracruz*: análisis comparativo de sus características institucionales y sus efectos sociales. *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 23(1), a2304.

## 1. Introducción

Las Indicaciones Geográficas (IG) pueden ser definidas como construcciones institucionales que conectan la calidad específica y reputación de un bien con cierto territorio (Belletti et al., 2011). Representan una estrategia de valorización de los bienes de un territorio mediante la protección al uso de un nombre para un bien, el cual debe su calidad a las características del lugar donde se produce. Una expresión de las IG con mayor vinculación hacia el territorio son las denominaciones de origen (DO), pues garantizan que tanto los insumos como los procesos estén vinculados al territorio y así gozar de una calidad específica que vincule con los productores en dicho lugar.

Para los consumidores, los bienes con sello de calidad asociado al origen, como también se les denota a los bienes con IG, representan mayor calidad, salud, seguridad y son ambientalmente amigables. Es de particular relevancia en sus decisiones de compra el origen, pues cuentan con una conciencia social peculiar que los orienta hacia ese tipo de consumo (Barjolle et al., 2011)

La IG es un esfuerzo por la señalización hacia bienes de calidad diferenciada que ayuda a resolver la asimetría de los mercados respecto al origen y la calidad de los bienes, ofreciendo con ello un mayor nivel de bienestar para productores y consumidores de alta calidad y reduciéndolo para aquellos de baja calidad (Zago y Pick, 2004). Estos beneficios aumentan en la medida que los mercados sean más competitivos, los costos administrativos menores y la diferenciación de calidad sea mayor entre ambos segmentos, además que no existan racionamientos en la provisión del bien.

Por otro lado, existen advertencias sobre los efectos negativos del etiquetado como una estigmatización de aquellos que no cumplen con dichos estándares trayendo consigo un cambio innecesario en las preferencias de los consumidores (Messer, et al, 2017). Además, se advierte sobre la necesidad de mecanismos eficientes y creíbles para la diferenciación entre bienes, por ello la figura de la tercera instancia en estas tareas (Bonroy y Constantatos, 2015).

Una Indicación geográfica puede contribuir al desarrollo sustentable por diferentes vías (Vandecandelaere et al., 2009):

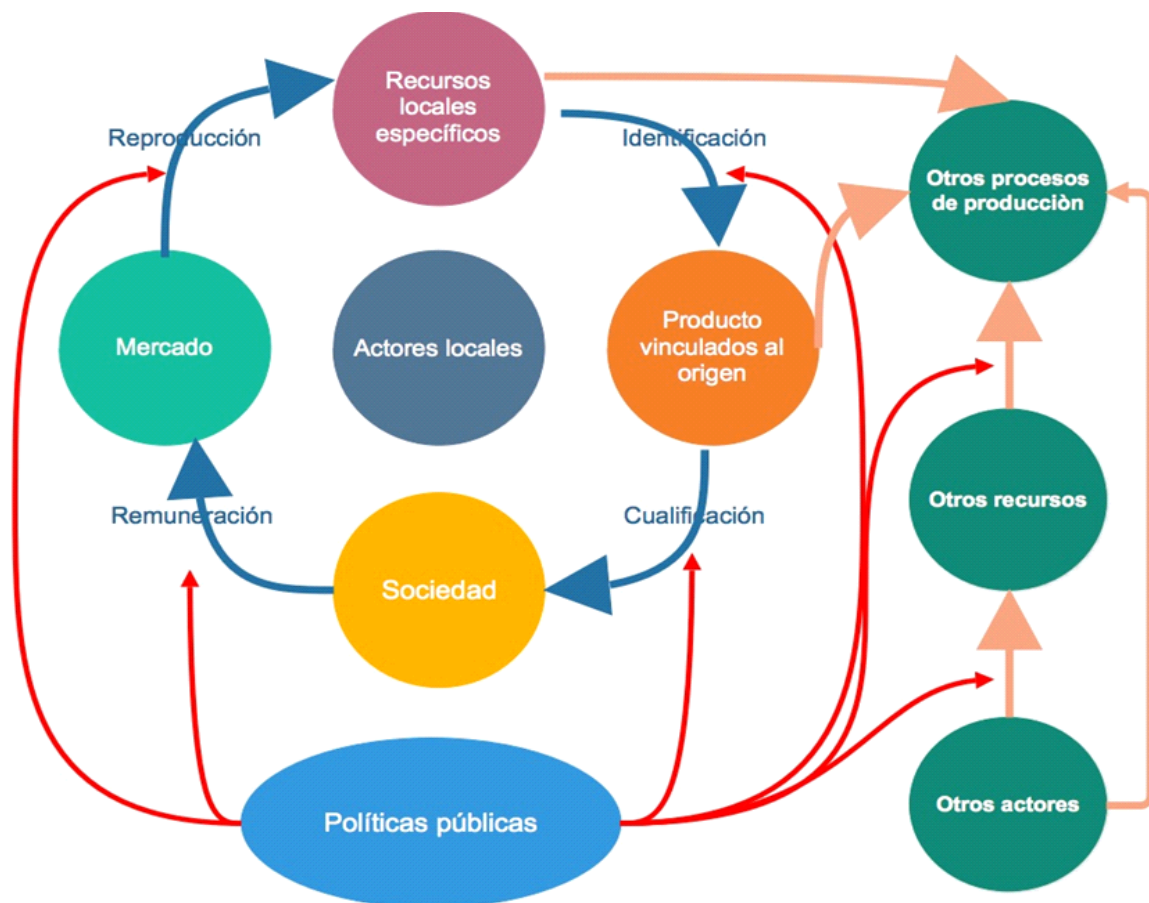
- a) En aspectos económicos, el reconocimiento es capaz de ofrecer mayor apertura a los mercados, representando una mayor retribución económica. Las IG podrían representar una seria competencia frente a otros actores importantes del sector, dada la suma de esfuerzos que pueden representar al coordinar a instituciones públicas y privadas. Incluso, otros sectores económicos pueden verse beneficiados con los bienes reconocidos, particularmente las empresas de los sectores turísticos y gastronómicos.

b) En aspectos ambientales, existen dos posibles beneficios: el uso sustentable de los recursos naturales y la biodiversidad, pues estos se elaboran con productos tradicionales, los cuales generalmente requieren contar con un equilibrio biológico para mantener la producción.

c) En aspectos sociales, la tradición en la producción del bien implica que se ha transitado por un largo proceso de aprendizaje local, cuyo mantenimiento debe respetar la herencia, tradición, cultura y estilo de vida en las regiones rurales. Igualmente, en su requerimiento de coordinación colectiva demandará el fortalecimiento del tejido social, muchas veces incorporando mujeres en la elaboración del bien, así como aumentando la autoestima de los productores. Incluso, su reconocimiento puede ayudar a mejorar la autosuficiencia alimentaria, pues los recursos obtenidos contribuyen a sostener la producción de otros alimentos tradicionales.

Sin embargo, las IG demandan un esfuerzo organizacional de gran importancia para que puedan ser operativas y funcionar como instrumentos de desarrollo territorial, tal como lo evidencian Belletti y Marescotti (2011) por medio del círculo virtuoso extendido, que se presenta en la Figura 1.

**Figura 1. El círculo virtuoso extendido de las Indicaciones Geográficas y el desarrollo territorial.**



Fuente: Belletti y Marescotti (2011).

En este círculo se explica el efecto que puede tener una DO en el territorio impulsando el desarrollo de la sociedad, tanto la involucrada directamente con el producto como la involucrada indirectamente. Este establece un conjunto de 4 etapas que deben transitar conjuntamente los actores involucrados y de las cuales deberán emerger un bien vinculado al origen (identificación), un acuerdo social sobre su producción (cualificación), una manera de interactuar con el mercado (remuneración) y un acuerdo de uso de los recursos locales específicos (reproducción).

Dada la complejidad de las actividades y las metas a lograr, se requiere de una presencia permanente para impulsar la participación y garantizar la representatividad de todos ellos. Por ello las políticas públicas son herramientas transversales en todas las etapas.

Dado que estas experiencias son públicas, sirven de ejemplo para otros productos y otros actores no relacionados directamente, teniendo así efectos indirectos que benefician a terceros actores. Así, los bienes con DO no solo benefician a una sola cadena, sino a una comunidad a partir de los vínculos con la gastronomía local, fiestas y festivales, las tradiciones locales, entre otras, debido a su entendimiento como patrimonio (Bérard y Marchenay, 2006).

## **2. Experiencias latinoamericanas en denominaciones de origen: los casos del Café de Marcala (Honduras) y el Café de Veracruz (México)**

Si bien las IG tienen una larga tradición en países europeos, en otras geografías su impulso es más reciente. En la actualidad en la Unión Europea se tienen registros de más de 3,000 bienes reconocidos por la calidad asociada a su territorio, aunque más de la mitad corresponden a vinos, licores y bebidas espirituosas (Pérez Akaki y Campos, 2014).

Particularmente en el caso Latinoamericano, las IG datan de la segunda parte del siglo XX, cuando se registró la Denominación de Origen Tequila en México en 1974. Posteriormente, durante la década de 1990 se propusieron nuevas denominaciones de origen en la región, aunque el impulso fuerte en los países centroamericanos vino en el siglo XXI cuando se aprobaron sus leyes de protección relacionadas a DO e IG y comenzó el proceso de registro, logrando *Café Marcala*, de Honduras su reconocimiento en 2005 (Cafferata y Pomareda, 2009). En este siglo también se reconocieron las DO *Café de Veracruz* (2000) y *Café Chiapas* (2023), los estados más representativos de la cafecultura mexicana. Si bien las experiencias latinoamericanas se han inspirado en los casos europeos, la manera en la que se han instrumentado en América Latina presenta diferencias por país, siendo el origen y la participación de entidades de soporte a estas iniciativas algunas de las diferencias observadas a lo largo del tiempo.

De esta manera, se analizará la evolución que tuvieron las denominaciones de origen *Café Marcala* y *Café Veracruz*, enfatizando en sus similitudes y sus diferencias, dada la evolución diferente que siguieron desde su aprobación.

## **2.1. El contexto de la producción en las regiones de estudio**

### *a) Caso Marcala*

En Honduras, los orígenes y la fecha exacta del café aún son desconocidos. Se presume que ya se cultivaba en el año 1835. Fueron muchas las motivaciones para impulsar la caficultura en Honduras; entre ellas los fértiles y dilatados terrenos, adaptados muchos para el cultivo del café. También fue importante el hecho que el café que se cultivaría en Honduras sería libre de derechos de extracción y consumo, y exento de cualquier otro impuesto incentivando su producción (Melghen- Mejia , 2012). Actualmente, el sector cafetalero es uno de los sectores más importantes en generación de empleos, ya que un estimado de 112,000 familias se dedican al cultivo, procesamiento y transformación del grano. Esto genera aproximadamente un millón de empleos en toda la cadena, específicamente en el sector rural donde contribuye con un 22% de los empleos (COHEP, 2013). Adicionalmente genera divisas por más de US\$ 400 millones de dólares; el 95 % de la producción está a cargo de pequeños productores donde sus áreas equivalen hasta 2.04 hectáreas en promedio (SNW, 2012). Esto ha llevado a que en los últimos años se observe un importante crecimiento, convirtiéndose en el 2011 en el exportador más grande en Centroamérica, el tercero más grande de América Latina y el sexto a nivel mundial.

El municipio de Marcala, fundado en 1834, pertenece al departamento de La Paz y está ubicado en la región sur-occidental de Honduras. Su relieve topográfico es eminentemente montañoso, y sus características fueron marcadas por el aislamiento respecto de otros asentamientos poblacionales del país, en vista de los obstáculos que representaban sus condiciones geográficas. El cultivo del café en la zona se remonta a 1866, su terreno irregular y su clima inmejorable fueron aspectos que potenciaron el desarrollo de la caficultura (Melghen , 2012).

La región se convirtió en una de las principales zonas productoras de café, ya que tiene un potencial para la producción de café de alta calidad, basada en su altitud y toda una tradición ancestral. Aproximadamente 1,500 familias están involucradas en el sector cafetalero, siendo su principal fuente de ingresos. Las exportaciones de la zona son especialmente al mercado europeo con un 55%, a Estados Unidos un 35% y el resto hacia países de la región centroamericana (Leemkuil, 2008).

Según la estratificación realizada en el territorio de la Denominación de Origen "*Café Marcala*" en el año 2005, se considera un pequeño productor aquel que tiene hasta 7 hectáreas de café; mediano productor es considerado aquel que tiene de 7 a 14 hec-

táreas. Mientras que un productor grande es aquel que tiene más de 14 hectáreas (IHCAFE y AECID, 2010) (IHCAFE-AECID, 2010). Bajo esto, la producción de café en la región está conformada por todo tipo de productores.

#### *b) Caso Veracruz*

La cafeticultura en México inició en los primeros años del siglo XIX proveniente de Cuba y fue Veracruz el primer punto donde inició su cultivo. De ahí se extendió hacia el resto del país y hasta apenas hace unas 2 décadas Veracruz seguía siendo el estado de mayor producción e importancia en este bien en México (Pérez Akaki, 2013).

Si bien en la década de 1970 y 1980 el sector cafetalero representó un importante generador de divisas para el país, alcanzando a representar más del 30% de las exportaciones agropecuarias y 9% de las totales, este papel ha caído drásticamente desde entonces, llegando en los últimos años a representar menos del 0,25% de las totales y menos del 5% de las agropecuarias (Pérez Akaki, 2012).

En lo que va del siglo XXI la producción de café en México ha tenido una caída drástica, producto de la baja inversión en el sector, así como por la roya que atacó fuertemente a los cafetales en la presente década. Mientras en el ciclo 1999/2000 la producción mexicana alcanzó un volumen de 6,2 millones de sacos, logrando la cuarta posición mundial, en el ciclo 2015/2016 la producción oficial registrada se estima que fue de aproximadamente 2 millones de sacos<sup>1</sup> (Moreno, 2016), aunque las cifras oficiales reportadas por la ICO fueron de 2,8 millones<sup>2</sup>.

En esa caída de la producción, Veracruz ha sido una de las entidades de mayor afectación. Algunos indican que la producción se redujo en 80% a causa de la roya (Ocampo, 2015) lo que representa un desastre para la cafeticultura de la entidad. Paradójicamente, los productores no han disminuido en números con el tiempo, manteniéndose aproximadamente en 90 mil (Robles, 2011), de un total de más de medio millón en todo el país. Estos productores son de diferentes tamaños y características respecto al grado de participación en el proceso de transformación del grano.

La superficie cafetalera sembrada en la entidad supera las 145 mil hectáreas, según los datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) de la SAGARPA, que representa un 20% de la superficie nacional. La producción de café en el estado se desarrolla en 97 municipios, con características muy diferentes entre sí, las cuales se organizan en 10 regiones cafetaleras (Nava y Hernández, 2017).

---

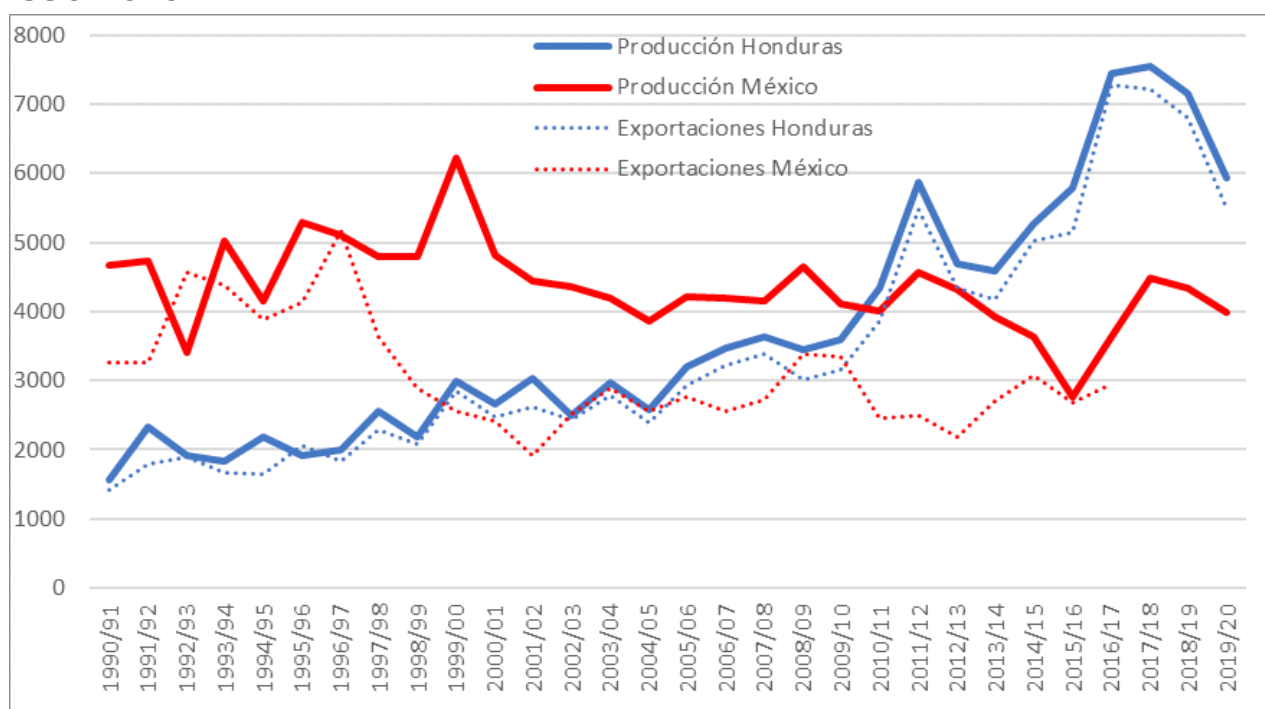
<sup>1</sup> Estimado por el exdirector de la AMECAFE, Gabriel Barrera en entrevista en 2016 (Moreno, 2016).

<sup>2</sup> La International Coffee Organization (ICO) en su sección estadística reporta estadísticas de los miembros, entre los que se encuentra México sobre producción, exportaciones y otros datos más. Su página es [www.ico.org](http://www.ico.org).



Al observar el comportamiento de la producción y exportaciones de café de ambos países, se observa un comportamiento contrario a lo largo de las últimas 3 décadas, en dónde Honduras ha conseguido un incremento sostenido en la participación de sus cafés en los mercados internacionales, mientras México lo ha reducido, como se observa en la Figura 2.

**Figura 2. Producción y exportaciones totales de café de Honduras y México, 1990-2020.**



Fuente: Elaboración propia con datos de las estadísticas históricas de la ICO ([www.ico.org](http://www.ico.org)).

## 2.2. El origen de las iniciativas de reconocimiento como Denominación de Origen

### a) Caso *Marcala*

Hace algunos años entre un grupo de productores y comercializadores surgió la idea de amparar por medio de una DO el café producido en gran parte de la Cordillera de Montecillos, Honduras, mejor conocido como “Café de Marcala”. La idea se originó a partir de la necesidad por preservar el prestigio de su café el cual empezaba a ser objeto de usurpaciones en desmedro del reconocimiento hasta ahí alcanzado. Luego de analizar diferentes alternativas y figuras legales, se consensó establecer una DO para alcanzar este objetivo (AECID, 2008). La calidad de su café se origina por las características agro-ecológicas y culturales de la zona, que se fusionan en el cultivo y la preparación. Esta calidad se extiende a otros municipios de la cordillera de Montecillos que abarca localidades de los departamentos de La Paz, Comayagua e Intibucá.



A la iniciativa inicial de los propios productores se sumaron, a partir del año 2005, el Instituto Hondureño del Café (IHCAFE) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) a través de su Proyecto Café y se logra el reconocimiento del Gobierno de Honduras, a través del Instituto de la Propiedad, con lo cual pasaron a constituirse como la primera Denominación de Origen (DO) en el ámbito Centroamericano (AECID, 2008).

Los principales objetivos que persigue la DO Café de Marcala son proteger los productos de calidad del abuso e imitación de terceros, generar mayor valor agregado para los mismos, mayor información al consumidor para que pueda diferenciar y elegir calidad garantizada ante la enorme cantidad de ofertas, y finalmente estimular la producción agrícola diversificada (AECID, 2009).

#### *b) Caso Veracruz*

Al igual que en el caso de Marcala, los productores veracruzanos organizados fueron los promotores de la DO Café de Veracruz, aunque en la solicitud ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) fue el Consejo Veracruzano del Café (CVC) quien la realizó formalmente, como órgano representativo de los productores de la entidad.

La calidad del café de Veracruz ha sido reconocida a nivel nacional y mundial. Ukers (1935) destaca en su estudio que los primeros municipios productores de café en el país fueron Coatepec y Córdoba, dónde el café se produce desde 1808, manteniendo la exclusividad por muchos años. Asimismo, comenta que los lugares de producción más famosos en el mercado de Estados Unidos eran Coatepec, Huatusco, Orizaba, Córdoba, Jalapa (Veracruz) y Oaxaca.

El estado de Veracruz fue la sede del Instituto Mexicano del Café (INMECAFE), entre 1958 y 1989, donde se albergaban sus oficinas principales así como los centros de investigación del instituto. Se dice que más del 75% de la infraestructura de dicho organismo se instaló en esta entidad, lo que significó que fue la más beneficiada en este periodo (Trujillo, 2008). Esto sin duda le permite tener una capacidad productiva suficiente para poder participar de iniciativas innovadoras como las DO, así como una cultura organizacional entre los productores.

### **2.3. Los procedimientos para la aprobación de la DO y las implicaciones institucionales**

#### *a) Caso Marcala*

La conformación y el reconocimiento de la Denominación de Origen "Café de Marcala" fue un proceso vivo que incorporó una diversidad de desafíos. (García, 2012) Uno de estos desafíos fue desarrollar el componente legal en el que se tuvieron una serie de vínculos con diferentes instituciones y organizaciones nacionales e internacionales.

Este proceso tardó cuatro meses finalizando el 18 de noviembre del año 2005. Para el reconocimiento de la DO por parte del registro de la propiedad se utilizó el mismo que es otorgado para la inscripción de marcas y patentes. En el registro de la DO *Café Marcala* participaron las instituciones involucradas en el proceso: AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo), Consejo Regulador, AHPRO-CAFE (Asociación Hondureña de Productores de Café), CONACAFE (Consejo Nacional de Café), Ministerio de Industria y Comercio, IHCAFE (Instituto Hondureño del Café), y la Municipalidad de Marcala.

En el proceso de legalización de la DO se creó el reglamento de uso, el cual regula su utilización, estableciendo normativas de uso, administración y sanciones a los infractores; todo esto establecido en el artículo 128 de la Ley de Propiedad Intelectual. En el año 2006 fue aprobado el reglamento de uso de la denominación de origen. Para ello fue necesario discutir parámetros técnicos, proceso que fue apoyado por el Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación de España (MAPA), utilizando como modelo de reglamentación la DO *Vino La Rioja*.

Durante este mismo 2006 se formó y legalizó la Asociación Denominación de Origen Productores de *Café Marcala* (ADOPCAM) como consejo regulador, para garantizar la ejecución de actividades técnico-organizativas, iniciativa en la cual, se involucraron 1,297 productores, 29 procesadores y 14 exportadores. El 27 de mayo del 2006, se publica en el Diario Oficial la Gaceta bajo el nombre de Asociación Denominación de Origen Protegida *Café Marcala* (ADOPCAM), que creó la organización sin fines de lucro con personalidad jurídica adscrita al sector social de la economía en la Secretaría de Industria y Comercio (SIC) (García, 2012).

#### *b) Caso Veracruz*

En la experiencia de México, la solicitud de autorización para *Café de Veracruz* se hizo el 28 de marzo del 2000, y su aprobación se publicó en el 15 de noviembre del mismo año en el Diario Oficial de la Federación y en ella se incluyó a todo el estado en la región protegida. En ese momento, esta abarcaba 842 comunidades en 82 municipios, una superficie de 152,993 hectáreas identificadas en 10 regiones, de las cuales el 60% de la superficie se producía arriba de los 750 msnm (DOF, 2000).

Tras su aprobación como DO siguió el paso de la creación de su pliego de condiciones, que en el caso mexicano se define como la Norma Oficial. La propuesta se publicó en DOF el día 10 de mayo de 2001, bajo el nombre NOM-149-SCFI-2001, con un amplio respaldo de 43 organismos, entre productores, industriales, centros académicos y organismos públicos, estatales y federales, todas ellas nacionales.

Paralelamente se trabajó en la creación del organismo responsable de la administración de la DO, que en este caso fue el Consejo Regulador del Café Veracruz (CRCV), que fue fundado en 2001, bajo la figura de una asociación civil. Este organismo se conformó con representantes de los actores de la cadena de producción (cinco productores, cuatro beneficiadores, dos tostadores y un presidente) (Larroa, 2012).

De acuerdo con la ley mexicana, un Consejo Regulador debe estar formado por una unidad de verificación, un organismo de certificación y un laboratorio de pruebas: la primera se encarga de las visitas de inspección, la segunda de otorgar los certificados una vez que se aprueben las inspecciones y la tercera es donde se someten a pruebas científicas los bienes para garantizar el cumplimiento de la norma. Los dos primeros se pudieron acreditar por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) desde 2003, pero el tercero representó un obstáculo importante y un freno para la puesta en marcha del consejo, que en sus primeros años habían logrado registrar 2,500 productores (Larroa, 2012), de más de 90 mil productores potenciales de certificarse.

## **2.4. Los actores participantes en el proceso de valorización de las denominaciones de origen de café**

### *a) Caso Marcala*

La conformación de la DO *Café Marcala* incorpora una serie de participantes con diversos roles que han permitido su funcionamiento eficiente. El componente organizativo se posiciona en los sectores claves y estratégicos, por medio de elementos políticos coyunturales y alianzas con diversas instituciones (gobiernos, empresas privada, ONG, educativas, culturales, exportadores, importadores) y la creación de la Asociación Denominación de Origen *Café Marcala* (ADOPCAM), cuyo objetivo es acompañar el proceso de organización, armonización y lineamiento del sector en base a los objetivos de la DO. Así los trabajos de socialización y conceptualización de la creación de una denominación de origen *Café Marcala*, permitieron que los actores directos de la cadena de café identificaran la necesidad de organizarse y contar con una estructura organizativa integrada por los representantes de los distintos eslabones de la cadena de suministro (García, 2012).

Para el caso del componente técnico se hizo necesario involucrar a los actores que intervienen en los diferentes eslabones de la cadena para establecer una visión compartida y un proceso participativo para la toma de decisiones. Además, se involucraron diferentes instituciones del sector público relacionadas al tema como la Secretaría de Agricultura y Ganadería, Secretaría de Industria y Comercio y el Instituto de la Propiedad. Aunado a esto se contó con el apoyo técnico de especialistas del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España (MAPA) facilitando el proceso, siendo su mayor aporte la identificación del marco organizativo y legal a proponer y en las tareas de formación y sensibilización (García, 2012).

Cabe mencionar que para la realización de los estudios técnicos se lograron fondos y capacitaciones por parte del MAPA en aspectos como: tipificación del café de la DO, mapa del sistema de información geográfica, consultorías para poner en marcha el consejo regulador y la creación de la primera escuela de catadores.

Un último componente es el componente de mercado este componente se desarrolló a partir del año 2010 y está encaminado a identificar nichos de mercado nacional e internacional, incorporando estrategias, basándose en la valorización del patrimonio cultural de la región y fortaleciendo el sentido de identidad. Dentro de las actividades que se realizan se pueden mencionar:

- a) Elaboración de planes de negocios de la DO *Café Marcala*, apoyado por el Servicio Holandés de Cooperación para el Desarrollo (SNV<sup>3</sup>) 2006-2007, que consistió en la realización de encuestas para sondear la opinión de compradores de café en Estados Unidos, Japón y Europa, centrándose en el mercado de cafés especiales.
- b) Con el apoyo de FIDE (Federación Integral y Desarrollo Empresarial), AECID e IHCAFE se logra la definición de la campaña de promoción denominada "Sueña con Café" (Denominación de Origen *Café Marcala*, 2013:03) que tiene el propósito de aumentar el reconocimiento del café de *Marcala* entre compradores actuales y futuros, además de realzar su imagen.
- c) A partir del año 2004 se organiza la taza de excelencia a nivel nacional, competencia para identificar los mejores cafés de la temporada y recompensarlos con mejores precios para los productores (Alliance for coffee excellence, 2017) (Denominación de Origen *Café Marcala*, 2013).

#### *b) Caso Veracruz*

Contrariamente a la evolución que se observó en Honduras, en el caso del *Café Veracruz* el desempeño fue muy errático a lo largo de la década de su aprobación. Si bien se logró tener rápidamente el CRCV y la NOM que permitían organizar los esfuerzos para lograr un proceso de comercialización rápidamente, hubo problemas para lograr la aprobación del laboratorio de pruebas, que para el año 2010 aún no había sido acreditado (Pérez Akaki, 2011).

Entre los problemas que se encontraron en esas fechas que complicaron el desempeño de la denominación *Café Veracruz* fueron la falta de autonomía financiera del CRCV, quien dependía presupuestalmente del gobierno del estado, el cual al mismo tiempo definía a su presidente; la participación de las empresas líderes de las cadenas en las decisiones del consejo, confrontando los esfuerzos de la denominación; la participa-

---

<sup>3</sup> El Servicio Holandés de Cooperación para el Desarrollo (SNV) es un organismo no gubernamental de origen Holandés, orientado a contribuir a la superación de la pobreza y la inequidad en 38 países del mundo.

ción del consejo regulador en actividades de comercialización generó conflicto con los agentes privados; así como la falta de transparencia en el uso de los recursos financieros, entre otros (Larroa, 2012).

Sin embargo, a pesar de esos problemas, el CRCV tuvo un liderazgo muy importante en la relación con la Specialty Coffee Association of America (SCAA), con quien habían estado en contacto desde el año 1992, cuando dada la participación de cafetaleros de Coatepec en el evento anual de dicha organización, recibieron recomendación de buscar una Denominación de Origen para el café de dicha región. Una vez obtenido dicho reconocimiento, en 2002 el CRCV se asoció a la SCAA y firmó un convenio de cooperación con ella, lo que les permitió primero recibir capacitación para lograr la aprobación de catadores Q y posteriormente ser la sede para quienes buscaban capacitarse en el país (García, 2010). Así, el propio CRCV fue un centro de capacitación para impulsar la cultura del café de especialidad que, si bien es un modelo diferente a la DO, puede tener ciertas convergencias.

### **3. Los efectos de las iniciativas en el desarrollo de las regiones protegidas**

La creación y gestión de la DO *Café Marcala* ha generado una serie de efectos positivos, principalmente relacionados al empoderamiento de los productores al posicionarse en el mercado. Uno de los principales efectos es la "transferencia de conocimientos" (García, 2012: 83). La Denominación de Origen juega un papel importante como organización en la transferencia de conocimiento sobre el tema de mercados de cafés especiales y el posible impacto de la DO en los precios del producto. En cuanto al acceso a mercados especiales existen tres aspectos que la DO *Café Marcala* evalúa y desarrolla: la transferencia de conocimiento, el desarrollo de una cultura hacia la calidad y el posicionamiento de la calidad de su café (García, 2012).

Algunos de estos efectos positivos de la DO han trascendido las fronteras por medio de las alianzas, tratados y acuerdos internacionales. La Denominación de Origen *Café Marcala*, con la entrada en vigor del Tratado de Asociatividad entre Centroamérica y Unión Europea, fue formalmente aceptada a partir del 1º de agosto del año 2013. Este aspecto ha sido importante porque permite reconocer el *Café Marcala* en la Unión Europea a través del certificado DO, dando protección legal y controlando de fraudes la entrada del café a los países miembros de la U.E. (Moreno, 2015).

Cabe destacar que la DO *Café Marcala* estableció nuevas alianzas con organizaciones internacionales para el fortalecimiento institucional, tales como *Cooperazione Per lo Sviluppo Deipaes Emergenti* (COSPE), *Istituto per la Certificazione Ética e Ambientale* (ICEA) y Fundación ETEA (Denominación de Origen *Café Marcala*, 2013). Estos organismos han creído en la DO y les ayudan en la búsqueda de la sostenibilidad, a través de ellos se ha logrado desarrollar proyectos que benefician al productor por medio de

la formación de microempresas con productores no organizados para mejorar su comercialización, logrando aportar a la DO mayores cantidades de café certificado. Además, la Fundación ETEA cubre con algunos costos administrativos importantes para el funcionamiento de la Denominación de Origen, ya que la DO aún sólo logra cubrir el 50% de ese monto (Moreno, 2015).

Otro de los efectos clave en el proceso de creación de la DO, es lo relacionado a los avances alcanzados en los volúmenes comercializados a lo largo del tiempo, así como la diversificación de los destinos involucrados, como se puede observar en el Cuadro 1.

Este crecimiento ha sido importante para la consolidación de la DO, ya que ha permitido alcanzar una credibilidad por parte de los productores afiliados. La DO también ha tenido un efecto positivo referente a la gestión ambiental, ya que dentro de los principios ambientales que rigen la DO se encuentran: el principio de prevención, que permite predecir el riesgo ambiental asociado a toda actividad productiva; el principio de precautorio, el cual considera que la falta de certeza científica no es obstáculo para que se adopten medidas para prevenir daños al ambiente; el principio de responsabilidad ambiental, que implicó el establecimiento de un plan de gestión ambiental encaminado a prevenir y corregir la contaminación ambiental y lograr un equilibrio ecológico; el principio de gradualidad, donde la DO aplica los medios e instrumentos que sean necesarios para prevenir y corregir la contaminación ambiental, tomando en cuenta la escala de los impactos; y por último, el principio de fiscalización basado en acreditación y certificación, donde la DO utiliza las certificaciones emitidas por entes debidamente autorizados y el principio de reglas claras, que establece los lineamientos jurídicos, instrumentos y procedimientos técnicos publicados y puestos a disposición de todos los miembros de la DO (Denominación de Origen *Café Marcala*, 2007). Es importante mencionar que para la cosecha 2016-2017. La Denominación de Origen "*Café Marcala*" implemento las normas de adaptación al cambio climático, en vista que la DO es experiencia piloto para implementar las NAMA café a nivel nacional (Denominación de Origen *Café Marcala*, 2022).

Otro elemento de gran importancia es la diversificación que ha alcanzado la producción de la región de Marcala, la cual también puede apreciarse en el Cuadro 1. En el primer año de registro sus mercados se limitaban a 3 países, mientras que en el último año, se alcanzaron 14 diferentes destinos. Sin duda es un resultado muy importante, porque permite a los productores una mayor estabilidad de sus ingresos, al no depender de pocos compradores. Este esfuerzo también evidencia la fama que está alcanzando dicho origen como proveedor de café de alta calidad.

**Cuadro 1. Crecimiento histórico de afiliados y de café certificado de la DO *Café Marcala***

Cosecha	Socios / Afiliados	Lotes Certificados	Quintales Certificados	Destinos Principales
2007-2008	1160 total: 1117 productores y 43 comercializadores	4	1,800	Francia, Suiza, EE.UU.
2008-2009	1341 total: 1295 productores, 31 comercializadores, 14 exportadores y 1 bróker	22	9,900	Francia, Alemania, EE.UU., Canadá, Inglaterra.
2009-2010	1431 total: 1383 productores, 31 comercializadores, 14 exportadores, 2 bróker y 1 tostador	24	10,800	Francia, Alemania, Canadá, EE.UU.
2010-2011	1849 total: 1793 productores, 34 comercializadores, 15 exportadores, 2 bróker y 5 tostadoras	50	19,699	Bélgica, Francia, EE.UU., Canadá, Italia, Alemania, Japón.
2011-2012	2369 total: 2308 productores, 34 comercializadores, 17 exportadores, 2 bróker y 8 tostadoras	108	27,575	Francia, Alemania, EE.UU., Dinamarca, Bélgica, Canadá, Holanda, España, Japón, Italia, Australia, Inglaterra.
2012-2013	2384 total: 2317 productores, 34 comercializadores, 17 exportadores, 2 bróker y 14 tostadoras	84	20,26	Bélgica, Francia, EE.UU., Canadá, Italia, Alemania, Japón, México, España, Suecia, Suiza, China, Inglaterra.
2013-2014	2898 total: 2327 productores, 34 comercializadores, 17 exportadores, 2 bróker y 18 tostadoras	106	28,638	Bélgica, Francia, EE.UU., Canadá, Italia, Alemania, Japón, México, España, Suecia, Suiza, China, Inglaterra.
2014-2015	2398 total: 2327 Productores, 34 intermediarios, 17 exportadoras, 18 tostadores, 2 bróker		25,115	Bélgica, Francia, EE.UU., Canadá, Italia, Alemania, Japón, México, España, Suecia, Suiza, China, Inglaterra Austria.
2016-2017	2451 total: 2365 productores, 37 intermediarios, 20 exportadores, 2 bróker, 27 tostadores		48,750	Bélgica, Francia, EE.UU., Canadá, Italia, Alemania, Japón, México, España, Suecia, Suiza, China, Inglaterra, Austria

Fuente: Elaboración propia en base a las memorias de cosecha de la Denominación de Origen *Café Marcala*.



En el caso del Café Veracruz, si bien las expectativas eran muy altas por los importantes logros que se tuvieron en los primeros años de existencia de la denominación, los esfuerzos no pudieron concretarse de manera exitosa, pues el número de participantes no logró crecer lo suficiente para generar un proceso virtuoso de crecimiento en el tiempo. Como muestra, se encontró que en el 2010, se tenían registrados 340 productores, 482 fincas inscritas en 20 municipios, aunque la mayoría de Córdoba y Huatusco (Pérez Akaki, 2011). Si esto se compara con el universo de productores en la entidad, superior a 90,000 según el Censo, la proporción era mínima y evidencia muy poco avance respecto a la participación de los productores.

Sin embargo, este esfuerzo en la calidad del grano significó diversos premios para el café veracruzano, como una medalla de oro en el World Ethnic & Specialty Food Show en París (2005), medalla de oro en el evento Excel en Londres (2005), primer lugar en el evento de 10 mejores marcas en Suiza (2005), así como diversos premios en concursos de calidad nacionales entre 2005 y 2007 (García, 2010).

Igualmente, en un estudio desarrollado durante los primeros años de vida del consejo, se estudiaron los diferentes perfiles de café que tenían las regiones del estado, en un espíritu de buscar subdenominaciones de origen (Pérez, Partida y Martínez, 2005). Esta propuesta buscaba una mejor diferenciación de la calidad del café del estado, pues las condiciones con las que cuenta a lo largo del territorio son muy diferentes.

Finalmente, para finales del año 2011, el Consejo Veracruzano del Café Veracruz se quedó sin instalaciones, cerrando el ciclo de desmantelamiento que había sufrido desde el cambio de gobierno estatal que se había dado el 1 de diciembre del 2010. Así, la idea de la DO se dejó abandonada, representando un gran fracaso y echando abajo grandes inversiones que realizó el gobierno estatal para ponerla en marcha durante los dos periodos previos. Adicionalmente, la Entidad Mexicana de Acreditación suspendió al Consejo Regulador del Café de Veracruz desde el 26 de septiembre de 2011, según consta en sus registros de consulta pública (consultado 24/04/2023).

Tras el cierre del consejo, un grupo de profesionales que había formado parte de éste mantuvo su relación y fundó el Centro Agroecológico del Café A.C. (Cafecol), organismo orientado a la "...desarrollo y transferencia del conocimiento y tecnología orientado hacia el desarrollo sustentable de la cafeticultura" (Cafecol, 2017). Como un funcionario del estado de Veracruz entrevistado en 2016 señaló, se crearon políticas de calidad...que cumplen con especificaciones que piden otros modelos de certificación" (Avendaño, 2016).

Este organismo se mantiene operando hasta la fecha con notables resultados, entre ellos diseñó un sello de calidad sustentable para la producción de café, OIKOS, que combina elementos técnicos y ecológicos, ofreciendo una "calidad integral". Igualmente participa en el sector ofreciendo cursos de capacitación sobre catación, corte, asistencia postcosecha, beneficiado, tostado, etc.

Quizá uno de los legados importantes del CRCV y del trabajo posterior que hace el Cafecol se manifiesta en los resultados de los concursos de calidad que se han desarrollado en México. En las ediciones llevadas a cabo de la Taza de Excelencia (*Cup of Excellence*) los granos veracruzanos han tenido lugares destacados de forma permanente. Los casos más destacados se presentan en el Cuadro 2.

### **Cuadro 2. Resultados de fincas cafetaleras veracruzanas en Cup of Excellence, 2012-2015**

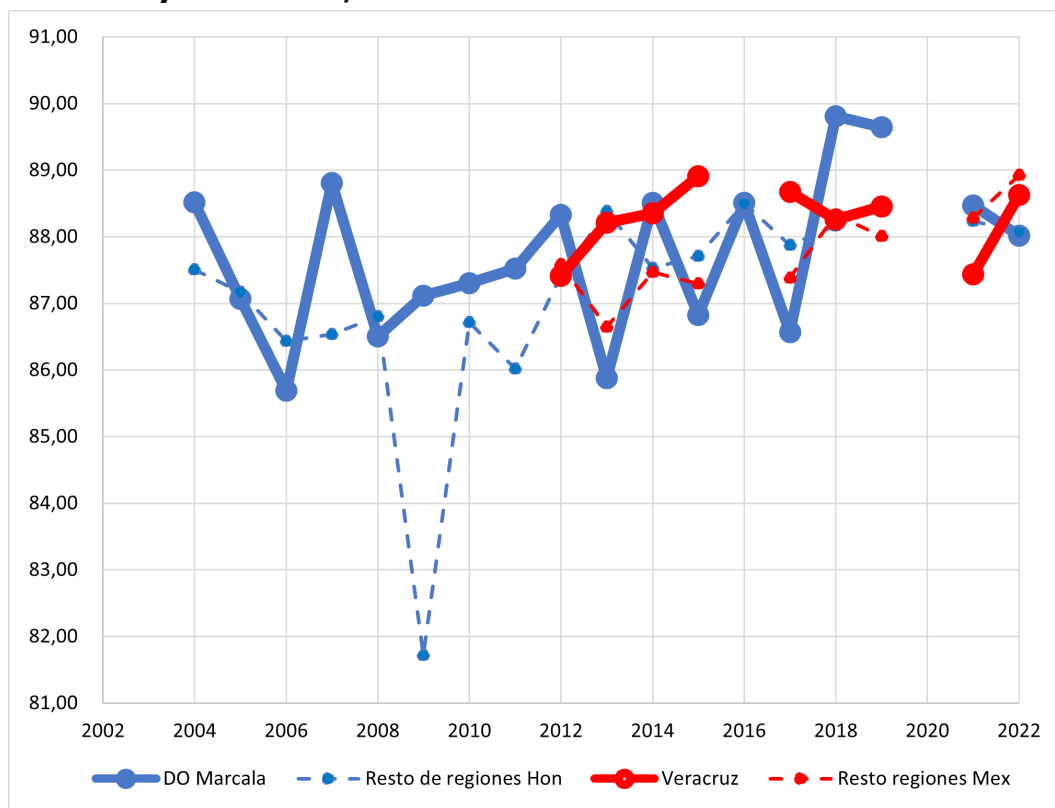
Posición	Lote	Nombre de finca	Región	Puntuación
<b>2015</b>				
1	21	El Pino / El Cedro	Huatusco, Veracruz	90,41
2	21	Kasandra	Tlaltetela, Veracruz	90
6	0	Oro Cosuateco	Cosautlan De Carbajal, Veracruz	88,78
7	9	Palulca	Texhuacan, Veracruz	88,59
<b>2014</b>				
1	18	El Estribo	Nepopoalco/Zongolica, Veracruz	91,59
2	20	La Herradura	Coatepec, Veracruz	90,44
3	8	Rancho Las Coles	Coatepec, Veracruz	90,32
5	17	La Magdalena	La Orduña, Coatepec, Veracruz	88,91
7	15	Teocelo	Teocelo, Veracruz	88,82
8	23	El Suspiro	Pacho Viejo, Coatepec, Veracruz	88,44
13	22	El Equimite	Coatepec, Veracruz	86,91
14	34	Cañada Fria - 14	Huatusco, Veracruz	86,71
16	57	Huehuetecpam	Cosautlan de Carvajal, Veracruz	86,21
19	107	Corral de Piedra	Ixhuatlan del Café, Veracruz	85,15
<b>2013</b>				
1	26	Cafetal La Herradura	Coatepec, Veracruz	90,44
2	27	Cañada Fría	Huatusco, Veracruz	88,89
13	29	La Cañada	Atzalan, Veracruz	85,31
<b>2012</b>				
1	27	Las Fincas Del Suspiro	Pacho Viejo, Coatepec, Veracruz	90,03
5	80	Finca Corral De Pidra	Ixhuatlan Del Café, Veracruz	87,87
10	27	Finca Cañada Fria	Huatusco, Veracruz	85,95
11	115	Finca La Playa	Fresnal Ixtaczoquitlan, Veracruz	85,79

Fuente: Elaboración propia con datos de Cup of Excellence, varios años.

En un análisis comparativo entre ambas regiones de largo plazo sobre la evolución de los precios del café de especialidad de ambos países, distinguiendo entre las regiones protegidas por la DO y sin ella, se encontró una tendencia positiva en todos los casos, como se muestra en la Figura 2, en dónde se aprecia la evolución histórica en ambos países.

También se percibe que el comportamiento de los puntajes en las regiones protegidas es ligeramente más alto que los precios fuera de ellas, como se percibe en el Cuadro 3. Tanto para Marcala como para Veracruz, los puntajes han tenido crecimiento en el periodo de análisis, manteniendo una brecha respecto al resto de las regiones cafetaleras.

**Figura 2. Puntaje promedio del café en en regiones protegidas por DO y sin ellas en México y Honduras, 2004-2022.**



Fuente: Elaboración propia con datos de Taza de Excelencia de los países y fechas correspondientes (<https://cupofexcellence.org/>).

**Cuadro 3. Puntaje promedio de café en competencia de Taza de Excelencia de las DO Marcala y Café de Veracruz, 2004-2022.**

Año	DO Marcala	Resto regiones Honduras	Veracruz	Resto regiones México
2004	88.52	87.50		
2005	87.07	87.17		
2006	85.69	86.43		
2007	88.81	86.54		
2008	86.50	86.80		
2009	87.11	81.72		
2010	87.30	86.71		
2011	87.52	86.02		
2012	88.33	87.41	87.41	87.58
2013	85.88	88.38	88.21	86.65
2014	88.51	87.53	88.35	87.46
2015	86.83	87.71	88.91	87.30
2016	88.51	88.50	--	--
2017	86.57	87.87	88.68	87.38
2018	89.81	88.16	88.26	88.33
2019	89.65	88.47	88.45	88.01
2020	--	--	--	--
2021	88.47	88.24	87.44	88.28
2022	88.02	88.07	88.63	88.92

Fuente: Elaboración propia con datos de Taza de Excelencia de los países y fechas correspondientes (<https://cupofexcellence.org/>).

Recientemente, en el año 2022 el Gobierno del estado de Veracruz comenzó nuevamente un esfuerzo por reactivar las denominaciones de origen de café en el estado, ahora desde una perspectiva regional, no estatal. Así, se pretende impulsar nuevamente este tipo de herramientas desde escalas más pequeñas que puedan aumentar las probabilidades de éxito para los productores. Es un proyecto que apenas comienza que merece la pena seguirlo con cuidado.

#### 4. Conclusiones

En el caso de *Café Marcala*, uno de los aspectos trascendentales para su impulso fue el involucramiento y coordinación entre muy diversos actores, tanto locales como externos, públicos y privados, siendo muy valioso el acompañamiento de largo plazo en asesoría y análisis por parte del IHCAFE y AECID. Es importante mencionar que la organización, fortalecimiento, puesta en marcha y operación se ha dado por medio de diversos procesos participativos entre los actores que intervienen en la cadena (productores, beneficiadores y exportadores de café). Aunado a esto se resalta el apoyo de instituciones nacionales, tales como el Instituto de la Propiedad, universidades, Secretaría de Industria y Comercio. También es importante reconocer la participación de instituciones internacionales tales como PROMECAFE, RIMISP y ayuda de la cooperación externa AECID, SNV, Gobierno de Dinamarca-FIDE, GTZ Cámara Hondureño-Alemana, conformado un bloque fuerte para garantizar el fortalecimiento y sostenibilidad de la DO.

En el caso mexicano, las expectativas eran muy altas, dada la exitosa experiencia que ya se tenía con el Tequila por más de 3 décadas y que servía de referente para las nuevas iniciativas. Sin embargo, el origen de la iniciativa se dio desde el gobierno estatal y no desde los propios actores territoriales, lo que significa una diferencia sustantiva pues no necesariamente se involucró a los productores en el diseño y en los beneficios que puede tener la iniciativa para ellos.

El crecimiento desarrollado en los últimos años en la DO "*Café Marcala*" obedece esencialmente a que ha proporcionado un empoderamiento a los pequeños productores a niveles de mayor valor en las cadenas de café; ya que la DO ha servido como vehículo para conectar a los productores en mercados diferenciados, mejorando los ingresos de los productores de la zona delimitada por la DO. Este empoderamiento se ha desarrollado en base a los tres pilares fundamentales de la Denominación: la transferencia de conocimientos sobre el tema de mercados de cafés especiales, desarrollar una cultura hacia la calidad y el posicionamiento de la calidad del café.

Un aspecto importante que surge por la implementación de la Denominación de Origen *Café Marcala* es la contribución a la gestión de los recursos naturales y el medio ambiente en la región delimitada por la DO, ya que en su planificación y crecimiento se han tomado en cuenta los recursos agua, suelo, biodiversidad que han permitido su gestión a través de los principios ambientales y acciones como el ordenamiento territorial, buenas prácticas agrícolas, lo que a su vez contribuye al fortalecimiento de la Denominación de Origen.

La fortaleza organizativa impulsada por el Consejo Regulador de la Asociación Denominación de Origen Protegida *Café Marcala* (ADOPCAM), conformada por los actores que intervienen en la cadena (productores, beneficiadores, exportadores) y de sus

cuatro componentes: organizativo, legal, técnico y de mercado, le ha permitido ser una institución clave para el impulso de la DO. Caso contrario el de la DO *Café Veracruz* quien no pudo desarrollar todo el proceso de organización, ya que se dependía presupuestalmente del gobierno del estado quedando inconcluso el proceso técnico de la DO.

Tampoco se pudo en el caso mexicano lograr la escala apropiada para impulsar una institucionalidad autónoma presupuestariamente, a pesar del respaldo del gobierno estatal. No está por demás mencionar que en el la cafecultura mexicana, el sector productivo se organiza en grupos políticos que responden también a intereses de sus líderes y las negociaciones que consigan con los gobiernos en turno. Así, la historia de la organización cafetalera mexicana está llena de conflictos y desconfianzas entre grupos.

A partir de ambas experiencias puede destacarse el valor que tiene el acompañamiento para los procesos de desarrollo territorial, principalmente el europeo que es el que más conocedor de las experiencias referentes a DO. Este acompañamiento fue muy relevante para definir de manera objetiva los objetivos y la participación de los diferentes actores en el proyecto, además de motivar a todos los participantes de la cadena. Pero en el caso mexicano no se tuvo tal participación, sino que fueron los propios actores bajo las instituciones existentes las que intentaron impulsar la DO, que lamentablemente se vio impedida a operar.

El tema de la escala es también una importante diferencia, pues mientras en *Marcala* se tiene una participación menor a 1,300 productores aproximadamente, en el caso de *Veracruz* la región protegida involucra a más de 80 mil. Además, en el caso de México se encuentran dispersos en diferentes regiones del estado, lo que complica aún más la comunicación y los acuerdos entre ellos.

Finalmente, la evolución de la cafecultura en ambos países evidencia el nivel de organización que se tiene en ambos países. En Honduras los volúmenes de grano van en aumento con el tiempo, mientras que en México han caído en un bache, alejándose de los primeros lugares que ocupaba. Sin embargo, en ambos países el énfasis por la participación de cafés de calidad ha sido un motor para el sector, así como se ve en los resultados de los concursos internacionales.

## 6. Referencias Bibliografía

AECID (2008). Estudio de caso: Denominación de origen "*Café Marcala*" primera denominación de origen reconocida en Honduras y centromérica. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo - Honduras.

AECID (2009). Experiencia práctica: Caso DO "*Café Marcala*". Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo - Honduras.

- Avendaño, Gerardo (2016). *Café Veracruz, el aroma que distingue a una región. Notimex*, 30 de noviembre, ([enlace](#)).
- Barjolle, Dominique; Bertil Sylvander y Erik Thévenod-Mottet (2011). Public Policies and Geographical Indications. En E. Barham y B. Sylvander, *Labels of origin for food: local development, global recognition* (pp. 92-105). CABI.
- Belletti, G. y Marescotti, A. (2011). "Origin Products, Geographical Indications and Rural Development". En Barham, E. y Sylvander, B. *Labels of origin for food: local development, global recognition*. Reino Unido: CABI.  
<https://doi.org/10.1079/9781845933524.0075>
- Belletti, Giovanni; Andrea Marescotti y Jean-Marc Touzard (2017). Geographical indications, public goods, and sustainable development: the roles of actors' strategies and public policies. *World Development*, 98, 45-57.  
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.004>
- Bérard, Laurence y Philippe Marchenay (2006). Local products and geographical indications: taking account of local knowledge and biodiversity. *International Social Science Journal. Cultural. Diversity and Biodiversity*, 187, 109-116.  
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2451.2006.00592.x>
- Bonroy, Olivier y Christos Constantatos (2015). On the economics of labels: how their introduction affects the functioning of markets and the welfare of all participants. *American Journal of Agricultural Economics*, 97(1), 239-259.  
<https://doi.org/10.1093/ajae/aau088>
- Cafecol (2017). Centro Agroecológico del Café A.C. *cafecol.mx*.
- COHEP (2013). *Cafe de Honduras, situacion actual y perspectivas*. Consejo Hondureño de la Empresa Privada y Centro de Investigaciones Economicas y Sociales.
- Diario Oficial de la Federación - DOF (2000). Extracto de la solicitud de declaración general de protección a la denominación de origen *Café Veracruz*, pp. 9.
- Denominación de Origen *Café Marcala* (2007). *Línea base del conglomerado de Marcala en aspectos ambientales y manejo de recursos naturales*. DO. *Café Marcala - Honduras*.
- Denominación de Origen *Café Marcala* (2013). *Cafe Marcala. Denominacion de Origen*. *cafemarcala.blogspot.com*.
- García Hernández, Aracely (2010). Consejo Regulador del *Café Veracruz A.C.* Presentado en Facultad de Estudios Superiores Acatlán, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), 19 de mayo.
- IHCAFE-AECID (2010). *Denominacion de Origen "Cafe de Marcala"*. AECID.
- Larroa Torres, Rosa María (2012). Indicaciones geográficas y sistemas agroalimentarios localizados (SIAL). El caso del *café de Veracruz*. *Agroalimentaria*, 18(34), 105-121.
- Leemkuil, Bianca (2008). *Apuntes desde las tierras altas. La cadena del café de Marcala, Honduras. Estudio de caso*. SNV Honduras & Wageningen University.



Melghen- Mejia, M. Rolando (2012). *Historia del café en Marcala*. Editorial Guaymuras.

Messer, Kent D.; Marco Costanigro y Harry M. Kaiser (2017). Labeling Food Processes: The Good, the Bad and the Ugly. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 39(3): 407-427. <https://doi.org/10.1093/aep/px028>

Moreno, Luis (2016) Café mexicano pierde terreno. *Periódico Milenio - Sección Negocios*, 20 de marzo, ([enlace](#)).

Nava Tablada, Martha Elena y María Isabel Hernández Sánchez (2017). Cafeticultura en Veracruz: entre crisis y alternativas. En E.A. Vásquez Muñoz (coord.), *Veracruz, un análisis para el desarrollo* (pp.93-105). El Colegio de Veracruz.

SNW (2012). *Pequeños productores de café de Honduras reducen su huella de carbono*, Ocotepeque, Honduras.

Ocampo Arista, Sergio (2015). Desastre cafetalero por plaga de roya en Veracruz y Guerrero. *La Jornada - Sección Estados*, pp. 31, 1 de julio.

Paz Cafferata, Julio y Pomareda, Carlos (2009). *Indicaciones geográficas y denominaciones de origen en Centroamérica: situación y perspectivas*. International Centre for Trade and Sustainable Development. [https://doi.org/10.7215/RE\\_PB\\_20090330](https://doi.org/10.7215/RE_PB_20090330)

Pérez Akaki, Pablo (2011), Denominaciones de origen (DO) y marcas colectivas (MC) en el café mexicano, ¿estrategia para el desarrollo regional? *Revista Geográfica de América Central*, nº especial EGAL, 1-22.

Pérez Akaki, Pablo (2012). *Los pequeños productores de café de la región otomí-tepehua*. UNAM, FES Acatlan.

Pérez Akaki, Pablo (2013). Los siglos XIX y XX en la cafeticultura nacional: de la bonanza a la crisis del grano de oro mexicano. *Revista de Historia*, 67, 159-199.

Pérez Akaki, Pablo y Campos Espinoza, José Antonio (2014). El Mediterráneo y su desarrollo agrícola en el siglo XXI. En M. Pereña (ed.), *Análisis geopolítico del Mediterráneo en las dos primeras décadas del siglo XXI*. UNAM, FES Acatlan.

Pérez Portilla, Leonardo; José Gervasio Partida Sedas y Dámaso Martínez Pérez (2005). Determinación de las subdenominaciones de origen del Café Veracruz. *Revista de Geografía Agrícola*, 35, 23-38.

Robles Berlanga, Héctor Manuel (2001). Los productores de café en México: Problemática y ejercicio de su presupuesto. *Mexican Rural Development Research Reports*, nº14. Woodrow Wilson International Center for Scholars.

Trujillo, Laura (2008). Coffee-Production strategies in a changing rural landscape: A case study in Central Veracruz, Mexico. En C.M. Bacon (ed.), *Confronting the coffee crisis. Fair trade, sustainable livelihoods and ecosystems in Mexico and Central America*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262026338.003.0004>

Ukers, William (1935). *All about Coffee: A History of Coffee from the Classic Tribute to the World's Most Beloved Beverage*. The Tea & Coffee Trade Journal Company.

Vandecastelaere, Emilie; Filippo Arfini, Giovanni Belletti y Andrea Marescotti (2010). *Linking people, places and products: A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable Geographical Indications*. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) - SINERGI.

Zago, Angelo M. y Daniel Pick (2004). Labeling policies in food markets: private incentives, public intervention, and welfare effects. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 29(1), 150-165.