

# Ficha de herramientas

## DigiTrade toolbox: Digitalización de herramientas de promoción comercial



### CONTEXTO

El proyecto **Café Inclusivo** surge en un contexto socioeconómico complicado en Honduras, con un alto desempleo y una economía dependiente de la agricultura, principalmente del café. A finales de 2019, el país enfrentaba grandes brechas en competitividad y crecimiento inclusivo limitado, con un entorno empresarial desafiante y un mercado interno pequeño. El proyecto tiene como objetivo fortalecer la competitividad de pequeños productores y cooperativas de café, promoviendo su acceso a mercados internacionales especializados y apoyando la sostenibilidad ambiental y la equidad de género. Para ello, el proyecto busca mejorar las capacidades de comercialización y gestión de los productores.

### RETOS DE DESARROLLO

Los productores se enfrentan a varios desafíos importantes: la volatilidad de los precios internacionales del café (ODS8), el cambio climático (ODS13) que afecta la producción y la calidad del grano, y el limitado acceso a mercados internacionales debido a la falta de competencias (ODS4) y de contactos comerciales y normativas estrictas (ODS1, ODS17). Además, existe una subrepresentación de las mujeres y jóvenes en el sector (ODS5).

La **DigiTrade Toolbox** es una plataforma digital desarrollada bajo el [proyecto Café Inclusivo](#) implementado por Swisscontact, lanzada en 2021 como respuesta a la pandemia y a la necesidad de herramientas digitales para la promoción comercial del café hondureño. La plataforma está diseñada para apoyar a pequeños productores, cooperativas y exportadores, facilitando su acceso a mercados internacionales y optimizando sus capacidades comerciales. Esta herramienta incluye una amplia gama de recursos diseñados para mejorar la capacidad de exportación de los productores. Entre los componentes más importantes destacan las formaciones virtuales grabadas en temas como la gestión de exportaciones, gestión de precios y la preparación para ferias comerciales internacionales, que están accesibles para cualquier participante en cualquier momento. Además, centraliza recursos como estudios de mercado, un catálogo de proveedores de café inclusivo y una base de datos con más de 600 contactos comerciales. Al integrar estas herramientas digitales, DigiTrade ha permitido a los productores hondureños superar las limitaciones físicas y acceder a conocimientos especializados que antes eran inaccesibles, mejorando significativamente su capacidad para competir en mercados internacionales.

### CAFÉ INCLUSIVO – PROMOVRIENDO MERCADOS SOSTENIBLES

**Implementado por:** Swisscontact

**Financiado por:** Fundación Medicor. Cofinanciado por la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE), Departamento Federal de Asuntos Exteriores (DFAE).

#### BREVE DESCRIPCIÓN

El proyecto tiene el objetivo de crear modos de vida resilientes para los pequeños productores de café sostenible, fomentar el crecimiento económico – de manera particular en las mujeres en café – y la participación en las cadenas de valor globales y contribuir a que el medioambiente sea más saludable.

#### PAÍS/PROVINCIA

Honduras

#### IMPACTO

- 10 organizaciones locales de apoyo empresarial (BSOs) han sido capacitadas
- 48 empresas enfocadas en el café sostenible han tenido acceso a servicios especializados de promoción de exportaciones brindado por las BSOs
- 1 370 pequeños productores sostenibles (28% mujeres) han aumentado sus ingresos y generaron un mayor precio por unidad para su café sostenible

## ¿QUÉ HACE QUE LA HERRAMIENTA SEA ÚNICA?

La DigiTrade Toolbox es única por su capacidad de centralizar recursos digitales que permiten a los pequeños productores de café acceder a mercados internacionales sin intermediarios. Esta herramienta ofrece formaciones virtuales grabadas, una base de datos de contactos comerciales y materiales complementarios sobre estrategias de exportación. Además, asegura la continuidad del aprendizaje y la promoción comercial más allá de la duración del proyecto, garantizando que los productores puedan seguir mejorando sus competencias comerciales de manera autónoma.

## POTENCIAL DE RÉPLICA

Tiene un alto potencial de réplica en otros sectores agrícolas que también enfrentan barreras para acceder a mercados internacionales. Su diseño modular y adaptable permite que la plataforma se aplique a diferentes productos, desde cacao hasta otros productos agrícolas, proporcionando formación en exportación, acceso a contactos comerciales y estrategias de mercado. Además, su modelo de capacitaciones virtuales y grabadas permite una transferencia de conocimientos a largo plazo y a otros beneficiarios, adaptándose a nuevas necesidades de los productores. Al integrarse con otros programas de apoyo comercial, esta herramienta puede extenderse fácilmente a diferentes industrias en países en desarrollo que buscan mejorar su competitividad en mercados globales.

## SOCIOS

Las Organizaciones Locales de Apoyo (BSOs) han sido capacitadas para ofrecer servicios especializados en la promoción de exportaciones a sus clientes del sector del café sostenible. Estas instituciones incluyen al Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), la Asociación Hondureña de Productores de Café (AHPROCAFE), la Alianza de Mujeres en Café (AMUCAFE), la Asociación Nacional de Caficultores de Honduras (ANACAFEH), el Consejo Nacional del Café (CONACAFE), la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE), la Secretaría de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional (SRECI), el Consejo Nacional de Inversiones (CNI), la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), y la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés (CCIC). Además, se han creado vínculos con SIPPO Trade Academy.

## GRUPOS DESTINATARIOS

Un total de 48 empresas enfocadas en el café sostenible han tenido acceso a servicios especializados de promoción de exportaciones brindados por las organizaciones de apoyo empresarial. Estos servicios han sido clave para fortalecer su presencia en mercados internacionales, facilitando su competitividad y crecimiento dentro del sector cafetalero global. Algunos ejemplos de cooperativas locales beneficiarias son: Comercial Exportadora San Vicente, COCAMOL y CAFESMO, entre otros.

## ENFOQUES Y LOGROS

El proyecto *Café Inclusivo* ha adoptado un enfoque sistémico y facilitador para impulsar el desarrollo de capacidades en el sector cafetalero hondureño. Swisscontact ha trabajado estrechamente con las Organizaciones de Apoyo Empresarial (BSOs) para asegurar que las capacidades transferidas durante el proyecto puedan continuar replicándose de manera autónoma. Tanto las BSOs como las cooperativas y empresas socias han recibido capacitaciones técnicas y comerciales que les han permitido convertirse en actores clave en la transferencia de conocimientos hacia los pequeños productores y otras cooperativas. A través de este enfoque, las BSOs han mejorado su capacidad para proporcionar servicios eficaces a sus miembros, incluidos temas como gestión de riesgos de precios, calidad del café y estrategias de comercialización internacional.

La *DigiTrade Toolbox* ha facilitado el acceso a conocimientos comerciales esenciales. En total, 418 personas (59% mujeres y 41% hombres) participaron en las 11 capacitaciones virtuales desarrolladas durante los 4 años de proyecto. Otro de los logros más destacados es la creación de una red de más de 600 contactos comerciales, que ha facilitado la conexión directa entre productores y compradores internacionales. Esta red ha permitido que los productores accedan a nuevos mercados sin depender exclusivamente de la participación en ferias físicas. Asimismo, la Toolbox ha demostrado ser una herramienta esencial para la resiliencia del sector cafetalero durante y después de la pandemia, asegurando que los productores tengan acceso continuo a los conocimientos y herramientas necesarios para mantener y mejorar sus operaciones comerciales.

## LECCIONES APRENDIDAS

Una de las principales lecciones del proyecto Café Inclusivo ha sido la importancia de combinar la capacitación técnica con la promoción comercial para lograr un impacto sostenible. Para ello, se inició con un diagnóstico de las capacidades de exportación para evaluar capacidades y poder elaborar un programa de capacitación acorde a las necesidades. Así, las cooperativas participantes han aprendido que la calidad del producto es clave para competir en mercados internacionales, y que la mejora continua en los procesos de producción, como la catación y el manejo de riesgos de precios, es esencial para mantener su competitividad. Las capacitaciones virtuales grabadas han demostrado ser un recurso

invaluable para asegurar la transferencia continua de conocimientos, incluso después de la finalización del proyecto. Esta estrategia ha permitido a los productores y cooperativas mejorar sus competencias comerciales y gestionar de manera más eficiente las exportaciones.

Sin embargo, asegurar la sostenibilidad de las herramientas digitales como DigiTrade es crucial. En este sentido, se han llevado a cabo discusiones con IHCAFE como el socio más relevante para seguir alojando las herramientas, proporcionando actualizaciones y soporte técnico a largo plazo. El relativo corto tiempo de desarrollo de estas herramientas en el marco de la vida del proyecto, sumado a los meses de pandemia al inicio del mismo no permitieron un tiempo de prueba, adaptación, nueva prueba (testeo) en la vida proyecto. Así, queda en mano de los socios realizar estas adaptaciones. Otro reto que se está llevando a cabo en los últimos meses de implementación del proyecto es la elaboración de varios manuales que permitan la sistematización de todas las buenas prácticas y lecciones aprendidas. Entre estos se encuentran:

- **Manual de Desarrollo de Planes de Exportación:** Este manual guiará a los usuarios en la creación de planes de exportación, desde la conceptualización del modelo de negocio exportador hasta su implementación, cubriendo finanzas, marketing, logística, Incoterms y negociación de contratos.
- **Manual de Buenas Prácticas en la Promoción del Comercio Internacional:** Ofrecerá estrategias y guías prácticas para maximizar la participación en ferias comerciales, tanto para organizaciones de apoyo empresarial como para empresas y cooperativas, además de instrucciones para organizar eventos como roadshows y sesiones de cata.
- **Manual de Inteligencia de Mercados:** Proporcionará herramientas para la investigación y análisis de mercados internacionales, ayudando a identificar mercados y nichos, con un enfoque en acuerdos de libre comercio y estrategias para una participación efectiva en ferias comerciales.

Por último, es fundamental garantizar que el acceso a los recursos y capacitaciones esté disponible para todos los miembros de las organizaciones socias. En el caso de asociaciones como la Alianza de Mujeres en Café o IHCAFE, con presencia en diferentes departamentos del país, se observó que las capacitaciones a menudo se replican solo a un grupo limitado. En varios casos, líderes o gerentes de otros departamentos desconocían su participación en el proyecto. Es crucial que estos actores comprendan que pueden solicitar las formaciones a sus propias organizaciones.

## HISTORIA DEL BENEFICIARIO



Donaldo González, gerente general de la empresa asociativa Aruco, ha liderado su evolución en Corquín, Copán. Aruco, fundada hace 18 años con 280 productores, ahora integra a más de 1,000, destacándose por su compromiso con la sostenibilidad ambiental y la mejora de las condiciones de vida de sus miembros.

A través del apoyo del proyecto "Café Inclusivo", Donaldo y su equipo han recibido capacitación en la producción y comercialización de cafés especiales, lo que ha permitido a la cooperativa acceder a nichos de mercado más exclusivos y con mejores precios. "Nos orientaron sobre qué hacer en una feria, cómo presentarnos, cómo dirigirnos y hasta cómo vestirnos", menciona Donaldo, recordando las mejoras que experimentó gracias al "coaching" en exportaciones. "El proyecto nos ha permitido mejorar nuestros procesos y, en consecuencia, nuestras ventas. Llegamos a exportar hasta ocho contenedores de cafés especiales en un solo año", menciona.

Actualmente, Aruco sigue evolucionando. Donaldo enfatiza que, aunque ha sido difícil, la clave del éxito ha sido la unión entre productores. "Al principio, era muy difícil. Ir solos es arriesgado, pero ahora formamos consorcios, lo que nos permite arriesgar menos y avanzar más unidos. Vamos todos en la misma dirección, levantando la bandera de Honduras", concluye Donaldo, agradecido por las alianzas formadas y el respaldo que ha permitido a su empresa ser un ejemplo de crecimiento y sostenibilidad en la región.



**Nombre:** Liliana Sánchez

**Función:** Project Manager, Café Inclusivo

**Correo electrónico:** [liliana.sanchez@swisscontact.org](mailto:liliana.sanchez@swisscontact.org)