



## HISTORIA DE ÉXITO

### Cooperativa crea nueva marca de café y aumenta ventas



Fotografía: Fintrac Inc.

Se preparan bolsas de una onza de café para los vendedores locales

**“Si no hubiéramos aplicado estas prácticas, habría sido difícil obtener el permiso.”**

– Marilena Romero, Gerente de Producción,  
Cooperativa Jucuapense

Situada entre verdes colinas, la Cooperativa Jucuapense tiene la ubicación ideal para procesar el café de las fincas y los beneficios de sus miembros. En la cooperativa se pela, tuesta, muele y embolsa el café, para venderlo luego, como producto acabado, a las tiendas locales. En los últimos años, la Jucuapense tuvo que luchar para que el negocio creciera.

El Programa de Diversificación Agrícola de USAID (USAID-ADP) comenzó a trabajar con esta cooperativa en julio de 2007, habiendo enseñado a sus miembros Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), selección de la mejor materia prima para el tostado, normas de inocuidad de alimentos y técnicas de mercadeo de productos.

Con la implementación de estas prácticas, la Jucuapense obtuvo un permiso sanitario del Ministerio de Salud, que le permitía crear su propia marca de café. Los productos de la cooperativa ahora tienen una marca reconocida, de mayor calidad, que le reditúa precios más altos.

El café de la Jucuapense se vende en 30 tiendas locales bajo el nombre “Café Oro Jucuapense”. La nueva marca y la mejora del producto han aumentado las ventas en un 40 por ciento.

“Si no hubiéramos aplicado estas prácticas, habría sido difícil obtener el permiso”, señala la Gerente de Producción, Marilena Romero. “Nos ha brindado mayor capacidad para la manufactura y el manejo de nuestros productos”.

La demanda, también, aumentó la necesidad de empleos, por lo que la Jucuapense contrató a dos trabajadores adicionales, a tiempo completo, y dos empleados más a tiempo parcial.

“No hemos tenido que despedir personal y, por el contrario, hemos contratado a más empleados” dice Romero. “Y ahora tenemos capacidad para ofrecer más productos”.