

Marcilla Coffee Systems distribuye desde 2008 la gama de café Good Origin, un producto 100% sostenible

## **El consumo mundial de café sostenible ha aumentado un 35% en el último año**

**Según las cifras de UTZ Certified, el consumo de café sostenible se ha incrementado durante la primera mitad de 2010 en un 35% más respecto al año anterior. Esta ONG dirige unos de los mayores programas de certificación de productos agrícolas del mundo, y presentó su proyecto en la pasada edición de la feria Hostelco.**

22/11/2010

En 2010, UTZ va a superar las 100.000 toneladas de café sostenible comercializadas en todo mundo

“Antes la gente emigraba a Estados Unidos. Ahora, nuestra plantación da trabajo estable, hemos mejorado la calidad de nuestro café y tenemos un negocio rentable que podremos dejar en herencia a nuestros hijos” explica Angélica Landaverde, productora de café de Honduras.

Estuvo en Barcelona invitada por [UTZ Certified](#), una ONG que dirige unos de los mayores programas de certificación de productos agrícolas del mundo. La entidad presentó su proyecto en la feria de hostelería **Hostelco**.

El programa de [UTZ Certified](#) no sólo otorga a los productores la certificación sostenible para sus productos agrícolas, sino que además les ofrece formación para que mejoren la gestión de sus fincas, obtengan un café de mejor calidad, utilicen técnicas más eficientes y respetuosas con el medio ambiente y mejoren las condiciones sociales de las comunidades.

**Norma Jiménez**, otra de las productoras que ha visitado Barcelona, explica cómo gracias al programa de certificación han podido “construir una escuela para nuestros hijos, les damos un salario justo a nuestro trabajadores, vivimos en casas de ladrillo y no en cabañas de madera, e incluso, ha mejorado la salud de la población, ya que gestionamos los residuos de forma que no contaminen”.

Ambas confiesan que “los inicios cuestan” y se ha de realizar una inversión inicial para adaptarse a las condiciones del programa, pero los beneficios que se obtienen después son mayores. “En mi finca este año hemos obtenido un 30% más de beneficios que el año anterior”, explica Angelica Landaverde.

Según **Paul Zuiderbeek**, gerente de Desarrollo de Mercados de [UTZ Certified](#), “los productos certificados están ganando volumen en el mercado, tienen mayor calidad y así los productores pueden venderlos a un mejor precio”.

### **Un mercado en aumento**

**Según las cifras de UTZ, el consumo de café sostenible se ha incrementado durante la primera mitad de 2010 en un 35% más respecto al año anterior.**

Una tendencia que cada vez se va fortaleciendo más debido a la preocupación creciente de la población por conocer

**el origen de los productos** que consume y saber que han estado elaborados de forma “responsable”.

Además, las marcas cada vez están adoptando un mayor compromiso por integrar en su negocio valores de sostenibilidad, compromiso social y respecto por el medio ambiente.

Estas cifras reflejan, según [UTZ Certified](#), que durante la primera mitad de este año se han vendido **16.000 toneladas más** que durante el mismo periodo del año pasado.

En 2010, esta ONG va a superar las 100.000 toneladas de café sostenible comercializadas en todo mundo. Más de 95.000 productores alrededor del mundo se han adherido al programa de certificación de la ONG desde 2002.

[UTZ Certified](#) trabaja en más de 20 países en todo el mundo. Brasil es el mayor proveedor de café dentro del programa de sostenibilidad, con un 34% de las ventas, seguido de Vietnam, Honduras, Colombia y Guatemala.

### **Good Origin, café 100% sostenible**

[Marcilla Coffee Systems](#), división de hostelería de la multinacional **Sara Lee**, distribuye desde 2008 la gama de café [Good Origin](#), un producto 100% sostenible.

Elaborado a partir de los mejores granos de café, [Good Origin](#) ofrece un producto de una gran calidad e intenso sabor, que además aporta la garantía de un proceso de elaboración y producción que mejora las condiciones de vida de los agricultores, preocupándose por el bienestar de las comunidades y respetando el medio ambiente.

[Good Origin](#) incorpora un sistema de rastreo totalmente innovador, que permite al consumidor conocer el origen del café que está tomando y todo el recorrido hasta que llega a la taza.

Simplemente se trata de introducir en la web de [Good Origin](#) la fecha de caducidad del envase para que el sistema conduzca al consumidor exactamente dónde se ha producido el café.

La multinacional Sara Lee mantiene un acuerdo global con UTZ Certified para adquirir productos 100% sostenibles que comercializa a través de sus marcas. Hasta la fecha la compañía adquiere a la ONG café y té procedentes de su programa de certificación sostenible.

En 2009, **Sara Lee** amplió su liderazgo como principal comprador mundial de café [UTZ Certified](#) superando las 26.500 toneladas, y tiene previsto cumplir a finales de 2010 con el objetivo de **adquirir un 33% más** que en el ejercicio anterior.

[Marcilla Coffee Systems](#) desarrolla y comercializa productos y sistemas únicos de café, té y edulcorantes para el mercado profesional. Sus principales marcas son **Marcilla, Hornimans y Natreen**. Además, la firma ha alcanzado el liderazgo en el segmento hotelero en el servicio de café gracias a su sistema exclusivo de café líquido Cafitesse.

[http://www.infohoreco.es/noticias/detalle\\_noticia/-/asset\\_publisher/O6cV/content/el-consumo-mundial-de-cafe-sostenible-ha-aumentado-un-35-en-el-ultimo-ano](http://www.infohoreco.es/noticias/detalle_noticia/-/asset_publisher/O6cV/content/el-consumo-mundial-de-cafe-sostenible-ha-aumentado-un-35-en-el-ultimo-ano)