

# sinapsis

¡LA UNIÓN Y EL TRABAJO JUNTOS!

## NOTAS MENSUALES



**modelo Sinapsis** Tercer Aniversario de las  
Notas Sinapsis | La lucha por  
la narrativa  
Hoy celebramos 36  
publicaciones mensuales que  
han ido construyendo nuestro  
propio marco interpretativo.  
\_\_\_\_\_ **P. 02**

**Comercialización** Beneficio Seco Chichimá  
En la cadena productiva  
del café, existe una etapa  
muy importante que es el  
beneficio seco del café.  
\_\_\_\_\_ **P. 04**

**Financiamiento** El futuro para el financiamiento  
de proyectos de desarrollo  
En las montañas cafetaleras de  
Chiapas, la llamada "crisis de la  
cooperación internacional" no  
es una nota diplomática ni una  
gráfica.  
\_\_\_\_\_ **P. 07**



**Empoderamiento** Un buen año para el café, un  
gran reto para la cooperación:  
Nuestra respuesta estratégica  
Para las y los productores de café,  
la organización no es un concepto  
abstracto, sino una práctica  
cotidiana que nace en el núcleo  
familiar.  
\_\_\_\_\_ **P. 10**

**Entorno Sinapsis** Café Sinapsis en 2025  
Este primer año de lanzamiento  
ha sido intenso, retador y  
profundamente significativo para  
nosotros como marca emergente  
de café tostado y molido.  
\_\_\_\_\_ **P. 14**

# MODELO SINAPSIS

## Tercer Aniversario de las Notas Sinapsis | La lucha por la narrativa



Manel Modelo

Cofundador modelo Sinapsis

Hace tres años tomamos la decisión de iniciar con la publicación de las Notas Mensuales del modelo Sinapsis. La razón principal que nos motivó a hacerlo fue la constatación de que habíamos sido víctimas de un panfleto – un libelo difamatorio de carácter agresivo – que tuvo consecuencias dramáticas para nuestra joven iniciativa. En su momento nos preguntamos cómo era posible que las mentiras triunfaran de una forma tan veloz y simplista. Y vivimos con frustración la constatación del dicho: “Es más fácil engañar a alguien que demostrarle que ha sido engañado” (atribuído Mark Twin).

En pocas palabras: Fuimos dañados por una narrativa tóxica aderezada con la desinformación y una serie de prejuicios simplistas. Pero lo que hoy estamos celebrando no es el hito de ese ataque malintencionado y exitoso; sino las lecciones que nos dejó y una de las estrategias centrales que implementamos a raíz de incidente: mejorar nuestra narrativa como modelo Sinapsis desde la convicción de que esto fortalece la construcción una realidad compartida con nuestros aliados (donantes, financiadores y compradores; principalmente).

Hoy celebramos 36 publicaciones mensuales que han ido construyendo nuestro propio marco interpretativo. Y en ese proceso, inicialmente improvisado y experimental, hemos ido definiendo el carácter y estilo de una publicación polifónica, íntima y grupal. De las primeras publicaciones, con un autor único cubriendo todas las secciones, hemos pasado una gran diversidad de participantes con enfoques particulares. En esta primera etapa nos hemos dado el lujo de informar y crear contenidos no tanto desde la “línea editorial” sino desde un escaparate artesanal que incluye reflexiones, lo que hacemos y lo que logramos. Y todo ellos desde la inclusión y la apropiación del equipo. De hecho, para algunos compañeros, ha sido una experiencia para mejorar sus capacidades narrativas y para superar el síndrome de “la página en blanco”.

Visto en perspectiva, es un buen momento para reconocer que hemos pasado de la lucha por la narrativa a la conformación de nuestra identidad como modelo de trabajo. En ese compartir hacia fuera, nos hemos ido definiendo hacia dentro. Las Notas han sido un diálogo fecundo en ese

## Notas Mensuales Sinapsis 1, 13 y 25

NÚMERO 01 NOTAS MENSUALES ENERO 2023

**sinapsis**  
ILA UNIÓN Y EL TRABAJO JUNTOS!

**ACTUALIZACIÓN DEL MODELO SINAPSIS**

spués de un mal contapado que había que pasar, hemos atesorado los aprendizajes que nos deja la secha 2021-2022 y aprovechado todas las oportunidades de cualquier proceso de crisis y cambio rá mo resultado, definimos nuestra visión en el programa Sinapsis 2030 y su anexo Sinapsis 2.0. is son las ideas de este realineamiento:

**1**

nos sentido en carne propia el desespero ante las aultades y experimentado la necesidad de alcernos desde la base, empoderando a líderes y ductores y reconstruyendo ese tejido social, unizacional y solidario que nos permita hacer er nuestros ahorros y superar la tremenda endencia financiera en la que estamos. "Debemos ir unidos y hacerlo con nuestras manos", es el vo lema.

**2**

efrasando a Bill Clinton y adaptando su famosa e: "No es la comercialización, idiotas!" hemos cluido que la estrategia comercial como motor de arrollo nos lleva a un callejón sin salida. Cualquier perativa joven caerá en "la trampa del nciamiento" y de vuelta a empezar. El camino de cademas de valor no está demostrando agregar ho valor, al menos en este extremo. Porque lo que era valor es el capital financiero y no el trabajo sano. Y de capital tenemos poco, pero somos hos, así que trasgaremos la senda más larga y a pero consistente con la realidad: hay que rrar e invertir en la productividad de las parcelas. orma que le damos la vuelta a la estrategia y emos los servicios financieros como motor de errollo. Comercializaremos el café financiado a ductores y cooperativas.

**3**

De forma que el nuevo círculo virtuoso del mod Sinapsis queda definido: Buscamos inversiones financiamiento para aumentar la productividad rentabilidad de los productores (y sus cooperati lo cual aumentará los ahorros individuales así c los niveles de capitalización de esas cooperati además el cambio sistémico se producirá a med que los productores y líderes se empoderen y a cooperativas operen de forma competitiva.

NOTAS MENSUALES Número 13 enero 2024

**sinapsis**  
ILA UNIÓN Y EL TRABAJO JUNTOS!

**MODELO SINAPSIS**

**"Vivimos en el más maravilloso mundo posible"**

Marcel Modelo | Co-Fundador modelo Sinapsis

"¿Y Qué es el optimismo? - dijo Cicamondo.

"¡Ah! - respondió Cándido - es la mente de sustentar que todo está bien cuando está solo muy mal."

El diálogo corresponde a la obra del filósofo francés, François Marie Arnaud, más conocido como Voltaire, titulada "Cándido o el optimismo" escrita en 1759. Este cuento filosófico cuenta la historia del joven Cándido, a quien su maestro Pangloss se encarga de enseñar que el optimismo debe dirigir nuestras vidas, pues todos nacimos en el más maravilloso mundo posible. Luego, como era de esperar, Cándido descubre en sus propias carnes que ni el optimismo guía el mundo, ni éste es precisamente maravilloso. El optimismo obsesivo, fobos y rasura.

Empezamos un nuevo año y, sin embargo, sigo levantándome de madrugada para investigar más sobre esos temas que me obsesionan y luego comparto con sentimientos encontrados - en estas Notas Mensuales. De las cuales, por cierto, cediendo que hemos cumplido un ciclo anual de 12 Notas (¿puntual?) y que el 50% de nuestra audiencia sigue interesándose por algunos contenidos. Ese 50%, es la imagen estadística perfecta del "vago medio lleno o medio vacío"; de forma que sigue siendo la metáfora de referencia de mis disquisiciones matutinas. Es por ello que expi leyendo y aprendiendo sobre el optimismo y su relación apuesto, con la curiosidad de quien vive en carnes propias la necesidad de adquirir no sólo los argumentos de la razón, la comprensión del entorno y los cálculos probabilísticos de rigor; sino la actitud necesaria que realimente la conclusión de lo que muchos filósofos, psicólogos, artistas y gente común han observado y demostrado anteriormente: "Los optimistas parecen vivir más".

Recordando el momento exacto adonde apareció la duda, que a final de cuentas es la semilla del conocimiento y la experiencia real. Fue con la primera versión de mi Nota anterior (Diciembre 2023) la cual fue duramente cerreada por cierto tufito pesimista. A final de cuentas, ningún pesimista ha descubierto el secreto de las estrellas, ni ha navegado por mares desconocidos, ni ha abierto una nueva puerta al espíritu humano. (Helen Keller). Y rescindi la situación sacandome de la chistera el concepto "optimismo irracional", lo cual pareciera más un recurso literario y juguetón para seguir insistiendo de forma burlesca, cual Voltaire encendido de ira, sobre el tema.

Y resulta que aunque me siento perdido en la búsqueda, no estoy tan sólo. Hace unos días supe de este otro "optimismo ciego" que aparece como síntoma en las sociedades neoliberales y que podría traducirse en la imagen del burro persiguiendo a una zanahoria inalcanzable. Algunos dicen que el burro avanza y hace ejercicio y otros que, además de cansarse y perder el tiempo, jamás saboreará la zanahoria.

Núm. 25 / Ene 25

**sinapsis**  
ILA UNIÓN Y EL TRABAJO JUNTOS!

**NOTAS MENSUALES**



**Objetivos 2024-2025**

Con los niveles de precio actuales, se evidencia la importancia de anticiparse a la gestión de financiamiento.  
P. 04

**Objetivos 2024-2025**

En este nuevo ciclo 2024-2025, se busca duplicar la cartera productiva a nivel regional.  
P. 06

**Indicadores y Metas La Red+ 2024-2025**

(¿Registrar o Desistir?)  
(¿Quién pagará las consecuencias por las palabras empelilladas ante las familias campesinas e indígenas?)  
P. 09

**modelo Sinapsis**

**Iniciamos una nueva era global de incertidumbre**

Escrito esta primera Nota del 2023 después de menos de una semana de la toma de posesión de Donald Trump y ya me he saturado de información y opiniones al respecto.  
P. 01

Imágenes: Tomadas de archivo Notas Mensuales Sinapsis

Yo-Tú personal e institucional que han cumplido una primera etapa inocente, lúdica y espontánea.

El equipo crece, las diferentes opiniones y perspectivas se van manifestando y la conversación interna mejora a medida que plasmamos digitalmente lo que somos. A nivel interno, las Notas son un foro periódico para reconocernos. Pero... ¿y la comunicación con nuestros destinatarios? ¿Estamos logrando el objetivo de informar? ¿Estamos captando su atención? ¿Deberíamos modificar el formato de las Notas a los nuevos tiempos? ¿Tiene sentido mandar largos textos en la era de Tic-Toc o Instagram donde nos estamos habituando a esrolear y consumir mensajes fugaces que capten nuestra atención?

Cerramos un 2025 complejo y difícil. Bien parece que el mundo ha dado un giro radical y no precisamente a mejor. Y en ese contexto de intensos y profundos cambios también debemos mejorar la forma en que analizamos y compartimos nuestro quehacer diario. A nivel narrativo, cada vez hay más opiniones pero menos diálogo.

No obstante, nuestra conversación seguirá abierta y presente.





# COMERCIALIZACIÓN



## Beneficio seco de café Chichimá

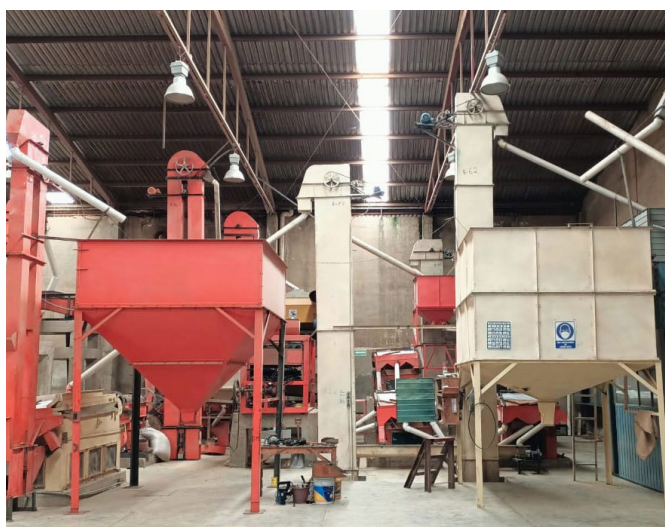
Juan Carlos Espinosa

Director exportaciones de impacto transformador

En la cadena productiva del café, existe una etapa muy importante que es el beneficio seco del café. Su importancia radica (ver gráfico 1), en que es una de las etapas donde también se tienen que cuidar varios aspectos como:

- ② Aprovechamiento del producto. El aprovechamiento de la materia prima define también la oportunidad para el productor de obtener un mejor precio por su producto. Esto se cuida desde la recepción o acopio del café y puede variar dependiendo de la región productora y del manejo de los procesos. La calibración de la maquinaria y equipo, juegan un papel importante.
- ② La inocuidad del producto. Evitar que el producto pueda causar daño a la salud del consumidor, eliminando riesgos de contaminación por agentes químicos, físicos y biológicos.
- ② La calidad. Cumplir con los parámetros especificados bajo contrato por parte del comprador y vendedor. Todo lo anterior se puede lograr mediante un equipo de trabajo profesional, con

experiencia y comprometido con los objetivos del modelo, así como también de procesos claros que sean trazables de principio a fin (ver gráfico 2).



Imágenes: Archivo Sinapsis



Imagen 1: Folleto sobre servicios Beneficio Chichimá

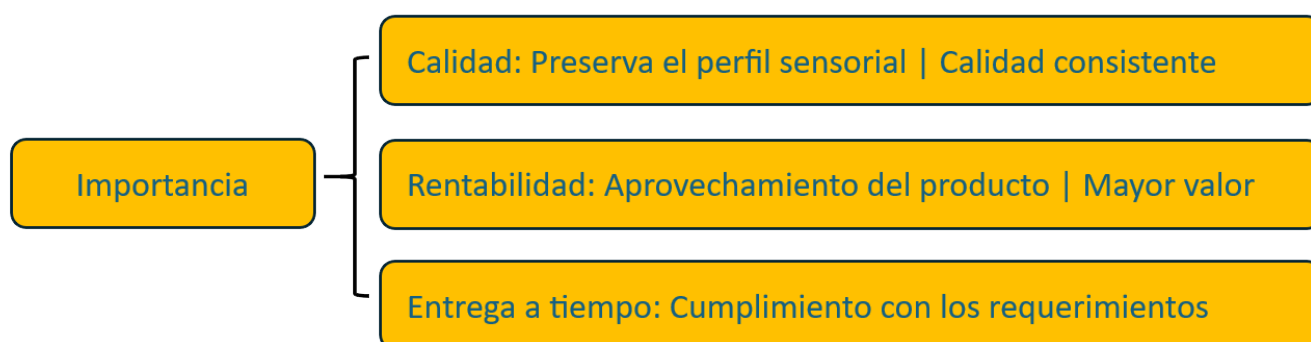


Gráfico 1: Importancia del beneficiado



Gráfico 2: Procesos del beneficiado



Imagen: Archivo Sinapsis

Como ya se ha dado a conocer en alguna nota anterior, a partir de la cosecha 2025-2026 **impacto transformador** tendrá bajo su responsabilidad el manejo del “Beneficio seco Chichimá”, ubicado en la ciudad de Comitán, teniendo como objetivo principal el mejor aprovechamiento del producto, la rentabilidad y la entrega a tiempo.

Somos una empresa B certificada y estaremos también brindando servicios a cooperativas y grupos de productores de café, para aumentar el retorno económico, ambiental, social e inspiracional de su actividad (ver imagen 1). Nuestros servicios son: Acopio, almacenamiento, financiamiento, comercialización, maquila, logística de exportación y capacitaciones sobre control de calidad.

Tenemos como meta principal para esta cosecha, la maquila de +50 lotes de café, entre la cooperativa Café Alma de Chiapas, cooperativas aliadas y grupos de trabajo, esto para lograr la rentabilidad del proyecto.

Actualmente estamos concluyendo con el mantenimiento y equipamiento del beneficio seco, para tenerlo listo para su operación.





# FINANCIAMIENTO

## El futuro para el financiamiento de proyectos de desarrollo

Miriam López

Procuración de fondos de impacto café



En las montañas cafetaleras de Chiapas, la llamada “crisis de la cooperación internacional” no es una nota diplomática ni una gráfica. Aquí, es una grieta que se abre en el piso donde caminan diariamente miles de familias productoras. Es un silencio que pesa. Un correo que no llega. Un proyecto que se suspende sin explicación. Una esperanza que se vuelve trámite.

Porque sí: desde febrero de 2025 hemos aplicado a 24 convocatorias internacionales y nacionales y no hemos obtenido una sola propuesta exitosa. No por falta de mérito, impacto o claridad estratégica, sino porque el mundo está girando hacia otro lado o más específicamente, hacia la derecha sin derechos.

Mientras tanto, nuestros aliados, pocos, valiosos e indispensables, siguen aquí. Y entonces aparece la pregunta que todas las organizaciones del Sur Global están formulando, aunque pocas se atreven a decir en voz alta: ¿Cómo recuperar un presupuesto que debería existir pero que hoy es casi imposible financiar en convocatorias donde competimos con cientos, a veces miles, de organizaciones por un recurso que se evapora entre recortes, guerras y agendas ajenas al territorio?

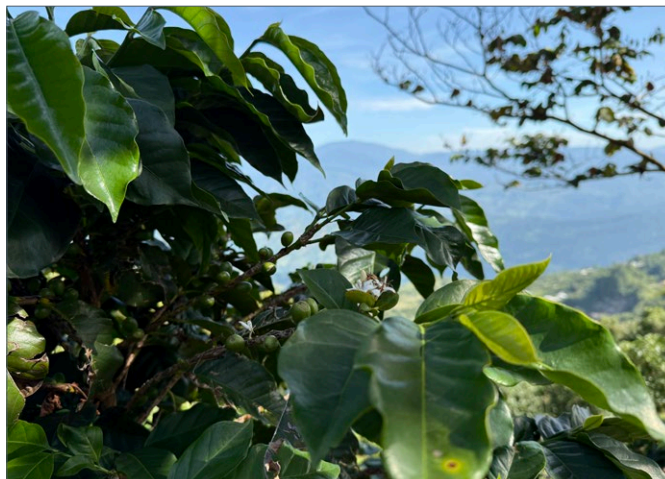


Imagen: De archivo Sinapsis

Para mantener la operación mínima de impacto café, no para crecer, no para expandirnos, solo para no apagar la luz, necesitamos al menos siete millones de pesos. Siete millones para seguir sosteniendo créditos comunitarios, asistencia técnica, modelos de ahorro, formación de mujeres productoras, procesos de liderazgo juvenil, y la estructura humana que acompaña todo eso.

### El problema no es solo nuestro. Es sistémico.

La “crisis de cooperación” que hoy nos atraviesa no es una caída temporal de fondos: es un reordenamiento político de quién decide, con qué criterios y con qué horizontes. La administración

de Trump, bajo el lema *America First*, convirtió la ayuda en moneda de intercambio para asegurar fronteras, no para acompañar procesos de transformación. La Unión Europea siguió el mismo camino: menos ayuda como transferencia redistributiva, más ayuda como mecanismo de control migratorio, climático y de seguridad.

El [Atlantic Council](#) lo expresó sin diplomacia: la ayuda exterior se está volviendo transaccional, centrada en comercio e inversiones estratégicas, no en pobreza, ni en justicia, ni en cambio sistémico. Este estudio de 2025 confirma que: cada peso que llega a México está condicionado a externalizar la frontera estadounidense, reforzando detención y deportación (Yin, 2025). Es decir: la cooperación se usa para detener cuerpos, no para sostener vidas.

Entonces, para un país como México, la pregunta no es “¿cuánto dinero se perdió?”, sino ¿bajo qué condiciones llega lo poco que queda y a qué agenda obedece?

Y la respuesta es dura: llega condicionado a seguridad, control migratorio y estabilidad geopolítica, desplazando temas como agricultura regenerativa, soberanía económica o transformación de sistemas productivos.

El Sur sostiene la riqueza del Norte, y el Norte devuelve algo que nunca compensa el despojo estructural.

En este entramado, la “crisis de cooperación” no es solo falta de dinero: es una crisis de poder de quién define las agendas, de quién interpreta las necesidades, de quién sostiene los ritmos del territorio y quién los desestabiliza.

Por eso **Impacto café** insiste en otra lógica: que la transformación venga desde adentro del territorio, no desde agendas externas; que los recursos públicos, privados, filantrópicos o comerciales se alineen con la visión de las productoras y productores, no al revés. Que las cadenas de valor no sean solo instrumentos de



Imagen: Tomada de [www.lampadia.com](http://www.lampadia.com)



mercado, sino herramientas de redistribución, dignidad y autonomía. Porque si algo nos enseñan estas montañas es que el café es más fuerte cuando nace desde la organización, no desde la dependencia. Que debemos diseñar mecanismos alternativos: fondos comunitarios, inversión local, alianzas comerciales éticas, coinversión con empresas sociales, aportaciones recurrentes de consumidores conscientes, modelos híbridos que unan café, tierra, crédito, dignidad. Que lo que está en juego no es un presupuesto: es la capacidad de un territorio para decidir su futuro.

Y que, aunque el mundo cierre puertas, nosotras y nosotros, junto con las productoras y productores, los jóvenes, las cooperativas y los aliados que siguen apostando y creyendo en nuestra labor, seguiremos abriendo caminos.



Imagen: De archivo Sinapsis



# EMPODERAMIENTO



## La organización del productor, clave para el acceso a mercados diferenciados

Pedro Pablo Ramos  
Director impacto café

**De la célula a los sistemas vivos: organizarse para sostener la vida.**

En la naturaleza, la unidad básica de la vida es la célula. A partir de ella se forman tejidos, órganos y sistemas interconectados capaces de sostener, reproducir y adaptar la vida frente a los cambios del entorno. Esta lógica también se expresa en la vida social y productiva de los pueblos: cuando las personas se organizan, crean estructuras vivas que les permiten resistir, aprender y transformarse. Desde las ciencias sociales, la organización se entiende como un proceso de acción colectiva mediante

el cual las personas coordinan reglas, recursos y decisiones para alcanzar objetivos comunes que no podrían lograrse de manera individual. En contextos rurales, esta acción colectiva es clave para sostener los medios de vida, manejar bienes comunes y fortalecer la capacidad de adaptación frente a la incertidumbre (Ostrom, 1990; Chambers, 2005).

Para las y los productores de café, la organización no es un concepto abstracto, sino una práctica cotidiana que nace en el núcleo familiar, se arraiga en la comunidad y se proyecta hacia formas más complejas de articulación colectiva. Así, desde los grupos familiares o linajes, pasando por los grupos comunitarios y las cooperativas productivas, hasta las confederaciones de cooperativas, la organización se convierte en una estrategia vital para enfrentar los retos económicos, sociales y ambientales de nuestro tiempo.

Desde impacto café, reconocemos la importancia de organizarnos. Primeramente a través de los productores como células y posterior a ello, la organización de células para formar La Red+, nuestro programa-estrategia, que nos permite ir fortaleciéndonos, creciendo y crear nuevas



Imagen: Tomada de archivo Sinapsis



formas de inventarnos para hacer sinapsis en un entorno caótico, con fluctuaciones cambiante a un ritmo acelerado y con retos presupuestales por los cambios en el contexto de la cooperación internacional, unidos por una mejor calidad de vida de las familias.

### Organizar la tierra, el trabajo y el futuro.

La producción de café implica decisiones constantes sobre el uso de la tierra, la distribución del trabajo, el cuidado de los bienes naturales y la generación de ingresos. Cuando estas decisiones se toman de manera individual, las capacidades de respuesta suelen ser limitadas. En cambio, cuando se construyen de forma colectiva, se amplía el horizonte de posibilidades.

La organización permite a las familias productoras:

- Generar ingresos más estables y dignos.
- Cuidar la madre tierra mediante prácticas productivas sostenibles.
- Compartir aprendizajes, innovaciones y saberes locales.
- Construir capacidades para adaptarse a crisis climáticas, económicas y sociales.

En este sentido, las cooperativas no son únicamente estructuras administrativas; son espacios de encuentro, de toma colectiva de decisiones y de construcción de futuro compartido. Desde una perspectiva académica, las cooperativas se definen como empresas sociales basadas en la propiedad colectiva y la gestión democrática, cuya finalidad es satisfacer necesidades económicas, sociales y culturales de sus miembros, más allá de la maximización de la ganancia individual (International Cooperative Alliance, 2015). En el ámbito rural, estas formas organizativas fortalecen el poder de negociación de los pequeños productores y facilitan procesos de aprendizaje colectivo e innovación territorial (Long y van der Ploeg, 2014).

### El cooperativismo como sistema resiliente: aprendizajes desde CLAC.

Un ejemplo claro de esta lógica de sistemas vivos lo ofrece la experiencia documentada por la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC), en conjunto con la CEPAL. El estudio "Cooperativas Latinoamericanas de Comercio Justo: Historias de Resiliencia



Tabla 1: Hecha por el autor



y Sostenibilidad” analiza la trayectoria de cooperativas con más de 30 años de existencia en América Latina y confirma la vigencia del modelo cooperativo como herramienta de resiliencia y desarrollo sostenible.

Las cooperativas estudiadas —ASPROCAFÉ (Colombia), CONACADO (República Dominicana), COOMAP (Brasil) y COOPEVICTORIA (Costa Rica)— han enfrentado crisis económicas, legales y financieras, y han logrado sostenerse gracias a patrones compartidos de organización: gobernanza democrática, sostenibilidad financiera, innovación, inclusión social y acción climática.

Uno de los principales aportes del cooperativismo, como señala el estudio, es su capacidad para equilibrar de manera consciente lo económico, lo social y lo ambiental. Este enfoque se vincula directamente con el concepto de resiliencia, entendido como la capacidad de los sistemas sociales y productivos para absorber crisis, adaptarse a los cambios y transformarse sin perder sus funciones esenciales. Diversos autores señalan que las organizaciones colectivas, como las cooperativas, actúan como infraestructuras sociales de resiliencia al permitir respuestas coordinadas frente a crisis económicas, climáticas y sociales (Folke et al., 2010; Berkes y Ross, 2013). Este equilibrio no ocurre de forma espontánea: es el resultado de procesos organizativos sólidos, de la participación activa de sus miembros y de una visión de largo plazo anclada en el territorio.

### Organización para acceder a mercados diferenciados.

El acceso a mercados diferenciados —como el Comercio Justo— no depende únicamente de la calidad del producto, sino de la fortaleza de las organizaciones que lo sostienen. La

diversificación de ingresos, el fortalecimiento de sistemas de trazabilidad y la mejora en la gestión interna han sido estrategias clave para reducir vulnerabilidades y responder a factores externos como la volatilidad de precios o los cambios regulatorios.

En este proceso, la certificación de comercio justo y el acompañamiento de redes como CLAC han jugado un papel fundamental para fortalecer las estructuras organizativas, impulsar políticas sostenibles y abrir oportunidades comerciales más justas para las familias productoras.

Las experiencias de las cooperativas latinoamericanas muestran que la organización es, ante todo, una práctica de acompañamiento mutuo. Así como las células se comunican entre sí para mantener vivo a un organismo, las organizaciones de productores necesitan tejer redes de confianza, solidaridad y aprendizaje colectivo.

En un contexto marcado por el cambio climático, la presión sobre los precios y la transformación de los mercados, organizarse no es una opción secundaria: es una condición para la permanencia. Las cooperativas se convierten así en espacios de democracia económica, de



Imagen: Tomada de archivo Sinapsis

esperanza y de construcción de alternativas frente a la desigualdad.

La organización del productor es clave para acceder a mercados diferenciados porque permite pasar de la supervivencia individual a la sostenibilidad colectiva. Desde la célula familiar hasta las redes regionales, cada nivel de organización fortalece la capacidad de resistir, adaptarse y transformar la realidad.

Si nos aliamos, si nos organizamos y si trabajamos juntos, los frutos, los logros y las mejoras pueden compartirse. La organización colectiva permite construir una justicia que va más allá de lo individual y se expresa en el fortalecimiento del bien común, en territorios más vivos y en

comunidades con mayor capacidad de decidir su propio futuro.

Desde el equipo de **impacto Café** agradecemos profundamente que hagas comunidad con nosotros. En estas fechas de cierre de ciclo y nuevos propósitos, te deseamos momentos para recargar energía desde el cuidado, el amor y la reflexión colectiva. Te invitamos a que sigamos caminando juntos, empujando la construcción de un mejor lugar para todas y todos, y en especial para las familias cafetaleras.

Que el 2026 nos encuentre organizados, solidarios y comprometidos con un futuro más justo y sostenible.



## Referencias

- Berkes, F., & Ross, H.* (2013). Community resilience: Toward an integrated approach. *Society & Natural Resources*, 26(1), 5–20.
- Chambers, R.* (2005). *Ideas for Development*. Earthscan.
- Folke, C., Carpenter, S. R., Walker, B., Scheffer, M., Chapin, T., & Rockström, J.* (2010). Resilience thinking: Integrating resilience, adaptability and transformability. *Ecology and Society*, 15(4).
- International Cooperative Alliance (ICA). (2015). *Cooperative identity, values and principles*.
- Long, N., & van der Ploeg, J. D.* (2014). Heterogeneity, actor agency and rural development. En *Rural Development and the Construction of New Markets*. Routledge.
- Ostrom, E.* (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press.

# ENTORNO SINAPSIS

## Café Sinapsis en 2025

Cavek López  
Control de calidad - impacto transformador



Este primer año de lanzamiento ha sido intenso, retador y profundamente significativo para nosotros como marca emergente de café tostado y molido. Detrás de cada kilo que salió de nuestro expendio, hubieron decisiones, trabajo honesto, aprendizaje constante y, sobre todo, una comunidad que confía en lo que hacemos.

Cuando iniciamos este camino, teníamos algo muy claro: no queríamos ser solo otra marca de café tostado y molido. Queremos ser una referencia, una experiencia reconocible desde el primer aroma de café recién molido, una marca que conecte con las personas incluso antes de abrir el empaque; con esa idea ambiciosa este año logramos algo muy valioso, trabajamos en cada punto de contacto: en el origen del café, el tueste, el mensaje, el diseño, la voz y la experiencia del cliente.

Café Sinapsis nace como fruto del proyecto de La semilla al corazón, una suma de esfuerzos compartidos entre cuatro organizaciones que tienen un fuerte compromiso con el desarrollo rural en Chiapas (Grupo de Acción Territorial, Hand Made To Market, modelo Sinapsis y YAXALUM), esta alianza representa una oportunidad, de contar nuestra historia en nuevos espacios, de adaptar nuestra propuesta a distintos públicos y de posicionar nuestra marca con solidez y credibilidad, estamos convencidos de que juntos, el café sabe mejor y llega más lejos.

Desesosos de construir una marca sólida y posicionarla en un mercado que exige innovación, este año lanzamos una nueva línea de Café Sinapsis producida exclusivamente por mujeres en Los Altos y Chicomuselo, Chiapas, "Café Bromelias" un lote de especialidad y el



Imagen: Archivo fotográfico Sinapsis





Imagen: Archivo fotográfico Sinapsis

primero en concursar en Taza de Excelencia 2025, colocándose en las rondas finales de este certamen de calidad. Este año priorizamos el fomento de las conexiones, participando en macro eventos como el Sembrando Alianzas en donde presentamos por primera vez la marca, y eventos culturales y alusivos al café, como en el Women Powered Coffee Summit celebrado por primera vez en Chiapas, en la 6ta edición del Festival de Cine en Chiapas Ocoté Miradas Encendidas, o en el Foro económico Semillas del Futuro Agroindustria Chiapaneca, por mencionar algunos. Además conseguimos colaboraciones con empresas y restaurantes locales dispuestos a vender nuestro café en sus locales compartiendo la idea de que el buen café no es solo un producto, es una experiencia, una cultura y una responsabilidad compartida.

Este año también culminamos la asesoría y acompañamiento profesional del programa Orígenes Digital, una mentoría especializada en fortalecer nuestros procesos comerciales y de comunicación y que gracias a ello hemos logrado campañas publicitarias más eficientes y optimizadas. Además nos enfocamos en desarrollar actividades con mayor intención a la escalabilidad del negocio: mejoramos procesos internos y operativos diseñados para apoyar el crecimiento sin comprometer la calidad;

trabajamos en la optimización de la logística, la ampliación de la visibilidad de la marca con una tienda en línea, Y en alianzas significativas de distribución mayorista en la Ciudad de México y Guadalajara.

Nuestro lanzamiento de una nueva marca de café orgánico tostado tiene una propuesta clara: calidad, consistencia y escalabilidad. Nuestro catálogo está diseñado en cuatro gamas/perfiles principales, pensadas para distintos canales y tipos de consumidor, pero con un mismo y riguroso control de calidad y trazabilidad:

- ① **Mezcla de la Casa:** café balanceado y accesible, ideal para consumo diario y alto volumen, el favorito para refil y al cual me gusta llamarlo “de batalla” combina la ecuación precio y sabor.
- ① **Mezcla Típica:** Perfiles más definidos, mayor complejidad, perfecta para cafeterías y clientes que buscan dar un paso más en la calidad.
- ① **Origen Los Altos:** Cafés de origen principalmente de La Región de los Altos de Chiapas, microlotes, fermentaciones experimentales, perfiles diferenciados y sobresalientes.
- ① **Bromelias:** Nuestro lanzamiento estrella, una invitación a imaginar otro futuro para las mujeres del café, perfiles de especialidad que construyen comunidad.

Si bien el mayor volumen que comercializamos bajo la marca es de café verde, hemos conseguido un crecimiento importante en nuestras ventas de tostado y molido (ver tabla 1):

Etiquetas de fila	Kilogramos
<b>T&amp;M</b>	<b>-1,147.45</b>
Bromelias	-87.25
Mezcla de la casa	-529.65
Mezcla Típica	-338.25
Origen Los Altos	-192.30
<b>Verde</b>	<b>-29,349.75</b>
Bromelias	-12.00
Mezcla de la casa	-17,998.50
Mezcla Típica	-3,185.00
Origen Los Altos	-8,154.25
<b>Total general</b>	<b>-30,497.20</b>

Tabla 1: Ventas Café Sinapsis. Hecha por autor

Este año fue clave para definir quiénes somos y cómo queremos ser recordados, me atrevo a decir que estuvimos presentes en la mente y en la preferencia de nuestras y nuestros consumidores. Hoy nuestra marca no solo se reconoce, se elige. Y eso es resultado de una estrategia clara, decisiones valientes y un profundo respeto por las familias que producen el café y por quienes lo consumen y disfrutan. Este primer año de lanzamiento es solo el inicio. Lo que viene es consolidación, expansión y evolución.

Seguiremos innovando, contando mejores historias, elevando la experiencia y manteniendo intacta la esencia que nos trajo hasta aquí; la consistencia de la calidad, podemos sorprender una vez, pero el café de hoy tiene que ser igual de bueno mañana, y eso solo se logra con procesos sólidos y maquinaria propia, es por ello que el próximo año le apostamos a la infraestructura desde la gestión y operación de un beneficio seco hasta una propia planta de tostado, y es que hablar de maquinaria no es hablar solo de fierros o tecnología; es hablar de control, repetibilidad y confianza, no solo estamos pensando en producir más, estamos pensando en producir mejor. Estamos creando las condiciones para escalar sin sacrificar calidad, para abrir nuevos canales

comerciales y para cumplir con estándares que hoy exigen mercados cada vez más profesionales y competitivos.

Hoy quiero tomarme un momento para decir gracias. Gracias de verdad, nada de esto habría sido posible sin nuestras aliadas comerciales, puntos de venta, las familias productoras, amigos y familiares, nuestro equipo de trabajo y, por supuesto, nuestros clientes, que han confiado en una propuesta que va más allá del café. A todas y todos ustedes que creen en nuestro proyecto, en una forma de hacer las cosas bien, con respeto al origen, a la tierra, a las familias campesinas y al momento en que el café llega a su mesa. Y eso, para nosotros, es una enorme responsabilidad que asumimos con orgullo.

Nos motiva saber que nuestro café acompaña sus mañanas, sus jornadas de trabajo, sus charlas, sus pausas y sus rituales diarios. Que se vuelve parte de su rutina y, poco a poco, de su historia. Cerramos este ciclo con gratitud, con los pies en la tierra, con la mano en el corazón y con la mirada puesta en seguir mejorando: en ofrecer un café cada vez más honesto, más consistente y con mayor sentido. Seguiremos apostando por la calidad, por relaciones duraderas y por una comunidad que valora lo bien hecho.

Gracias por elegirnos, por recomendarnos, por volver y por creer. Que este fin de año esté lleno de calma, momentos alegres y café del bueno. Nos vemos el próximo año, con nuevos retos, nuevas metas... y la misma pasión de siempre.

Salud y sigamos haciendo buen café.



# ACTIVIDADES DEL MES

## Actividades de este mes en Sinapsis

>>Tuvimos Taller de control de calidad, procesos de análisis físico, parámetros y rendimientos de café pergamino a Oro <<





>> El equipo Café Sinapsis participó en el Foro económico "Semillas del Futuro, agroindustria Chiapaneca" <<



>> Se hicieron las Asambleas Extraordinarias de Alma de Chiapas y F+ cooperativa en San Cristóbal y Chicomuselo <<





>> Concretamos reuniones semanales del equipo de Café Sinapsis para la coordinación de la campaña navideña; así mismo, este mes se dio a venta de la SOFOM <<

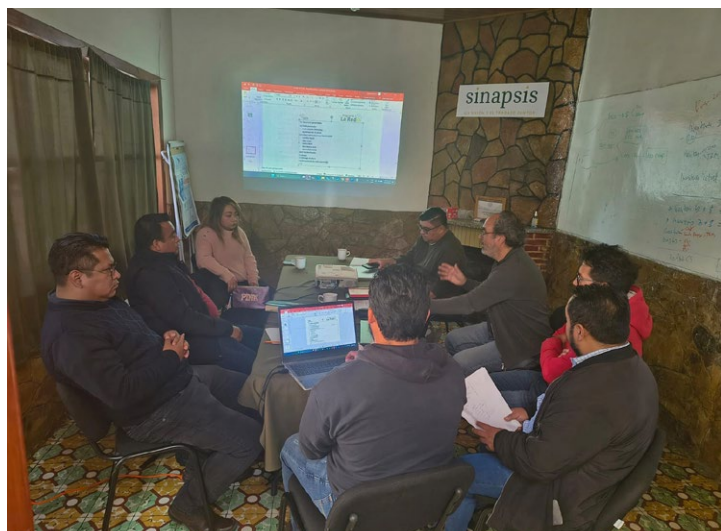


>> Se armaron los Kits de café de nuestra campaña navideña y se han estado enviando a los compradores, puntos de distribución y promoción <<

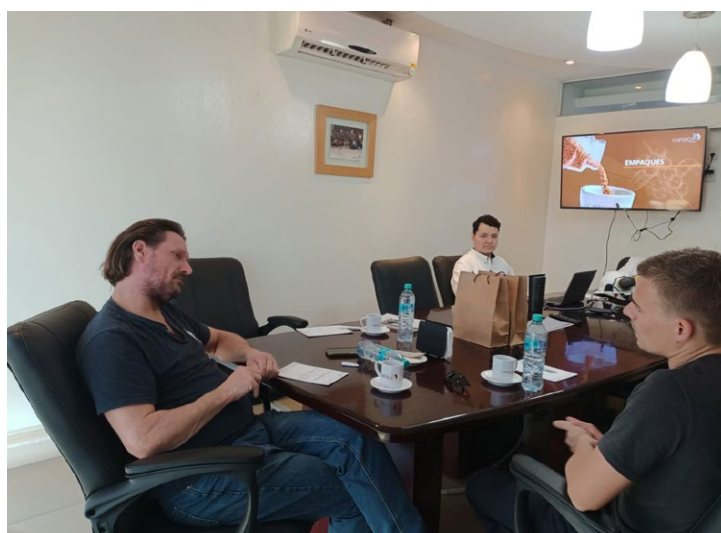




>> Se realizaron reuniones mensuales de La Red+ así como de Equipo Ejecutivo Sinapsis (ESE)<<



>> Nos visitaron desde Francia, gente de Café Dagobert SARL STIF, a quienes acompañamos a una reunión con CAFESCA, así como visitamos la comunidad Monte Sinaí en Chicomuselo para reunirlos con productores socios de AIChis <<





>> Y cerramos el año con la posada de todo el equipo Sinapsis <<



# sinapsis

¡LA UNIÓN Y EL TRABAJO JUNTOS!



## NOTAS MENSUALES

Núm. 36 / Diciembre 25



Síguenos en



[www.sinapsis-rural.org](http://www.sinapsis-rural.org)