

Café Femenino

Experiencias
de mujeres
emprendedoras



Café Femenino

Experiencias de mujeres emprendedoras

Responsable de la sistematización y edición:

Francisco Vizconde Meléndez.

Apoyo en la sistematización:

Leonor Rocha, Isabel Uriarte, Víctor Rojas.

**CENTRO DE INVESTIGACIÓN CAPACITACIÓN ASESORÍA Y
PROMOCIÓN – CICAP**

Calle Manco Capac 725, Urb. San Juan, Telefax 074-231587

Chiclayo - Perú

E_mail: cicap@cicap.org.pe

www.cicap.org.pe

Indice

	Pág.
<i>Introducción</i>	05
<i>Las productoras</i>	09
El comienzo	11
Creciendo como productoras	17
<i>Café Femenino</i>	25
El comienzo	27
Los aliados	35
Central de Cafetaleros del Nor Oriente (CECANOR)	35
Centro de Investigación, Capacitación, Asesoría y Promoción (CICAP)	37
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A. (PROASSA)	39
Organic Products Trading Co. (OPTCO)	41
CORDAID	41
La situación actual de Café Femenino	43
Valoración de Café Femenino	49
Productoras y personas	61
Nuevas expectativas en Café Femenino	71
Los encuentros de productoras de café	77
<i>Aprendizajes: conclusiones</i>	83

Introducción

Es muy probable que quienes busquen una publicación sobre la economía, o agronomía del café no tendrían muchas dificultades para encontrarla. Más aún si es el producto agropecuario más importante de exportación para el país.

Este documento, pese a referirse al café, no contiene en absoluto información sobre su economía o agronomía. Es más que eso. Es un documento que --de algún modo-- recoge las percepciones, los sentimientos, afectos, cambios, de las personas que vienen escribiendo la reciente historia de Café Femenino.

Proponiendo una reflexión sobre la importancia del rol de la mujer en la economía, como un proceso irreversible en los últimos 20 años; más aún, proponiendo una reflexión sobre la relación entre economía y mujer en El Ande del Perú, este texto pretende ser un inicial aporte a partir de las ricas experiencias de las mujeres de productoras de café, que desde el 2004 vienen produciendo café con esta nueva marca denominada Café Femenino.

Sin embargo, es insuficiente la reflexión acerca de la relación entre economía y mujer andino-amazónica.

En los Andes amazónicos, no solo del Perú, forma parte de las tradiciones conservadoras y opuestas al cambio y el desarrollo, la situación de subordinación en la cual vive la mujer andino-amazónica y sobre quien es mayor la carga de responsabilidades sin derechos o muy poco de ellos, la violencia doméstica y, en general, el irrespeto a la dignidad personal por parte de quienes están cerca de ella, de la comunidad y, sobre todo de las distintas instancias del Estado.

En una situación como tal, profundamente retador de una estructura social y cultural jerarquizada por la predominancia masculina, es el conjunto de experiencias de numerosas mujeres productoras de café de los departamentos de San Martín, Amazonas, Cajamarca y Lambayeque, que a partir de la irrupción de la marca Café Femenino, hoy vienen abriendo una vía de valoración y reconocimiento de su dignidad.

Este documento pretende, pues, ser una manera de hablar para hacer escuchar que en las raíces del café hace tiempo se anida el sudor, sentimiento y las expectativas de mujeres productoras. Hoy, con la marca Café Femenino esas raíces son visibles.

El texto comienza con una exposición de las características del comienzo de estas mujeres como productoras de café y cómo ha sido su crecimiento como tales.

Luego, el lector o la lectora encontrará una parte referida a Café Femenino: su comienzo, quiénes son los entes aliados que intervienen en la experiencia de Café Femenino como la Central de Cafetaleros del Nor Oriente (CECANOR), el Centro de Investigación, Capacitación, Asesoría y Promoción (CICAP), la empresa Promotora de la Agricultura Sustentable S.A. (PROASSA), Organic Products Trading Co. (OPTCO) y CORDAID.

En esta misma parte, el documento, expone acerca de cuál es la situación actual de Café Femenino; asimismo, la valoración

recogida sobre esta marca y su experiencia productiva, también la relación entre personas y productoras de café. Dos aspectos interesantes están en esta misma parte: ¿cuáles son las nuevas expectativas que se vienen tejiendo alrededor de Café Femenino? y la importancia de los encuentros de productoras de café.

Finaliza el documento con textos referidos sobre los aprendizajes a modo de conclusiones

Es necesario destacar que buena parte de las ideas escritas en la presente publicación obedecen a la reflexión de varias dirigentas de CECANOR o de algunas de sus bases. La experiencia de Café Femenino es reciente, apenas desde 2004. Por lo tanto, la lectura del texto que se presenta no requiere de una especializada mirada inquisidora; estaríamos faltando a la verdad si calificamos a este documento como el prototipo de recojo e interpretación de una experiencia consolidada.

En las páginas que siguen, encontrarán sí mucho sentimiento, desbordante afectividad y muchas ganas por caminar en la gran vía de las experiencias emprendedoras de producción y mercado, pero con dignidad y derechos.

Las productoras

El comienzo

La producción de café no es extraña a las actuales productoras de Café Femenino. Esta actividad forma parte de su vida personal y familiar. Como es común en las zonas rurales de los Andes Peruanos, aprender produciendo es una de las más eficaces formas de socialización al interior de la familia, primero, y al interior de la comunidad o localidad, también.

Es una socialización que afianza los vínculos entre padres e hijos e hijas, y entre hermanos. La participación en las tareas productivas crea relaciones necesarias para la supervivencia de la familia; los hijos aprenden a respetar al padre en la labor productiva, así como a la madre en la labor doméstica de reproducción familiar. La socialización tiene esos componentes: en la producción y en el ámbito doméstico. De ese modo la familia mantiene una estructura con el padre a la cabeza.

Empecé a trabajar en el café a los seis años. Ayudaba a mis padres que eran productores de café, era en trabajo familiar. (Sabina Hernández Cueva, 08/08/2007).

El comienzo del aprendizaje en las tareas productivas no es un asunto cronológico. No es la edad de la persona la clave decisiva para el inicio de la persona en la actividad productiva del café. Es un asunto de organización social, donde cada integrante de la familia tiene un rol asignado por el hecho de pertenecer a ella; es esto lo fundamental.

*Comencé a los 16 años, ayudando a mi padre.
(Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).*

El inicio en la actividad, por lo tanto, es una decisión de la familia y del padre, en particular. Cuando hay suficiente disposición de mano de obra de trabajo familiar, algunos integrantes se incorporan posteriormente; pero, siempre son parte de un mismo propósito orientado a la supervivencia de la familia.

Tampoco la diferencia de sexo define, al menos en el caso del café, roles exclusivamente para el hombre y otros solo para las mujeres con relación a las tareas directamente productivas. Sin embargo, la participación y el aprendizaje en la producción, no libera a la mujer de su ubicación tradicional en el conjunto de la estructura familiar y social en general.

*Siempre apoyé en las tareas de la cosecha, lavado,
en la preparación de la comida para mi padre y
peones. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).*

En la mayoría de los casos consultados, la mujer no se reconoce como productora siendo integrante de la familia de origen. En tal situación, es sencillamente parte de una familia donde el padre, generalmente, es el productor de café. A ella le corresponde esta calificación cuando asuma ser parte de una nueva familia junto a su esposo o compañero; mientras sigue en el seno de la familia nuclear de origen, no recibe la categoría de productora de café y ella misma considera que no lo es aunque participe directamente en las labores productivas.

*Con ahorros compramos con mi esposo un monte
que después lo hicimos parcela de café y así me
incorporé
como productora al Programa de ASPRO. (Sabina*

Hernández Cueva, 08/08/2007).

En términos sociales, entonces una de las vías más importantes para la adscripción como productora es el hecho de ser parte de una nueva familia y poseer un esposo o compañero. No es una exclusividad a las mujeres que producen café, es una condición muy importante para los aspectos afectivos al que toda mujer tiene derecho; pero, es bien interesante conocer que en el caso del café la condición de productora se adquiere al estar casada o acompañada.

Comencé como productora de café cuando tenía 25 años de edad y ya estaba casada. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

No es el hecho que la mujer olvida sus aprendizajes y socialización cuando era parte de la estructura familiar de origen. Sucede que estos, en algún momento necesariamente se mimetizan en el curso hacia otra situación. El reconocimiento de la condición de productora tiene dos aspectos. De un lado, el reconocimiento en sí misma; en la historia de vida de las actuales productoras de café, esto es sumamente débil, no se reconocen con visibilidad en la historia familiar, siempre su participación fue una ayuda al papá o a la familia. De otro lado, el reconocimiento social que llega por la vía del matrimonio o del acompañamiento o vida de convivencia a los ojos de la comunidad. Un hecho singular de las mujeres productoras de café del Nor Oriente, cuya inserción al mercado exterior no es muy antigua, es precisamente que a partir de su vinculación a la marca Café Femenino les fue más fácil o inmediato reconocerse como productoras.

Yo sabía cómo es producir café antes de entrar a Café Femenino. (Rosaria Guevara Díaz, 29/09/2007).

En otros casos, como si el tiempo no hubiese transcurrido, hoy recuperan el pasado de aprendizajes y socialización productivos como un capital que les permitió tener el mérito y la satisfacción de ser productoras.

2 ASPRO: Asociación de Productores Orgánicos de La Florida (distrito La Florida, provincia San Miguel, región Cajamarca)

3 Actual Secretaria de la Mujer de CECANOR

Tengo 20 años como productora de café en la parcela de la familia. (Gladis Chuquillanqui Sembrera, 29/09/2007).

Tengo muchos años, muchos, produciendo café. (María Emilia Cabrera Mejía, 29/09/2007).

Cuando descubren que hoy tienen la categoría de productoras como una condición que es el resultado de muchos años de experiencias en la familia de origen, irrumpe en su interior un estado de orgullo que se visibiliza mucho más cuando existe una relación con la organización.

Soy la primera productora de café en mi localidad que se inscribió en Café Femenino. (María Emilia Cabrera Mejía, 29/09/2007).

Siendo necesaria para la pertenencia a Café Femenino una relación de propiedad o de posesión de la parcela, en algunos casos el terreno de cultivo es producto de una herencia familiar.

En 1979 me casé, nuestra tierra es de herencia. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

Tengo mi chacrita, que es herencia de mi padre; mi esposo ayuda con su trabajo en la chacra. (María Emilia Cabrera Mejía, 29/09/2007).

En otros casos, la mujer adquiere un terreno para el cultivo de café en su situación de esposa y cuando el esposo da el paso al reconocimiento del rol productivo de la mujer conociendo que su inscripción en Café Femenino permitirá a la familia algunos beneficios que podrían hacer suyos.

Mi esposo es socio desde 1995; conversando, compró una parcela para mí y así ingresé a dirigir mi parcela; gracias a él estoy en Café Femenino. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

Si al comienzo de las experiencias productivas fue decisiva la figura del padre y de los roles que desempeñó en su familia de origen, en las productoras son muy fuertes las condiciones culturales para destacar el rol productivo preponderante del esposo o compañero.

Con la ayuda de mi esposo llegué a ser productora. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Entonces, en el reconocimiento como productora de café son decisivas la figura paterna (así como su extensión representada en la presencia del esposo o compañero en tanto productor de café) y la socialización productiva alrededor de ella y, la posesión o propiedad de una parcela.

Como siempre acompañaba a mi padre en las reuniones, él me motivó a ingresar a Café



Creciendo como productoras

En esta parte, el aspecto central es el transcurrir de las mujeres productoras de café en varios aspectos: en el dominio de las labores agronómicas, en el convencimiento de la concepción ecológica de la producción, así como en su vinculación con los mercados.

Existe una alta valoración de la condición de productora vinculada al conocimiento de las técnicas y prácticas productivas del cultivo de café.

Como productora, he aprendido las técnicas para el mejor manejo de la plantación; gracias a la alianza ahora sé cómo es todo esto y también la venta de café. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

Existen productoras que valoran sus experiencias en la unidad económica de su familia de origen; en tales casos es un acumulado no solo productivo, que manifiesta una valoración de la familia como espacio de aprendizajes. Se trata de la conformación de conocimientos de naturaleza social por la transmisión de las técnicas a través de la práctica productiva.

Desde 1992 cuando empecé a ayudar a mi padre en el café, conozco las técnicas de su producción. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

¹ Es la alianza estratégica entre CECANOR (Central de Cafetaleros Nororiente), CICAP (Centro de Investigación, Capacitación, Asesoría y Promoción) y PROASSA (Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.).

Un paso muy significativo en el acumulado de conocimientos que expresan las productoras de café es el tránsito de la agricultura campesina y convencional a la producción orgánica. Es un paso trascendente porque connota un convencimiento propio de los beneficios de las técnicas orgánicas de producción.

He aprendido a cambiar del método tradicional al método orgánico. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

La opción por la agricultura orgánica está directamente vinculada a la búsqueda de una producción de mejor calidad, hacia la cual dirigen sus empeños.

También conozco la conducción de la finca hasta la cosecha, garantizando la limpieza desde la chacra hasta el almacén donde entrego mi producto de buena calidad. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

La calificación como buena productora de café surge de la reflexión respecto de los cambios que ha provocado en su propia parcela por la aplicación de las técnicas que la propuesta de producción orgánica requiere.

Soy una buena productora, pues yo sí sé cómo es la producción orgánica. (María Emilia Cabrera Mejía, 24/09/2007).

Existe una relación directa entre considerarse una buena productora y el propósito final de la producción: lograr un buen precio. La aplicación de las técnicas de producción orgánica apunta a ese objetivo.

Me considero que soy una buena productora de café porque sé cómo cuidar el suelo, abonar la planta, también sé lograr un mejor precio con la producción orgánica. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

No sólo la satisfacción de lograr un buen precio por el producto de buena calidad está presente en la auto calificación como buena productora; es

también importante la satisfacción en el ámbito más personal, afectivo, de estima, por ello está presente el orgullo de saberse productora de calidad.

Soy buena productora, estoy orgullosa de ser buena productora de café, hay algunos descontentos por la diferencia en el precio, pero eso es por la calidad. Mi café tiene buena calificación. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

Producir un producto de calidad es un esfuerzo permanente a partir del conocimiento del proceso productivo y del convencimiento personal que sí es posible lograrlo. La lucha por ello da satisfacciones como el gozo por el reconocimiento del buen café obtenido.

Yo soy una buena productora. Siempre he venido luchando para sacar mejor calidad del producto; ahora conozco qué hacer para que mi café tenga buena calidad; ahora me dicen que mi café es bueno, está calificado de tipo A. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

De otro lado, en las productoras existe la valoración de la organización como la responsabilidad colectiva que compromete a compartir los logros individuales y buscar entre todas -para lograrlo- aspirar a ser buena productora de café.

Sí, soy buena productora de café, porque estoy puntual en las reuniones y capacitación, porque cumplo las orientaciones técnicas, comparto los conocimientos con mis compañeras en la organización de base, eso es algo como casarse: la fidelidad, compromiso con lo que una hace. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Las productoras de café, pertenecientes a Café Femenino, reconocen que este cultivo requiere una atención particular que va acompañada junto a mejoras permanentes de su propio conocimiento y prácticas.

Me falta aún mejorar en la renovación de la plantación, porque eso asegura la producción a largo tiempo; también debo mejorar más en el abonamiento porque los suelos se cansan y hay que darles su abono

orgánico. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

Es muy clara su opción por la agricultura orgánica e identifican muy bien sus puntos débiles o aquellos donde su mejor atención resultaría en un producto de mejor calidad.

Me falta mejorar en el abonamiento orgánico, como lo hago no es suficiente. Además, el abonamiento hay que hacerlo año a año y cada vez que le pongo abono orgánico la planta se pone más bonita. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

El abonamiento es el tema productivo más importante en su vida de productoras, por ello es reiterativo en su reflexión respecto de qué es lo que deben mejorar para afirmar su condición de buenas productoras.

Creo que me falta mejorar en el abonamiento para atender mejor a mi plantación; el abonamiento se hace por etapas: el compost a partir de diciembre y el biol desde febrero. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

A mí me falta por mejorar en abonamiento y podas. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

La consideración de ser buena productora de café plantea con énfasis el rol productivo de la mujer a partir de un lugar preponderante en la economía familiar, en la apropiación de las técnicas y prácticas de la producción orgánica y, además, en la responsabilidad que asumen en su vinculación con el entorno social y ambiental.

En el taller con algunas de las dirigentas de diversas organizaciones bases de CECANOR, el énfasis de ellas para definir a una buena productora de café estuvo en tres ámbitos. En primer lugar, en lo productivo:

- ? He realizado un reordenamiento en función al proceso productivo
- ? Llevando a la práctica en la parcela todo lo que hemos aprendido.
- ? Siendo responsable en el cultivo del café cumpliendo las tareas técnicas.
- ? Mejorando los conocimientos.
- ? Preparando nuestros abonos orgánicos.

Café femenino: experiencias de mujeres emprendedoras

- ? Haciendo un buen manejo de la plantación.
- ? Realizando una buena cosecha y post cosecha
- ? Logrando un producto de buena calidad.

En segundo lugar, con relación a los recursos naturales:

- ? Cuidando el suelo.
- ? No talando árboles.
- ? Cuidando las aves.
- ? Protegiendo el medio ambiente.

En tercer lugar, con relación a la organización:

- ? Compartiendo los conocimientos con las socias.
- ? Siendo responsable en la organización.
- ? Asumiendo y cumpliendo las normas de la organización.
- ? Siendo responsable en todas las actividades.
- ? Participando en los talleres y encuentros para tener más conocimientos.
- ? Siendo activa en las reuniones y talleres, y responsable en los horarios.
- ? Trabajando con responsabilidad y buena voluntad.
- ? Asumiendo un rol de liderazgo en la comunidad.

Estos tres ámbitos de definición son correspondientes con la identificación que las dirigentas hicieron en el taller respecto de los valores fundamentales que están en la base de la calidad de una buena productora. Estos valores son: defensa del medio ambiente, responsabilidad con la organización y producir café de buena calidad.

Esta valoración es lo que permite afirmar el empeño de las mujeres y su crecimiento como productoras para lograr no solo la calidad del producto, sino para estimar el rol estratégico del café en su economía y en la ubicación en los mercados frente a quienes, desde posiciones de poder, tienen interés en destruir su organización para recuperar su supremacía expresada en bajos precios de la producción de las pequeñas productoras.

En mi zona, el café es el único sustento; sin mercado de café no podemos hacer nada. Existe la intención de los

Cuadro 1: Socias y socias de las bases de CECANOR

Organización	Varón	Mujer	Total
Asociación de Agricultores de Producción Orgánica – ASPRO.	217	122	339
Asociación de Pequeños Agricultores para la Producción Ecológica San Mateo de Penachí – ASPAPE.	255	157	412
Asociación de Productores Agropecuarios “Túpac Amaru” de Chiñama - ASPROAGRO.	205	103	308
Asociación Cafetalera Unidos Gran Vilaya”.	138	85	223
Unión Cafetalera Alto Maraón – UCAM.	125	80	205
Asociación de Productores Cafetaleros de Utcubamba - APCU.	407	188	595
Total	1347	735	2082

FUENTE: CECANOR, 2007.

También, ahora, existen otras organizaciones de productores, cuyas socias vienen incorporándose a la experiencia de Café Femenino, unas vendiendo su café con la marca y otras en proceso de conseguir la certificación social. Estas nuevas organizaciones tienen vinculación directa con la empresa PROASSA y aún no están asociadas a CECANOR. Organizaciones como:

Cuadro 2: nuevas organizaciones en Café Femenino

Organización	Varón	Mujer	Total
Asociación de Productores Cafetaleros Solidarios- San Ignacio – APROCASSI.	414	75	489
Asociación Unión de Cafetaleros Ecológicos - San Ignacio – UNICAFE.	239	20	259
Central de Productores de Café Especiales – Cutervo – CEPROCE.	152	63	215
Total	805	158	963

FUENTE: PROASSA, 2007.

Asimismo, en estas zonas y nuevas organizaciones, la ONG CICAP no tiene ingerencia alguna; en todo, caso, allí es PROASSA el ente que directamente promueve la marca Café Femenino.



Café Femenino

El comienzo

Separar el café producido por mujeres del resto de la producción fue la idea germinal de Café Femenino. Esa idea fue inexistente cuando CICAP empezó en 1992 su trabajo con un grupo de 50 productores de café del distrito La Florida; de este grupo solo ocho eran mujeres. Entonces, no era posible ni en la ONG ni en el grupo de productores. Hasta el 2003, habían 159 mujeres productoras en las actividades de café orgánico; luego, cuando fue creada la marca Café Femenino, se produjo un notable incremento de mujeres productoras inscritas, elevándose el número a 425.

Separar el café producido por mujeres del resto de la producción desde el 2004, es decir 12 años después, tenía una base cuantitativa importante: de dos mil productores afiliados a CECANOR, 425 son mujeres. Separar el café producido por mujeres del resto de la producción, 12 años después era posible. Sin embargo, más que una base cuantitativa, hacer realidad la idea germinal tuvo un sustento social y cultural.

Isabel Uriarte Latorre en el Tercer Encuentro de la Mujer Cafetalera organizado por la Secretaría de Asuntos Femeninos de CECANOR, el 2005, señalaba:

La experiencia de Café Femenino tiene su antecedente en el trabajo de promoción que realiza CICAP con una visión integral de desarrollo a partir de la participación protagónica de los pequeños productoras y pequeñas

productoras organizados. Esta visión integral supone trabajar por la igualdad de oportunidades para el hombre y la mujer, pero la conquista de esta aspiración solo es posible con la activa participación de la mujer.

La idea marginal de separar el café producido por mujeres, si bien surge entre 2003 y 2004, al inicio del trabajo de CICAP tuvo una semilla a la espera de su germinación. Fue intencional la perspectiva de la ONG de buscar la presencia de mujeres en las acciones de capacitación y asistencia técnica en el cultivo de café; así como en otras actividades, como: cultivo de hortalizas, control y orientación para el mejoramiento nutricional, asistencia técnica y capacitación en asuntos de ganado vacuno, crianza de cuyes, gestión municipal, principalmente.

Leonor Rocha Valencia, quien estuvo al inicio del trabajo de CICAP en La Florida en calidad de promotora rural, refiere que siendo decisión institucional la promoción de la participación de la mujer en sus actividades, sin embargo:

La búsqueda de la participación de la mujer en nuestro caso, no tenía un objetivo preciso; sencillamente, promovíamos que las mujeres estén en los eventos de capacitación, entre otros espacios. (Leonor Rocha Valencia, 19/10/2007).

La decisión institucional de promover la participación de la mujer en el trabajo con los productores de café comenzó con la elaboración de un diagnóstico sobre la presencia de la mujer en este cultivo; fue un diagnóstico claramente dirigido hacia este propósito, a partir del cual CICAP define una estrategia de trabajar con dos familias piloto como vitrinas de demostración de relaciones de armonía y correspondencia entre la pareja de esposos o convivientes en el trabajo de la producción de café, donde se respete y valore a la mujer en su condición de productora y persona.

El diagnóstico nos permitió conocer cabalmente que la mujer sí intervenía en todo el proceso productivo del café, además de las labores domésticas que dicho

proceso necesitaba, como la preparación de la comida para los peones. O, sencillamente, compartir la producción de café con los cuidados del hogar, que el hombre siempre dejó en manos de la esposa. (Leonor Rocha Valencia, 19/10/2007).

La participación de la mujer en la producción de café, antes de la intervención de CICAP, no fue un tema que alterara las normas de la convivencia social en las familias del distrito La Florida. Es decir, la organización familiar y social se sostenía, entre otras, en la condición de subordinación de la mujer y en la predominancia de una jerarquía masculina en la toma de decisiones; la participación productiva de la mujer, era un aspecto constitutivo de esta estructura.

Al principio no estaba claro en CICAP si su intervención apuntaría hacia el cambio en las condiciones que sustentaban la subordinación de la mujer. Pese a esta limitación, era evidente que sí buscaba una mayor relevancia de la mujer en todos los ámbitos de la vida social y familiar, expresada mediante sus actividades de asistencia técnica y capacitación.

Otro aspecto que destaca en el surgimiento de Café Femenino tiene relación con la participación de la mujer en la decisión del destino de los ingresos por la venta de café.

Las mujeres trabajan en la finca, pero no tienen el control del producto. Es el hombre quien lleva el café al mercado y dispone del dinero. El esposo controla el valor de lo que ellas producen. (Isabel Uriarte Latorre, 09/10/2007).

La presencia de PROASSA en la comercialización de café, con fuerte criterio de responsabilidad social con la influencia del compromiso social que le imprime el CICAP a sus actividades, así como la constitución de CECANOR en 1999, favorecieron la acentuación de la búsqueda de la participación de la mujer en espacios donde encuentre valoración y permitan su crecimiento como productora y persona.

En general, en las zonas de producción de café, donde PROASSA, CECANOR y CICAP desarrollan su trabajo, los productores de café (hombres y mujeres) conducen en promedio 2.5 ha; cada familia tiene en

promedio siete integrantes; el ingreso de estas familias es de casi tres mil nuevos soles al año (unos 960 dólares), a razón de 429 nuevos soles por persona, es decir 36 nuevos soles al mes por persona (unos 12 dólares); en estas zonas, el nivel de escolaridad promedio es tercero de primaria; la esperanza de vida al nacer es de 57 años. Es decir, son zonas cuya condición de vida es considerada de pobreza extrema.

En lugares como estos, la pobreza es mayor en la vida de las mujeres en todos los aspectos. Pero, lo que más influye es la estructura social y familiar y la cultura de estos poblados con hegemonía machista.

Entendimos que el problema de marginación y subordinación de las mujeres era el mismo en todas las comunidades y se empezó a buscar soluciones. (María Cubas Rojas, 26/10/2007).

¿Qué es lo que se trataba de superar? En una reflexión a fines de diciembre de 2005, la Gerente General de PROASSA describió cómo es un día cualquiera para una mujer en una zona productora de café:

El día amanece muy temprano para ella, generalmente 4:00 o 5:00 de la mañana ya está en pie para hacer la limpieza de la casa, aprovisionarse de agua para preparar los alimentos, dar de comer a los animales domésticos: cuyes, gallinas, ovejas, etc.; las que tienen una vaca van a ordeñarla. Luego, prepara los alimentos para los niños que van a la escuela y el esposo que irá al trabajo en la finca. Generalmente, la mujer va junto al esposo o unos minutos después a la finca para apoyar en las labores agrícolas de sostenimiento, según la época: en deshierbe, podas, cosecha, etc., o se queda en casa para realizar otras actividades como preparación de viveros, secado del café, manejo de pequeños huertos, tejer mantos, lavar ropa, atender a los hijos, etc.

A media mañana, regresa de la finca a preparar el almuerzo para los niños que llegan de la escuela y para el esposo que se quedó trabajando; generalmente la mujer regresa a la finca llevando el almuerzo para el esposo y se queda participando en el trabajo. Por la tarde regresa a casa llevando sobre sus hombros: yerba para los cuyes y leña que se usa como combustible para cocinar (plátanos, yucas, vitucas, menestras que son la base de la alimentación familiar).

Ya en casa, después de preparar los alimentos y lavar todo el servicio y la ropa de la familia, la mujer se dedica a vigilar que los niños realicen las tareas escolares a la vez que hila o teje. El día para ella termina a las 8:00 o 9:00 p.m., esto porque en la mayoría de comunidades no hay luz eléctrica, sino el día puede terminar las 10:00 o 11:00 de la noche.

Cuando los niños enferman, la madre se encarga de la atención; si es necesario llevarlos a la Posta Médica, generalmente ella se encarga del traslado.

En época de invierno, la vida es más difícil porque la inclemencia del clima se tiene que soportar en viviendas muy precarias y la mujer dedica la mayor parte de su tiempo a arreglos de la casa, hilar, tejer y cocinar.

Trabajo y más trabajo. Casi nula participación en las decisiones fundamentales del hogar que no sean las domésticas, las cuales no son ámbito de competencia con el varón. Asimismo, casi nula participación en el destino del ingreso económico por la venta del café, al que contribuye a producir. Esta es la base social y cultural sobre la cual fue creándose una alternativa como Café Femenino orientada, precisamente, a valorar con equidad la participación de la mujer en la producción de café y en su condición de persona.

Al ritmo del crecimiento de la cantidad de mujeres participantes en los

espacios abiertos por la creación de CECANOR, también fue creciendo el ánimo de las mujeres productoras por la valoración y visibilidad de su presencia en el cultivo del café, así como en la conquista de su derecho a decir su palabra y dejarse escuchar. A ello contribuyeron los cuatro encuentros zonales de mujeres productoras de café en La Florida, Penachí, Chiñama y Lonya Grande, el 2003, organizados por la Secretaría de la Mujer de CECANOR. En estos eventos, las mujeres trataron temas como la autoestima y el liderazgo, así como sus experiencias en organizaciones de auto subsistencia (comedores populares, comités de vaso de leche, promotores de salud, etc).

Sin embargo, la participación de PROASSA fue decisiva. Con este impulso, la separación del café producido por mujeres 12 años después ya era, sencillamente, posible.

A fines de 2003, Isabel Uriarte Latorre propone a OPTCO la idea de buscar mercado para el café producido por mujeres. La recepción de OPTCO, a través de su Presidente, Garth Smith y Vice-Presidenta Gay Smith, fue alentadora, motivando a organizar información específica sobre la capacidad de oferta y paralelamente indagar el interés de los clientes en la idea del nuevo producto.

A la vez, PROASSA y OPTCO discutían el nombre y logotipo de la marca; en enero de 2004, fueron aprobadas las propuestas e inicia el compromiso de hacer corresponder la oferta con la demanda, haciendo realidad la idea de separar el café producido por mujeres. De esta forma, a mediados del 2004, después de 12 años de iniciado de trabajo en La Florida, empezó la exportación de Café Femenino.

Además, hubo la intención desde un comienzo por parte de PROASSA y OPTCO de adscribirse a las normas del Comercio Justo y Mercado Solidario. En cuanto a desarrollo social, desarrollo económico y desarrollo medio ambiental. Sin embargo, está definida la opción por encontrar un estándar de calidad internacional para Café Femenino que sea expresión de la identidad de las

productoras, que tendría tres criterios generales por ahora: el estándar orgánico, el social y el estándar mujer; así como, las condiciones propias de la producción local de café que le da especiales características. En estos criterios que van surgiendo, el estándar mujer es más que el social y el estándar orgánico; es el plus, es el agregado de la marca.

Café femenino: experiencias de mujeres emprendedoras



Los aliados

Central de Cafetaleros del Nor Oriente (CECANOR)

La Central de Cafetaleros del Nor Oriente (CECANOR) surgió el 21 de Julio de 1999, promovida por PROASSA y CICAP con algunos dirigentes de las organizaciones de productores de café ASPRO (La Florida), ASPAPE (Penachí) y ECSAMART (Lonya Grande). El primer Consejo Directivo fue elegido el 9 de agosto del mismo año en un evento donde también los productores aprobaron el Estatuto de la naciente organización.

Esta Central actualmente está conformada por seis organizaciones de base que articulan a 47 asociaciones o comités de caserío. En total, son dos mil 84 productores (hombres y mujeres) afiliados a CECANOR de los departamentos de Lambayeque, Cajamarca, Amazonas y San Martín.

Estos productores afiliados conducen tres mil 339 hectáreas de café, alcanzando una producción total estimada de 33 mil 393 quintales de café al año.

CECANOR tiene una Asamblea de Delegados que define sus políticas y estrategias de operatividad; está constituida por los presidentes de las organizaciones de base y un delegado por cada 25 socios con certificación

orgánica.

El Consejo Directivo es el responsable del funcionamiento de la Central, está constituido por siete directivos elegidos en Asamblea de Delegados, cada dos años.

Las organizaciones base de CECANOR son:

- ? Asociación de Productores de Productos Ecológicos (ASPAPE) de Penachí; su ámbito de acción es el distrito de Salas, provincia y departamento de Lambayeque; con 10 asociaciones de caserío.
- ? Asociación de Productores Agropecuarios Tupac Amaru (ASPROAGRO) de Chiñiama; su ámbito de acción está constituido por los distritos de Salas y Cañaris, provincias de Lambayeque y Ferreñafe respectivamente, departamento de Lambayeque; con 11 asociaciones de caserío.
- ? Asociación de Productores de Productos Orgánicos (ASPRO) La Florida; su ámbito de acción está constituido por los distritos de La Florida, Niepos Pulán y Catache, provincias de San Miguel y Santa Cruz, departamento de Cajamarca; con ocho asociaciones de caserío.
- ? Asociación de Cafetaleros Unidos Gran Vilaya (antes ECSAMART) de los distritos Lonya Grande y Camporredondo, provincias de Utcubamba y Luya respectivamente, departamento de Amazonas; con seis asociaciones de caserío.
- ? Asociación Unión Cafetalera Alto Marañón (UCAM) de Nueva York; su ámbito de acción es el distrito de Lonya Grande, provincia de Utcubamba, departamento de Amazonas; con cuatro asociaciones de caserío.

- ? Asociación de Productores de Café Utcubamba (APCU); su ámbito de acción comprende zonas de tres departamentos, en los distritos de Bagua Grande, Cajaruro y Pedro Ruiz (provincia de Utcubamba, departamento de Amazonas), Santa Cruz (Cutervo, Cajamarca), La Coipa (San Ignacio, Cajamarca), Chontaly (Jaén, Cajamarca) y distrito y provincia de Moyobamba en el departamento de San Martín; con 10 asociaciones de caserío. Sin embargo, otras asociaciones se van incorporando.

Centro de Investigación, Capacitación, Asesoría y Promoción (CICAP)

El CICAP fue fundado el 9 de noviembre de 1981. Entre 1981 y 1990, su ámbito de trabajo fue el sector azucarero promoviendo la gestión empresarial entre los socios y dirigentes de las ex Cooperativas Agrarias de Producción. La crisis del sistema cooperativo y la acentuación de la perspectiva económica liberal en el país, provocó en CICAP un interesante momento de reflexión tomando como base el planeamiento estratégico que le permitió una renovación de su pensamiento y práctica, produciendo tres importantes instrumentos de gestión institucional: el Plan Institucional de Mediano Plazo (1991-1996), Plan Estratégico para el Reposicionamiento y Reconversión Institucional (1997) y el Plan Estratégico para la Consolidación de su Reposicionamiento y Proyección Regional (1999).

A partir de 1992, CICAP inició su trabajo en los cultivos de café (distrito de La Florida, provincia de San Miguel, departamento de Cajamarca y distrito de Salas, provincia y departamento de Lambayeque) y mango (distritos de Motupe y Chóchope, provincia y departamento de Lambayeque), principalmente.

Con relación al período inicial de trabajo en el distrito de La Florida promoviendo el cultivo orgánico de café, según su Informe 1992-1994, CICAP contribuyó, entre otros, con tres importantes resultados: i) incremento del rendimiento promedio de 3.5 qq/ha en 113 hectáreas de café; ii) 250 productores organizados en ASPRO y en seis comités de base, participando en un programa de producción, certificación y comercialización de café orgánico, y; iii) exportación de cuatro mil 500 quintales de café al mercado de productos orgánicos con la certificación de OCIA, permitiendo que 187 familias mejoren sus ingresos económicos en 20% por la venta de café orgánico.

Además de la parte productiva, CICAP pone énfasis en el desarrollo de la

institucionalidad local y regional, caracterizándose en sus aportes mediante planes de desarrollo local en varios distritos del departamento de Lambayeque.

Los principales roles que asume CICAP son cuatro:

- ? Brindar servicios de asistencia técnica, investigación y asesoría para el mejoramiento de la calidad y productividad de los productos emergentes y la seguridad alimentaria.
- ? Participar en la construcción y fortalecimiento de empresas que promueven directa o indirectamente el acceso de los productores y las productoras al mercado.
- ? Promover políticas y servicios de desarrollo empresarial que fomenten la competitividad de las medianas y pequeñas empresas.
- ? Impulsar la generación de espacios y escenarios de apoyo y fortalecimiento de actores(as) del proceso de descentralización para la gobernabilidad democrática.

Estos roles se operativizan mediante dos áreas de especialización: Desarrollo Económico y Gobernabilidad Democrática. La ejecución de sus proyectos y actividades son mediante tres coordinaciones territoriales: Lambayeque, Cuenca Zaña y Amazonas.

Su estructura organizativa comprende una Asamblea de Asociados, integrada por 11 miembros. El Consejo Directivo está constituido por cinco integrantes elegidos por la Asamblea de Asociados cada dos años. La Dirección de CICAP comprende la Presidencia y la Dirección Ejecutiva.

Promotora de la Agricultura Sustentable S.A. (PROASSA)

La empresa PROASSA surgió el 25 de mayo de 1995, iniciando su actividad en octubre del mismo año. Su origen tiene como antecedente más inmediato el trabajo de asesoría técnica de CICAP a los productores de café de La Florida y a la experiencia de exportación de café que realizó entre 1992 y 1994.

Considerando que la comercialización de café era un reto sumamente delicado y complicado para las dimensiones temáticas de CICAP, decidió transferir su experiencia de exportación a una modalidad empresarial independiente. De este modo, CICAP, conjuntamente con las organizaciones de productores ASPRO (La Florida) y ASPAPE (Penachí – Salas), y sus trabajadores, constituyó la empresa PROASSA.

En un primer momento, su ámbito de operación fue: La Florida (Cajamarca), Penachí (Lambayeque) y Nueva York-Lonya Grande (Amazonas). Luego, desde 1997, en la medida que iba creciendo la demanda, fueron incorporados productores de café de la cuenca de Chiñama (Lambayeque) y de Roblepampa (Amazonas); en 1998, inició su conexión con el distrito de Cutervo (Cajamarca) y todo el distrito de Lonya Grande (Amazonas).

Nuevas incorporaciones ocurrieron en 1999 con productores de Jaén (Cajamarca); el 2002 con productores de Rodríguez de Mendoza y Utcubamba (Amazonas), entre otras.

El mercado al que dirige sus exportaciones son: Canadá, Australia, Suecia, Bélgica y Holanda; pero, el más importante mercado es el de Estados Unidos de Norteamérica a donde va el 79% de las ventas de PROASSA.

Su patrimonio a fines de 2006 creció en 7.24% respecto del año anterior, alcanzando un millón 704 mil nuevos soles. Asimismo, durante el ejercicio 2006, PROASSA realizó servicios de comercialización a tres mil 600 productores mediante sus organizaciones por cuatro millones 59 mil nuevos soles de ventas netas, lo cual es superior en 38% al período precedente.

Sus principales retos son los siguientes:

- ? Diversificar su mercado, entrando a Europa.
- ? Incursionar en el mercado de café convencional.
- ? Apoyar el fortalecimiento de CECANOR y continuar promoviendo la organización de productores para atender la creciente demanda y disminuir el riesgo de incumplimiento.
- ? Fortalecer su patrimonio empresarial, mejorar la estructura de

activos y disminuir la dependencia de otras fuentes de financiamiento.

- ? Mejorar el índice de rentabilidad de la actividad comercial.
- ? Operar la compra de café oro de CECANOR.
- ? Ingresar al mercado nacional de café tostado-molido orgánico con la marca Café Femenino que permita, incentivar el consumo interno y estabilizar los precios para los productores.
- ? Impulsar la constitución de una Fundación para facilitar la labor de responsabilidad social de PROASSA,

PROASSA exporta el café con las siguientes marcas: “Andes Gold”, “Penachi” y “Café Femenino”, productos que cuentan con la certificación internacional de OCIA, Naturland, NOP, IMO Control, Bird Friendly y Fair Trade. Estas entidades certificadoras evalúan anualmente las parcelas de los productores de café, confirman que realizan una producción orgánica y que los productores integran organizaciones que venden a través de PROASSA al mercado externo.

Organic Products Trading Co. – OPTCO,

Compañía norteamericana, constituida en un de los principales operadores en el mercado de cafés especiales, que desarrolla los distintos nichos de mercados internacionales. Desarrolla el mercado en EE.UU. y Canadá, con el compromiso de exclusividad y largo plazo con PROASSA y CECANOR.

CORDAID

Entidad de cooperación internacional holandesa que, a través de distintas modalidades, respalda el financiamiento a PROASSA para la comercialización del café de los pequeños productores.

El Interés de CORDAID en apoyar esta experiencia, está basado en el esfuerzo que se viene haciendo porque las productoras accedan al mercado y se esta tomando como modelo para apoyar a otras experiencias en América y Africa.



La situación actual de Café Femenino

Es interesante el concepto que tienen las productoras con relación a la situación actual de Café Femenino. Saben bien cuáles son sus fortalezas y cuáles sus debilidades.

En el taller con dirigentes de distintas localidades, señalaron las principales fortalezas de Café Femenino:

- ? La existencia de 735 mujeres organizadas que venden su producto al Mercado Justo.
- ? La existencia de la marca Café Femenino es una ventaja frente a otras marcas, que se manifiesta en el ingreso adicional de dos dólares por quintal exportado.
- ? Existencia de asistencia técnica permanente.
- ? Existencia de aliados estratégicos en la producción de café: CICAP, PROASSA, CECANOR y OPTCO.
- ? La oferta del servicio de capacitación para productoras en diversificación de pequeños negocios, crianza de animales menores, cocina mejoradas, biohuertos; así como la puesta en ejecución de pequeños proyectos productivos.
- ? Realización de programas sociales (útiles escolares al inicio del año escolar, chocolatadas, panEtones y juguetes en fiestas navideñas).

? Existencia de la Fundación Café Femenino en EE.UU.

Asimismo, identificaron las siguientes debilidades:

Incumplimiento en la entrega de las cuotas de producción declaradas por las productoras a su organización central (CECANOR). Esta actitud tiene como influencia el comportamiento del mercado en cuanto a precios, lo cual genera confusión y malestar.

? Poca participación de las socias a las reuniones motivada por problemas familiares, especialmente con el esposo que, en muchos casos, aún tiene la decisión en la dedicación alta o baja de la productora a su organización.

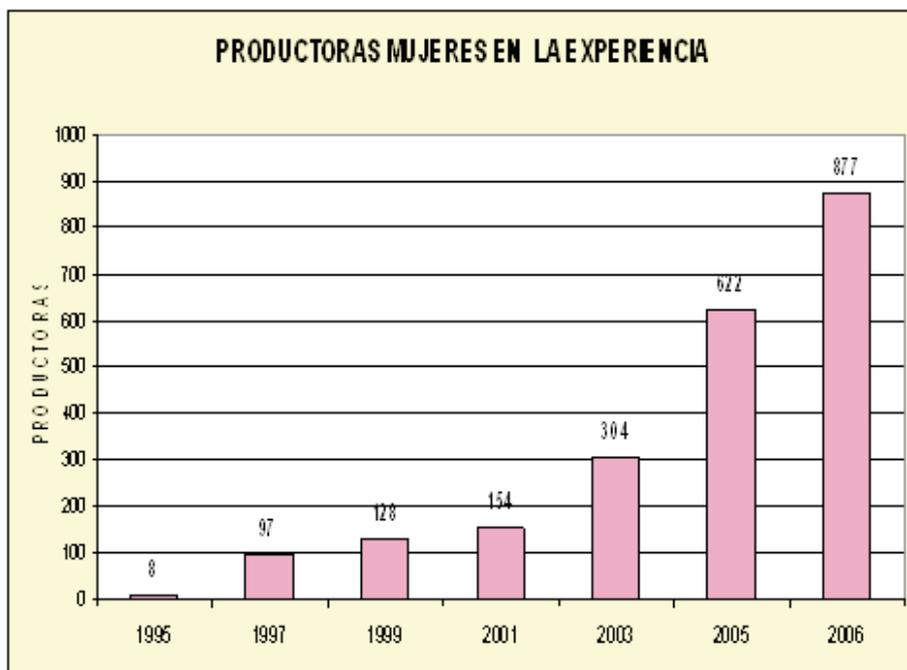
? Aún existe baja valoración de una parte importante de productoras que se expresa en su poca decisión y valoración por sí misma para ocupar un cargo en la organización.

Existe, asimismo, un reconocimiento de cuáles podrían ser las soluciones frente a estas debilidades: capacitación a los esposos para lograr una actitud favorable a la participación de las mujeres en la organización; capacitación a las mujeres en temas de autoestima, y; más comunicación y sensibilización a las socias para obtener el cumplimiento cabal de sus cuotas de producción.

Desde otro ángulo, Isabel Uriarte Latorre considera que Café Femenino es una realidad que camina teniendo como base la existencia de una alianza estratégica entre CECANOR, CICAP y PROASSA. Sin embargo, reconoce que en su interior hay espacio para mejorar los roles de los aliados.

En la alianza estratégica entre CICAP; PROASSA y CECANOR, cada integrante debe estar convencido que juntos podemos lograr mejoras para las productoras y los productores y no debemos competir entre nosotros. Claro que cada entidad de la alianza tiene sus propias expectativas, pero estas siempre deben apuntar a un mismo objetivo común; si no se resuelve esto de manera favorable, puede afectar la experiencia de Café Femenino. (Isabel Uriarte La Torre, 09/10/2007).

Gráfico 1



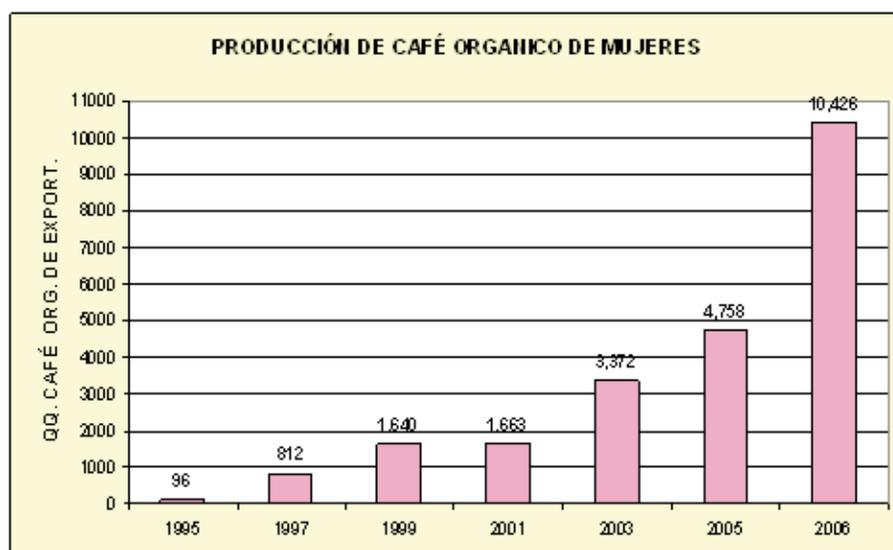
Fuente: PROASSA, 2007.

Entre 2003 (antes de la creación de Café Femenino) y 2006, el crecimiento del número de productoras fue de 288%, la disminución de 877 productoras el 2006 a 735 el 2007 (16%) es solo aparente. Pues, en los hechos reales, las cifras que muestra el gráfico no corresponden al ámbito de CECANOR, es mucho más y abarca las nuevas zonas de trabajo de PROASSA.

PROASSA considera que por primera vez la mujer recibe una retribución económica por su trabajo, haciéndose visible su aporte a la economía del hogar, lo cual eleva la autoestima de las mujeres y hace relevante su participación en la toma de decisiones del hogar.

Asimismo, destaca el hecho que las mujeres participan en la conducción de las organizaciones en los distintos niveles. Una de las mayores relevancias que tiene PROASSA de Café Femenino es su contribución a la regulación de competencia en los mercados locales que beneficia a todos los productores de las zonas donde opera.

Gráfico 2



Fuente: PROASSA, 2007.

En el gráfico precedente se observa que entre el 2003 (antes de la creación de Café Femenino) y 2006, el incremento de la producción de café por mujeres fue de 309%. Pero, el crecimiento más importante se dio entre el 2005 y 2006, con un incremento de 219% del café producido por mujeres.

Gracias a este flujo positivo, se han creado 35 mil jornales para 300 mujeres por campaña en actividades de selección del producto, motivado sin duda por el surgimiento de la marca Café Femenino.

Cuadro 3: Ventas de Café Femenino (quintales)

Organizaciones	2004	2005	2006	2007*
CECANOR	750	1874	2363	3300
APROCASSI	---	---	375	1500
UNICAFE	---	---	375	750
CAC Frontera	---	---	375	---
Total	750	1874	3488	5550

FUENTE: PROASSA; 2007.

* Proyección.

De otro lado, el surgimiento de Café Femenino viene provocando interesantes cambios en las mujeres de los países consumidores. Por ejemplo: en Canadá, grupos de mujeres denominados Mujeres en Crisis participan en campañas a favor de la marca Café Femenino, recibiendo un beneficio económico por la venta que promueven; en estas campañas también se involucran las esposas e hijas de varios empresarios tostadores de café. Asimismo, en los países consumidores, se viene observando la mayor presencia de pequeños empresarios en el tostado y venta de Café Femenino, lo cual impulsa la creación de empleo.

Desde el surgimiento de Café Femenino crece el interés de diversos clientes que vienen a visitar a las productoras para conocer el proceso de producción y comercialización; en los grupos de visitantes cada vez es mayor el número de mujeres, lo cual refleja que en los países consumidores también crece el número de mujeres que se involucran en el comercio de Café Femenino. En estos cambios, destaca, sin duda, la creación de la Fundación Café Femenino.

Café femenino: experiencias de mujeres emprendedoras



Valoración del Café Femenino

A tres años del surgimiento de Café Femenino, las productoras valoran su existencia en distintas dimensiones.

El principal y más inmediato reconocimiento es por el mejor precio que proporciona la venta de Café Femenino y, por lo tanto, mayores ingresos económicos.

Café Femenino permite lograr un beneficio al colocar el producto en el mercado justo, logrando así un mejor precio; eso ayuda a mejorar las competencias productivas. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

Sin embargo, el aumento de los ingresos económicos es valorado en su connotación familiar antes que en la individual.

El Café Femenino al dar mejores precios permite que mi familia mejore en su vida, pues los ingresos de mi parcela sirve para todos, así como los ingresos de la parcela de mi esposo es para todos nosotros. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

Existe, asimismo, una parte oculta en la valoración del mejor precio, es la parte de la contribución del trabajo de la mujer productora a la generación del ingreso económico; importa más el interés familiar y, de alguna manera, el comunal.

Café Femenino ha dado más ingresos a mi familia con los mejores precios. Mi familia quiere a Café Femenino porque da realce a la familia y a la comunidad. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

La mayor valoración del café por parte de la productora, respecto de otros cultivos, tiene origen monetario; muy probablemente, es la valoración más importante.

También siembro maíz, vituca, pasto; pero, el café da más ingresos por el negocio en el mercado justo. (María Emilia Cabrera Mejía, 29/09/2007).

Otro ámbito de la valoración de Café Femenino es con relación a la condición como mujeres.

El Café Femenino es un empuje para que las mujeres digan su palabra, para que sean escuchadas. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

No existe mucha claridad en la dimensión de ciudadanía, pero de alguna manera está planteado inicialmente en las mujeres el reconocimiento de sus derechos a partir de la pertenencia de Café Femenino.

Café Femenino me ha dado oportunidad para ser valiente y ser más valorada. Café Femenino es muy bueno, porque nos da fuerza en nuestros derechos. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

El valor como mujer que algunas socias de CECANOR encuentran en su participación en Café Femenino está fuertemente arraigado en su valor como productoras.

Café Femenino me ha dado oportunidad para mostrar que sí valgo. Café Femenino es un apoyo para que las productoras se hagan valer más. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

Lo importante, según ciertas dirigentes, sería la participación de la mujer como uno de los ejes de la valoración de Café Femenino.

Café Femenino facilita la participación de la mujer. Es la facilidad para la participación de la mujer. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

En cuanto a la organización como dimensión de valoración de Café Femenino, destaca el reconocimiento del acceso a cargos directivos y a la posibilidad de aprendizajes por efecto del funcionamiento de la organización.

Las reuniones son escuelas donde aprendemos y nos da oportunidad para desempeñar cargos y demostrar que sí somos capaces para tener cargos. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

La organización es sinónimo de unidad, fuerza.

Es necesaria la existencia de Café Femenino, pues nos da unión, fortaleza entre las productoras. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

Así como, la organización es considerada una vía para el progreso familiar.

La organización es una buena alternativa, pues con organización estamos logrando mejorar nuestra vida y educar a nuestros hijos. (Gladys Chuquillanqui Sembrera, 29/09/2007).

Tiene sus ventajas estar organizadas, pero también sus debilidades a superar.

Las ventajas de la organización son: vender café en forma segura, estable; facilita créditos para mejorar la finca, capacitación permanente. Mi organización se preocupa por mejorar la carretera, incentiva el deporte, es reconocida por sus actividades cívicas. Las desventajas son: discriminación a las nuevas socias, preferencia por las socias antiguas. Mi organización debe mejorar en: cumplir con los acuerdos; puntualidad en las reuniones; mayor respeto a las opiniones de las nuevas; no priorizar la opinión de las antiguas; no se debe permitir que fumen en las reuniones y los hombres lleguen mareados; la elección democrática de los representantes, pues a veces por el apuro no se cuentan los votos. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

El término participación es concebido desde la pertenencia a una organización para producir calidad; pero, sin fidelidad, es decir sin el convencimiento que la organización es necesaria y útil, no es posible aspirar a conseguir los objetivos.

Café Femenino me ha permitido participar activamente representando a la Asociación, afrontar los acuerdos de las reuniones de la organización, a entregar un producto de calidad, haciendo que mi zona (El Ron) sea líder en calidad. He aprendido la fidelidad a mi organización, pues unidas logramos lo que queremos, solas no podemos. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Surge, asimismo, una idea más utilitaria del sentido de la organización; el beneficio al que accede la mujer tiene un valor tangible, bien regalos navideños o útiles escolares.

Creo que Café Femenino me beneficia porque me da oportunidad de participar en sus eventos, también apoya con programas sociales como la fiesta infantil en la Navidad y con útiles escolares. (Rosaría Guevara Díaz, 29/09/2007).

Así, el beneficio de Café Femenino –obviamente, además del precio e ingreso económico- es valorado como una ayuda.

Café Femenino da beneficios como: el premio, útiles escolares, ayuda con alguna cosita. (Gladys Chuquillanqui Sembrera, 29/09/2007).

En la dimensión de la familia también es percibido o valorado Café Femenino. Otra vez, es resaltado el aspecto económico, bien el mejor precio o el ingreso económico por la venta de café.

Mi familia considera que Café Femenino es una salida a la mejora de la situación familiar. El mejor aporte del Café Femenino a mi familia es en la parte económica, en el mejor precio a nuestro café. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

Mi familia considera que Café Femenino es positivo, que lleva a la superación con nuevos conocimientos y con los mejores ingresos económicos. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

En efecto, en la familia también es apreciada la contribución de la pertenencia de la mujer a Café Femenino en la mejor relación entre los miembros de la familia.

Café Femenino ha contribuido a una mejor comunicación entre los miembros de las familias de las productoras, a compartir las tareas del hogar, a una mejor relación entre padres e hijos. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

Resulta muy significativa la valoración de Café Femenino en la independencia de las productoras respecto de los comerciantes intermediarios que por mucho tiempo se han aprovechado pagando bajos precios. En tal sentido, Café Femenino ha acercado a las productoras a mercados alternativos donde son mejor reconocidas.

En ese aspecto, Café Femenino significa una gran contribución a todos los productores de las zonas donde opera la experiencia, porque ha generado competencia con los intermediarios en los mercados locales y se ha elevado el precio del producto, incrementando los ingresos de los productores.

Es muy importante la existencia del Café Femenino; si algún día desaparece volveremos a ser dependientes de los compradores intermediarios. Mi familia considera que Café Femenino ha dado buenos beneficios porque nos ha permitido mercado para nuestro café, pues sin mercado nuestro café no valdría. En mi zona, el café es el único sustento; sin mercado de café no podemos hacer nada. Existe la intención de los grandes compradores en romper la alianza para bajar el precio de nuestro café. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

Las productoras tienen experiencias de los riesgos y peligros e inconveniencias del mercado convencional.

Si no hay Café Femenino la venta sería al mercado convencional, con intermediarios que no nos benefician en nada y no nos tienen ninguna consideración. (Rosaria Guevara Díaz, 29/09/2007).

Para acceder y mantenerse en el mercado, es necesaria la capacitación; más aún si durante mucho tiempo no hubo acceso a ella.

Café Femenino es necesario porque a través de él nos capacitamos lo que nosotras desconocemos; nunca antes hemos tenido la oportunidad de capacitarnos. Café Femenino ha contribuido a compartir con toda la familia, no solo de la casa sino también con primos, tíos, para que no usen productos químicos; también ha contribuido con la mejora de los ingresos económicos de la familia; ha fortalecido la relación en la familia. Ahora mi esposo reconoce la importancia de Café Femenino, me apoya en la asistencia a las reuniones de capacitación. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

No es posible aún diferenciar si en la valoración individual y familiar de Café Femenino tiene más peso la relación monetaria, que de algún modo viene condicionando actitudes favorables del varón o esposo a la participación de la mujer en la organización vinculada a Café Femenino. Sin embargo, es justo destacar el reconocimiento de Café Femenino a la mejor armonía en la familia.

El mejor aporte de Café Femenino a la familia es en el entendimiento que hombres y mujeres somos iguales en el acceso a oportunidades de capacitación. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Pues, al existir una proporción de café reconocida como producción de mujeres con un adicional en el precio, sería poco inteligente del varón o esposo y de la familia no aceptar la importancia del rol de la mujer productora en su contribución a la creación del ingreso económico familiar.

Café Femenino da alivio para mantenernos, de allí sale todo. (María Emilia Cabrera Mejía, 29/09/2007).

De modo más general, pero no ajeno a Café Femenino, existe otra mirada en cuanto a su valoración, que va más allá de la finca, la producción propiamente dicha y los ingresos económicos por su venta.

El café ha permitido el asentamiento de la población en el ámbito rural, evitando la migración masiva a las ciudades. En torno al cultivo de café se han creado pueblos rurales de distinto tamaño en las zonas más remotas de las altas montañas andinas y amazónicas; se han construido carreteras, caminos y algunos servicios básicos de educación y salud. Favorece la integración familiar, pues las actividades del cultivo, cosecha y post-cosecha del café, incorpora a toda la familia. En muchas localidades es el único cultivo viable en términos económicos y ambientales. El plus que recibe la productora de café se orienta principalmente a mejorar el nivel educativo de los hijos, lo cual indica un cambio en la visión de los productores. (Víctor Rojas Díaz, 21/08/2007).

Sin cuestionar su existencia, a pesar que todos los beneficios generados por la marca Café Femenino van directamente a las mujeres socias y su organización, hay quienes sugieren que Café Femenino sea una marca de propiedad de la organización.

Café Femenino es una buena alternativa, pero como marca debe ser de la organización; de lo contrario, no la beneficia y no favorece el desarrollo de la propia organización. (Yony Lobato Honores, 29/09/2007).

De otro lado, de la reflexión en el taller de dirigentas respecto de su valoración de Café Femenino, resultaron las siguientes respuestas:

- ? Permite involucrar a la mujer en la organización.
- ? El café producido por mujeres tiene buena acogida por los compradores.

- ? Con la venta de nuestro producto ayudamos a otras mujeres.
- ? Café Femenino tiene mejor calidad y es aprobado en taza.
- ? Permite recibir el dinero personalmente para la mejora de la familia.
- ? Otorga mejor precio.
- ? Facilita la adquisición de conocimientos en los talleres.
- ? Favorece tener nuevos cambios de vida.

Existe un conjunto de evidencias que explican la valoración del café orgánico y Café Femenino, desde el punto de vista de los técnicos y directivos de CICAP y PROASSA, pero que las productoras no lo visibilizan de modo inmediato. Estas evidencias son:

Apoyo a la construcción de mercado regional de productos orgánicos a través de ferias.

Revaloración de la cultura, idioma, costumbres y la solidaridad a través diversas actividades conjuntas y los festivales del café.

Coordinación con autoridades en iniciativas de desarrollo local.

Con el 10% del premio del mercado solidario, en forma concertada con los gobiernos locales y regionales, se han realizado las siguientes obras: i) construcción de 12 Km de trocha carrozable, que ha interconectado a 15 caseríos, beneficiando a 13 mil familias (Penachí); ii) mejora de 40 Km de carretera, facilitando el acceso de los productos al mercado de 15 centros poblados (Lonya Grande- Amazonas).

Conducción de siete mil 283 ha de café y otros cultivos con tecnología ecológica.

Uso racional de los recursos locales y disminución de los insumos externos.

Reducción de la erosión y mejora la fertilidad natural del suelo.

Garantiza la estabilidad de los bosques.

Incremento de la diversidad biológica.

Disminución de la contaminación de las aguas.

Favorece la vida de las aves locales y migratorias.

En esta misma línea de reflexión, de quienes están directamente vinculados al rumbo de Café Femenino, Isabel Uriarte, gerente de PROASSA, señala como una evocación más propiamente afectiva, pero interesante:

Café Femenino, para mí, significa una gran satisfacción y muchos cambios. Satisfacción de ver y sentir a mujeres con gran expectativa, una esperanza, una sonrisa; al ver a mujeres que abandonan la sumisión, vergüenza y el temor. Satisfacción de ver y sentir que los hombres no se oponen al proyecto, hoy apoyan a sus compañeras o a sus hijas para que asistan a las reuniones de capacitación. Satisfacción al ver que los premios por las ventas al mercado justo y el premio del Café Femenino ya no van a la cantina y que la mujer va a la tienda a comprar alimentos para su familia. Satisfacción al escuchar los comentarios de la competencia: “ya los proassas salieron con otra novedad”, “al café quieren ponerle falda” y “de novedad en novedad van a seguir manejando el mercado”.

Siempre fui una persona del trabajo silencioso, siempre encargada de la economía, desde el Círculo de Estudios en la Universidad, la organización política hasta la administración del CICAP. Era muy difícil que yo levantara la mano para intervenir en una reunión, más difícil aún que sea responsable de una conferencia. Ahora tengo que dar orientaciones casi a diario a las mujeres, entrevistas en periódicos, radio y TV. He sido invitada a dar conferencias en la Feria de la Asociación Americana de Cafés Especiales-SCAA en EE.UU., en la Universidad de York (Canadá), en el Congreso de Pequeña Empresa organizado por Cordaid en La Haya -Holanda.

Pero, mi trabajo con las mujeres de Café Femenino ha implicado disminuir el tiempo dedicado a mis amados tres hijos, les pido mis entrañables disculpas. (Isabel Uriarte Latorre, 02/11/2007).

Existe, pues muchas razones para sentir, actuar y pensar distinto desde la vía abierta por Café Femenino.

Café femenino: experiencias de mujeres emprendedoras



Productoras y personas

¿Qué ha pasado en la vida de estas mujeres, como productoras y personas desde el surgimiento de Café Femenino? En esta parte, la reflexión de las mujeres cuando se valoran como productoras, no es desde sí misma, sino en su relación con el entorno. Sobre todo, pesa mucho su pertenencia a la familia, incluso más que su propia individualidad.

Por lo tanto, en esta parte, se trata de descubrir la relación entre su calidad de productora y la afirmación de su condición como persona.

Con Café Femenino me di cuenta que soy una buena productora, empecé a valorarme como productora, a hacerme valorar con el esposo, la familia y la comunidad. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

En el ámbito de la producción de café, autocalificándose como buena productora la mujer empieza su reconocimiento como persona. Sin embargo, este reconocimiento se sostiene aún en la esfera del hogar, tal vez porque éste es el primer espacio donde es necesario que se produzcan cambios que hagan posible una presencia visible de la mujer y por la cercanía entre producción y familia.

Conozco los derechos de la persona como ciudadana. Los derechos más importantes son: elegir y ser elegida y la igualdad entre hombres y mujeres. Los derechos de la mujer que se deben hacer valer más son: respeto en el

hogar y comunidad. En mi hogar se me respeta. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

Asimismo, saberse poseedora de derechos es un asunto, para algunas productoras, a partir del cual otras personas le otorgan su confianza. Si no hay derechos, sencillamente se mella la imagen de la mujer.

El derecho de una mujer que vale más que otros es el respeto, ser considerada, porque se debe escoger a la persona que merece confianza, imagen positiva. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

El surgimiento de Café Femenino es considerado un paso importante en la realización de algunos derechos que pudieron ser inexistentes o desconocidos en la vida de las mujeres productoras de café, desde el punto de vista personal e individual y social o comunal.

Es necesaria la existencia de Café Femenino para mejorar la valoración de los derechos de la persona y la mujer no sólo dentro de la organización, sino también dentro de la comunidad, pues hay gente que al ver eso se anima a organizarse e ingresar al Café Femenino. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

¿Qué significa que tanto la “valoración” como el “respeto” sean destacados como los principales derechos de la mujer productora de café? Si bien ambos términos no definen aspectos específicos de derechos, es interesante y muy importante su relevancia. En las zonas rurales en general, la vida y los aportes de la mujer tienen poca valoración, sea en su relación con la producción, con el esposo, con los padres, así como con la comunidad. Allí se funda el poco respeto a su opinión, a su palabra e incluso a su capacidad.

A fuerza de la costumbre, la mujer se convence que, en efecto, vale poco y merece poco respeto. Por ello, con Café Femenino empiezan a descubrir que necesitan real valoración y respeto para su desarrollo como personas. Esta es la base de sus otros derechos identificados.

Estos derechos son: al nombre, a la vida, a la educación,

salud, a la libre expresión. El principal derecho de una mujer es a su valoración. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

Conozco los derechos de una persona como ciudadana: al nombre propio, a la vida, educación, salud, a la libertad de expresión. El principal derecho de una mujer es a ser respetada. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

Los derechos de una persona ciudadana son: educación, a la vida, nacionalidad, elegir y ser elegida. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Sin embargo, es un tema de reflexión el hecho que la dimensión individual no es puesta en evidencia cuando se les consulta a sus derechos como personas. Se distinguen como parte de un grupo, bien familiar o comunal, antes que un ser individual. Por ello, al parecer, les resultaría lejano o extraño el derecho a su salud reproductiva de mujer.

La aspiración a la equidad, a saberse y sentirse valorada y respetada, comienza a ser parte de un sueño más común a las mujeres, aunque sea sólo el comienzo.

Me ha enseñado que la mujer que antes era marginada ahora ya no depende de nadie, todos somos iguales. Café Femenino enseña equidad de género, a ser ni más ni menos, que no haya diferencia entre los sexos. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Ganar el respeto y la valoración comienza en la persona, en su individualidad; si no existe el convencimiento que cada mujer es una persona con derechos, será difícil alcanzar el reconocimiento y respeto de otras mujeres y de los varones.

Café Femenino nos valora a las mujeres, mediante capacitaciones he aprendido que la autoestima nos da derecho a hablar. (Rosaria Guevara Díaz, 29/09/2007).

Café Femenino es necesario, pues si no las mujeres continuarán marginadas por los esposos. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Las mujeres no quieren hablar con facilidad de la relación de violencia muy

Café femenino: experiencias de mujeres emprendedoras

presente en la estructura familiar y comunal jerarquizada con roles predominantes del varón. Una profesional del equipo técnico de CICAP, que trabaja temas de seguridad alimentaria y nutrición con mujeres productoras de café, señaló:

Hace no más de tres años, era bien difícil que una de las productoras conversara sobre la violencia que sufría en el hogar por parte del esposo o conviviente. Sentían, en parte vergüenza, en parte dolor. Ahora han aprendido a hablar; esto es un cambio muy bueno. Ya no callan y hablan cuando el varón las maltrata físicamente. Ahora, el varón siente vergüenza que la mujer diga de su agresión. Esto está disminuyendo la violencia contra la mujer. (Carmen Izquierdo Torres, 26/10/2007).

Es tan importante descubrir la palabra, descubrir que otras personas las escuchan y hagan suya su voz, que -como en el testimonio señalado- el solo hecho de usar la palabra para decir su afectividad, sentimientos y dignidad maltratados y vejados, produce una especie de control social capaz de disminuir una de las más duras expresiones de la subordinación de la mujer: la violencia contra ella.

Esto es un proceso, ahora los esposos ya no maltratan a las esposas como ocurría hace cinco años; existen casos que los mismos hombres sienten vergüenza, pues saben que la esposa comunicará a algún representante de la alianza en caso haya sido maltratada. (Isabel Uriarte Latorre, 09/10/2007).

La actitud machista en el campo se incrementa a partir del control de los recursos, Café Femenino también ha producido una retracción del varón al maltrato hacia la mujer; el reconocimiento económico por su trabajo ha generado empoderamiento de la mujer, la distribución del ingreso familiar es más equilibrada, como las decisiones son conjuntas, resultan de mejor calidad. (Víctor Rojas Díaz, 1/08/2007).

La palabra da poder a quien antes poco o nunca se escuchaba; cuando es vehículo para lograr el respeto y la valoración como personas, el poder se acrecienta. Si a esto se acompaña la visibilidad de su contribución a crear el ingreso familiar, entonces se ha producido un salto extraordinario en estas mujeres productoras de café hacia la conquista de sus derechos. Pero, en ese tránsito ¿qué es lo que las diferencia de los varones?

Las diferencias entre hombres y mujeres se deben al machismo, a la mala comunicación y a la enseñanza tradicional que hacía que antes en los hogares los padres preferían educar a los varones y no a las mujeres. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

Esta es una denuncia histórica. La tradición familiar, la estructura jerarquizada de base machista, la discriminación negativa de las mujeres, puestos en cuestionamiento por las productoras que empiezan a descubrirse como personas.

Por la tradición de la familia, los padres pensaban que los varones valen más que las mujeres, ahora ya eso cambió. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

Esto se debe al machismo, aunque ya hay menos que antes. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

Sin embargo, persiste la discriminación, los derechos no son plenamente reconocidos.

La mujer ha sido discriminada, la igualdad de derechos aún no se cumple totalmente. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Si en materia de trabajo en la finca de café, hombres y mujeres trabajan juntos ¿por qué tendría que haber diferencias entre ambos?

En el café las mujeres también trabajamos como los varones, por eso no hay diferencias entre hombres y mujeres. (María Emilia Cabera Mejía, 29/09/2007).

Uno de los cambios más importantes en las productoras de café en su identificación como personas, es su relación positiva con la valoración de

los niños y las niñas.

Los niños y las niñas son personas con derechos, pues son seres humanos. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

Tienen derechos desde la concepción. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

Tienen derechos, porque son personas. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

Son personas que sienten, piensan. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Este cambio es fundamental, aunque el proceso sea reciente. Son los niños y las niñas que crecen con Café Femenino en el ambiente de renovación de las prácticas y relaciones sociales entre las personas, a partir del reconocimiento progresivo de la mujer en su condición de productora de calidad y como persona poseionaria de derechos.

Otro ámbito de la identidad de persona de las productoras, está relacionado con la familia. Cuando la mujer ha ganado la palabra como parte de su poder, o bien ha asumido responsabilidades dirigenciales en la organización o se ha convertido en referente para muchas otras mujeres por su liderazgo.

En estos casos, son más visibles los cambios al interior de la familia, sustentados en un mayor reconocimiento y valoración de la mujer más allá de sus roles domésticos.

En mi hogar la toma de decisiones es mediante la conversación, en consulta; eso ayuda a más armonía. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

La toma de decisiones poco a poco ha pasado a ser un espacio democrático de consulta, reflexión y debate.

Las decisiones en mi familia son en pareja, mi esposo y yo nos ponemos de acuerdo. Por eso tenemos buena armonía en el hogar. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

El resultado es algo que alegra a la mujer: armonía, comprensión, consenso.

Las decisiones en mi familia se hacen en comprensión, siempre conversamos y así decidimos en armonía. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

Asimismo, empiezan a debilitarse situaciones de desconfianza y celos y, por lo tanto, los conflictos por esas causas.

Antes había conflictos en mi familia, ahora yo y él sabemos de la importancia de las reuniones y de la capacitación. Antes había mucha duda mía y de él, ahora no. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Además, la opción no es el enfrentamiento entre la mujer y el varón para supuestamente revertir la subordinación de aquella y el dominio machista de éste. Por ello, en los cambios de la relación en la familia, también interesan las expectativas del varón.

En la familia las decisiones de compra son compartidas, son democráticas. Mi esposo ahora está muy interesado en estudiar otras cosas como computación. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

Entonces, es menos complicado tratar de manera conjunta, varón y mujer, el destino del dinero que, generalmente, es para los gastos de los hijos y la finca, principalmente.

Cuando se trata de ver los gastos de la familia, los tomamos en pareja con mi esposo. (Rosaria Guevara Díaz, 29/09/2007).

Pese a ello, no hemos logrado testimonios de gasto del dinero por la venta del café en la salud de la mujer.

El destino del dinero lo tomamos de mutuo acuerdo, los dos decidimos en qué gastamos. (Gladys Chuquillanqui Sembrera, 29/09/2007).

La propiedad del dinero ha pasado de las manos del varón a la decisión de la pareja de esposos o convivientes.

Por efecto de Café Femenino, actualmente la decisión del gasto y de la inversión se decide conjuntamente en la pareja. Antes el varón era el dueño del dinero. (Víctor Rojas Díaz, 1/08/2007).

Café femenino: experiencias de mujeres emprendedoras

En la vida de Café Femenino desde el 2004, es clave la propiedad o posesión de la tierra por la mujer. Tres años después, las mujeres avanzan a la propiedad del dinero por la venta de su café. El derecho a la palabra y a organizarse discurre como la base de este importante cambio.

Nuevas expectativas en Café Femenino

Las expectativas que las productoras expresan respecto del futuro de Café Femenino se refieren a tres dimensiones específicas: comunicación e información, calidad del producto y mercados. Son expectativas planteadas en términos de las mejoras necesarias para el fortalecimiento de la marca.

Con relación a la información y comunicación, las expectativas manifiestan tres mejoras a resolver. Primero, la mejora de la información como vehículo para estimular el surgimiento de nuevas lideresas.

El Café Femenino debe mejorar en información a todas las socias, pues eso ayuda a que surjan más lideresas. (Lily Leiva Alvitez, 11/09/2007).

Segundo, mejorar la fluidez de la comunicación sobre el funcionamiento de Café Femenino como programa, sobre todo en su influencia sobre la organización y sus reuniones.

Café Femenino tiene que mejorar en la comunicación, es bueno que todas conozcamos cómo va funcionando y así mejorar la organización de las reuniones, pues muchas se cruzan entre sí. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

Tercero, la necesaria mejora de la información y comunicación debe producir condiciones de confianza en las productoras; en particular sobre el premio.

Café Femenino debe motivar a más confianza entre productoras; ahora hay algo de desconfianza porque casi no hay información sobre el premio. (Rosaría Guevara Díaz, 29/09/2007).

En cuanto a la calidad del producto, las productoras identifican a la capacitación como la vía a través de la cual se puede mejorar la calidad del café, así como promover una mejor participación de las socias en las acciones de capacitación.

También más capacitación para hacer que mejore la calidad del producto, poniendo más empeño en la cosecha y post cosecha. Mejorar las condiciones para que las mujeres productoras digan su palabra. (Sabina Hernández Cueva, 08/09/2007).

Café Femenino debe dar más capacitación para que todas las productoras tengan café de mejor calidad. (Erlita Baca Arce, 11/09/2007).

Café Femenino tiene que mejorar en cuanto a la calidad del producto de las socias. Debe incentivar a las personas hacia una participación activa. (Alicia Uriarte Linares, 24/09/2007).

En la visión de las productoras, tiene especial importancia la conquista de nuevos mercados a fin de no depender de alguno de ellos en particular.

Café Femenino debe buscar nuevos mercados, si se acaba lo que tenemos seguiremos pobres y más pobres aún. (Gladys Chuquillanqui Sembrera, 29/09/2007).

En conversación con la Gerenta de PROASSA, Isabel Uriarte Latorre, destacan algunos importantes aspectos como expectativas a alcanzar en Café Femenino. Estos son:

? Los aspectos a fortalecer están referidos a lograr la calidad que

exige el mercado. Estos aspectos son: i) la cosecha y post-cosecha; ii) organización, y; iii) la perspectiva como alianza.

En cuanto a la cosecha y post cosecha, si bien las productoras han mejorado en su comprensión de la importancia de efectuar un buen lavado y secado, por ejemplo, es necesario fortalecer la puesta en práctica de esta comprensión, pues allí están las posibilidades para ingresar a otros mercados. Para fortalecer las buenas prácticas en cosecha y post-cosecha existen tres puntos de apoyo: la variedad del café, organización y la comprensión de las productoras.

Es fundamental, asimismo, estar convencidas que la calidad del café no sólo se ve en el grano, sino sobre en la taza.

? Sobre la organización es urgente fortalecer la parte de la visión; las productoras (también los varones) deben superar la visión reducida a los vaivenes de la campaña inmediata. Deben mirar el horizonte al menos de mediano plazo, apostando por una permanencia sostenida en los mercados e incursionar en nuevos.

? Sobre la participación de la mujer en Café Femenino, si el esposo no lo entiende, sencillamente no deja participar a la mujer; sin embargo, en los últimos años venimos observando que no sólo la mujer viene entendiendo sus derechos, el varón también.

Algunos aspectos importantes aún están pendientes en Café Femenino, pero son necesarios. Por ejemplo: trabajar los temas de la salud reproductiva de la mujer, educación, la seguridad alimentaria.

De otro lado, en una mirada sobre el funcionamiento de Café Femenino y la dinámica de las organizaciones, resulta pendiente, asimismo, el tema de la ciudadanía o, más precisamente, la relación entre las organizaciones y sus lideresas de la producción de café con su entorno de gobernabilidad y desarrollo local.

Es aún reciente Café Femenino, pero el trabajo de CICAP y PROASSA ya tienen 15 y 12 años, respectivamente; incluso, CECANOR ya vive ocho años. Pese a ello, observo una debilidad en cuanto al desarrollo de la ciudadanía de las mujeres productoras; aún están muy convencidas de su desempeño a partir del premio por calidad, del incremento de sus ingresos económicos. Pero, no se plantean los otros

temas como la democracia, los derechos en general y la participación ciudadana en el desarrollo local. Allí tenemos grandes retos. (Leonor Rocha Valencia, 19/10/2007).

Sin embargo, Víctor Rojas, Presidente de PROASSA, considera que es posible desde Café Femenino que el sentido de la ciudadanía viene encontrando nuevos cauces a partir de una realidad particular de vivencia de las mujeres productoras y la cual ellas mismas vienen cambiando.

El éxito que viene teniendo Café Femenino, significa para mí una enorme satisfacción personal, porque después de muchos años de discusión teórica sobre los derechos de la mujer, en distintos talleres y foros especializados sobre las necesidades prácticas y estratégicas de la mujer, sobre equidad de género y la búsqueda de mecanismos para mejorar sus condiciones de vida; con Café Femenino hemos encontrado una estrategia eficaz para pasar de la teoría a la realidad.

En tal sentido, aquella vieja teoría que “el ser social determina la conciencia social” se hace evidente, cuando las mujeres reciben directamente una retribución económica por su trabajo y se hace visible su aporte a la economía del hogar, se desencadenan nuevas condiciones para ellas, mejora su autoestima, participan en las decisiones, la relación con el esposo empieza a tener equilibrio, las hijas mujeres empiezan a tener otra perspectiva y las distintas formas de maltrato empiezan a disminuir.

La experiencia de Café Femenino nos demuestra que la gente pobre no son el problema sino parte fundamental de la solución. (Víctor Rojas Díaz, 02/11/2007).

Los encuentros de productoras de café

Una de las estrategias más importantes de la alianza estratégica entre CECANOR, PROASSA y CICAP para el fortalecimiento y desarrollo organizacional es la realización de encuentros zonales y regionales de productoras de café. Estos eventos, además de su convocatoria para el intercambio y socialización de experiencias, constituyen formidables espacios para la creación de liderazgos y la relación horizontal entre dirigentes y delegadas de las organizaciones de base de CECANOR.

Entre el 2003 y el 2007, se han efectuado diversos encuentros zonales y cinco encuentros regionales. El último encuentro regional se realizó el 6 y 7 de julio de 2007 en la ciudad de Chiclayo. Su objetivo tuvo dos componentes: i) la incorporación de la reflexión estratégica en el debate, y; ii) la elaboración de una plataforma de las productoras de café con base en sus demandas y necesidades estratégicas.

En el Quinto Encuentro Regional de Mujeres Cafetaleras, la Secretaria de la Mujer de CECANOR, Erlita Baca Arce, presentó los logros principales de esta Secretaría, que son:

- ? Participación de la mujer en los órganos de dirección de CECANOR, organizaciones de base y comités de caserío en una cuota de 25% de acuerdo a los Estatutos.
- ? Participación del 30% de mujeres en las actividades del Programa Orgánico de la Central.
- ? Pertenencia a la marca Café Femenino y goce de un premio adicional de dos dólares por quintal por el café exportado producido por mujeres.

- ? Realización de encuentros zonales y regionales cada año de mujeres productoras de café.
- ? Acceso a fondos para la realización de pequeños proyectos productivos.

El Quinto Encuentro Regional de Mujeres Cafetaleras tiene particular importancia respecto de los cuatro anteriores en tanto ha planteado una ruta de tránsito entre el mayor peso otorgado a acciones orientadas al aspecto económico (precio, premio, beneficios) hacia una reflexión sobre el desarrollo integral y los intereses estratégicos de las mujeres productoras de café.

Plataforma de las mujeres productoras de CECÁNOR

La plataforma aprobada en el Quinto Encuentro tiene cuatro temas: producción, organización, comercialización y crédito. En cada uno, las mujeres se propusieron determinadas metas a lograr en su organización y en la comunidad.

Café femenino: experiencias de mujeres emprendedoras

Problemas priorizados	Trabajar en la organización	Trabajar en la comunidad e instituciones
Pobreza de la tierra.	Abonamiento orgánico.	Presentación de proyectos a entes públicos: abonamiento orgánico, reforestación, medio ambiente.
	Siembra de árboles.	
Escasez de agua.	Construcción de pequeños canales.	Presentación de proyectos de reservorios grandes.
	Empleo de técnicas orgánicas con más frecuencia.	
	Cuidado de bosques.	

En organización:

Problemas priorizados	Trabajar en la organización	Trabajar en la comunidad e instituciones
Sobre carga de trabajo doméstico y machismo de esposo.	Capacitación en género, principalmente a varones.	Presentación de proyectos sobre acciones de capacitación. Participación política de la mujer.
	Compartir los trabajos en el hogar.	
	Práctica de equidad de género en los hogares.	
Discriminación en la organización.	Sensibilización a socios.	

Café femenino: experiencias de mujeres emprendedoras

En comercialización:

Problemas priorizados	Trabajar en la organización	Trabajar en la comunidad e instituciones
Poca información sobre los negocios.	Reflexión y debate sobre la problemática. Capacitación en comercialización.	Coordinación con municipios, cooperación técnica. Firma de convenios.
Poca participación de la mujer en el acopio de café.	Participación activa de la mujer: cargos y responsabilidades.	

En crédito:

Problemas priorizados	Trabajar en la organización	Trabajar en la comunidad e instituciones
Irresponsabilidad de los prestatarios.	Evaluar socios que piden crédito.	Presentar proyectos al Estado. Infomar sobre el funcionamiento de los servicios de crédito. Firmar convenios con entidades.
	Velar porque el crédito sea invertido en la parcela.	
	Adoptar sanciones internas.	
Créditos insuficientes para todo el cultivo.	Buscar otras fuentes de financiamiento.	



Aprendizajes: conclusiones

Desde hace tres años, la existencia de la marca Café Femenino es un hito que viene favoreciendo la organización de 735 mujeres productoras de café pertenecientes a la Central de Cafetaleros del Nororiente – CECANOR, donde han alcanzado presencia en los órganos de dirección de la Central, bases y comités de caserío con una cuota de 25% normada por su Estatuto.

Café Femenino pone en evidencia el trabajo de la mujer, así como la asociación entre el trabajo de la mujer y la calidad del café.

La existencia de esta marca es posible por la solidez de la alianza estratégica entre la organización de pequeños productores cafetaleros CECANOR, la empresa Promotora de la Agricultura Sustentable S.A. – PROASSA y el CICAP.

La marca Café Femenino es un café producido netamente por mujeres que intervienen en la siembra, cosecha y post cosecha del café, muestra la capacidad de las mujeres para la producción de un producto de calidad con las condiciones y requerimientos del mercado internacional, especialmente del Comercio Justo. Genera 35 mil jornales para 300 mujeres por campaña en actividades de selección del producto.

El desarrollo de esta marca ha permitido el reconocimiento monetario del trabajo de la mujer cafetalera, en un proceso caracterizado por la progresiva superación de una situación donde normalmente eran los esposos los que vendían y disponían de los ingresos de la venta a pesar de la intervención directa de las mujeres en la producción del café.

El desarrollo de Café Femenino viene permitiendo a las mujeres productoras decisión en el destino de los ingresos económicos dentro de sus familias; favorece la elevación de su autoestima y, al mismo tiempo, promueve una justa y necesaria revaloración del rol que cumple la mujer en la sociedad, organización y comunidad.

Café Femenino también viene permitiendo un efecto positivo en las mujeres de los países consumidores, donde cada vez más mujeres se involucran en la cadena de la industria del café.

Con la marca Café Femenino participan en el mercado mujeres de diferentes organizaciones, además de las socias de CECANOR, en una gran iniciativa que está en réplica en otros países de Latinoamérica. Ello exige la definición de un estándar de calidad internacional que todas las productoras y organizaciones deben cumplir, de tal manera que ayude al mejor posicionamiento de la marca en los mercados.

La presencia de la mujer en la producción de café es la expresión de un acumulado de conocimientos y saberes desde el hogar, en donde tradicionalmente la mujer cumplía roles subordinados en la estructura jerarquizada. Café Femenino viene contribuyendo en hacer más visibles los roles y la valoración de la mujer en la economía y reproducción social de la familia.

Entre las mujeres de Café Femenino ha crecido el sentimiento de pertenencia a la organización y ponen sus mejores empeños en hacerla funcionar, pese a sus grandes dificultades originadas en sus roles domésticos y la costumbre machista socialmente dominante.

Hacia el futuro de Café Femenino, las mujeres identifican la

necesidad de mecanismos y procedimientos que permitan una comunicación e información fluidas respecto de su funcionamiento y logros. Asimismo, expresan con convicción su compromiso de mejorar la calidad del producto y fortalecer su organización, pues consideran que allí se sustenta la continuidad de Café Femenino.

La práctica asociativa de las mujeres en CECANOR y la existencia de la marca Café Femenino viene favoreciendo la afirmación positiva de su condición de personas; esto, viene contribuyendo a la distinción de sus derechos que las hagan valoradas y respetadas en el hogar y el entorno.

Las mujeres productoras de café son firmes en señalar sus compromisos y responsabilidades en la propuesta de la producción orgánica y precisan que ésta tiene como base la conservación de los recursos naturales y el medio ambiente.

Los encuentros zonales y regionales de la mujer cafetalera de CECANOR constituyen excelentes oportunidades para el tratamiento, la reflexión, el debate y la toma de acuerdos en temas específicos de la problemática de la mujer y en su relación con la organización.

Sin embargo, el aspecto en el cual la alianza estratégica debe poner su especial atención en el inmediato futuro es la condición de ciudadanía de las mujeres productoras de café. Es importante que se profundice el ámbito de los derechos, su ejercicio en todos los ámbitos de la vida social, económica, cultural y política de la comunidad. Es necesario promover la participación activa de las organizaciones de productores y productoras en los espacios de participación ciudadana y allí incidir para colocar el tema de la producción orgánica de café como un recurso con potencial, vinculándose a propuestas de desarrollo territorial.

Asimismo, es oportuno persistir de manera sistemática en el tratamiento de los aspectos vinculados a las relaciones de equidad en la familia, organización y la comunidad.

Café Femenino es la oportunidad de conectar a las mujeres a través de la cadena de este producto Usando al café como catalizador, la marca conecta a las mujeres productoras con las mujeres consumidoras que compran y beben café. Café Femenino también es un vehículo que nos permite educar a los consumidores, así como a la industria del café sobre las dificultades que tienen las mujeres y sus familias en las comunidades donde se produce el café.

Pero, Café Femenino da a las mujeres que nacen con el cultivo, crecen y producen el café, el reconocimiento por su trabajo como productoras, como miembros de la industria de café, como los miembros de su comunidad y sus familias.

Las personas que compran y consumen el café, lo hacen por su calidad y porque ellas han decidido mostrar su apoyo a las mujeres que producen el café. Yo creo que usando Café Femenino, el café producido por las mujeres, nosotras tenemos una oportunidad asombrosa de poner ejemplos para otras mujeres alrededor del mundo. Demostrando eso a través del valor, la unidad, organización y fe. Nosotras podemos cambiar vidas y oportunidades para las mujeres e hijas de las generaciones futuras.

Incluso, hoy después de tres años de desarrollo, nosotras sólo somos el principio de este sueño y de muchas posibilidades que puede proporcionar. Ser estimada y respetada como un ser humano, ser tratada con dignidad e igualdad, es algo que todavía se niegan a las mujeres hoy, siendo un derecho humano básico. Nuestro sueño es que, a través del ejemplo de Café Femenino, nosotras podamos empezar a cambiar a las mujeres de manera que se perciba, que en el mismo ser de Café Femenino está el concepto del amor universal.
Gaylene Smith (Representante de OPTCO).

CENTRO DE INVESTIGACIÓN CAPACITACIÓN ASESORÍA Y PROMOCIÓN



PROASSA

PROMOTORA DE LA AGRICULTURA SUSTENTABLE S.A.



Cordaid 