

## Asociación de mujeres productoras de café especial, zona cordillera Quindío<sup>1</sup>

Juan Alejandro Correa González<sup>2</sup>  
César Augusto Ospina Puertas<sup>3</sup>

*Recibido: 04/06/2019- Aceptado: 05/06/2020*

Cómo citar este artículo: Correa, J. y Ospina, C. (2020). Asociación de mujeres productoras de café especial, zona cordillera Quindío. *Sinapsis* 12 (1), 110 - 123.

### Resumen

El presente artículo, presenta algunos resultados del proyecto de investigación aplicada “*Relevo generacional en los productores de café especiales: valor agregado, cadena de comercialización, logística de última milla en los municipios de Génova, Pijao y córdoba para el año 2018*” donde se evidencia las iniciativas empresariales de las asociaciones Paisaje, Mujer y Café de Pijao, Mujeres Cafeteras de Córdoba y Corporación Montes y Aguas de Génova en búsqueda de encontrar nuevos nichos de mercado para comercializar su café procesado. La administración de tiendas especializadas de café especial en cada uno de sus municipios es un plus especial que les ha brindado la gobernación del Quindío para mejorar significativamente los ingresos de las familias pertenecientes a las tres asociaciones. El artículo centra en los procesos administrativos, logísticos, financieros y de comercialización del café, dado que allí fue donde se evidenciaron las mayores problemáticas y las necesidades de apoyo por parte de entes gubernamentales y empresas privadas.

**Palabras clave:** asociaciones cafeteras, Café especial, Comercialización, Desarrollo económico rural, Tiendas de Café.

### Abstract

This article presents some results of the applied research project “*Relevo generacional en los productores de café especiales: valor agregado, cadena de comercialización, logística de última milla en los municipios de Génova, Pijao y córdoba para el año 2018*” where it is evident the business initiatives of the Landscape, Paisaje, Mujer y Café de associations of Pijao, Mujeres Cafeteras Makers of Córdoba and Corporación Montes y Aguas de Genova in search of finding new market niches to market their processed coffee. The administration of specialized specialty coffee stores in each of its municipalities is a special plus that has been provided by the Quindío governorate to significantly improve the income of families belonging to the three associations. The article focuses on the administrative, logistic, financial and marketing processes of

---

<sup>1</sup> Proyecto de investigación: Relevo generacional en los productores de café especiales: valor agregado, cadena de comercialización, logística de última milla en los municipios de Génova, Pijao y córdoba para el año 2018. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio y Turismo, Regional Quindío. Grupo de investigación CREAMAS.

<sup>2</sup> Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Proyectos. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio y Turismo, Regional Quindío. [jacorrea214@misena.edu.co](mailto:jacorrea214@misena.edu.co)

<sup>3</sup> Administrador de Empresas, Especialista en Finanzas, Magister en Administración Financiera. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio y Turismo, Regional Quindío. [cospinap@misena.edu.co](mailto:cospinap@misena.edu.co)

coffee, since that was where the biggest problems and support needs of government entities and private companies were evidenced.

**Keywords:** Aggregate Regional Economics, Municipalities, Regional Economic System, Rural, Spatial, Urban.

## **Introducción**

Este artículo académico parte del proyecto de investigación aplicada “*Relevo generacional en los productores de café especiales: valor agregado, cadena de comercialización, logística de última milla en los municipios de Génova, Pijao y Córdoba para el año 2018*” cuyo objetivo principal fue diagnosticar el estado actual de los productores de cafés especiales teniendo en cuenta aspectos como: valor agregado, cadena de comercialización, logística de última milla, organización, análisis del negocio agrícola en sus fincas; enfocado a los municipios de Génova, Córdoba, Pijao.

La actividad cafetera, uno de los sectores económicos más importantes del departamento del Quindío como consecuencia de todos los hechos históricos y puntualmente del rompimiento del Acuerdo Internacional de Café, un deterioro paulatino de la calidad de vida de las familias cafeteras y de sus negocios, que conlleva a las nuevas generaciones a ver esta profesión como una debilidad financiera frente a su proyecto de vida, lo que ocasiona que familias campesinas se trasladen del campo a las ciudad buscando nuevas oportunidades económicas y sociales, encontrándose con una realidad asociada a desempleo, analfabetismo, pobreza extrema, violencia, indigencia, narcotráfico, etcétera.

En el documento Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “*Todos por un nuevo país*”, capítulo VII transformación del campo, se asignan rubros y recursos importantes para contrarrestar los flagelos y dificultades que han tenido los campesinos a lo largo de la historia y poder contribuir a una tecnificación de las actividades agropecuarias además de poder disminuir la migración de las familias campesinas a la ciudad.

El campo es un sector que posee un peso importante en la economía de las poblaciones colombianas, no obstante, el 84,7% del territorio está conformado por municipios netamente rurales, y según la Misión para la Transformación del Campo, el 30,4% de la población colombiana vive en zonas rurales (DNP-DDRS, 2014). Por su parte, el sector agrícola aporta en promedio 6,1% del PIB total y genera el 16,3 % del empleo del país (Álvarez, 2011). Además, el campo cuenta con más de 42 millones de hectáreas aptas para las actividades agrícolas, agropecuarias y forestales, es la fuente de los recursos naturales que ofrecen ventajas comparativas para el país.

Los problemas estructurales presentes en el campo, han impedido que el dinamismo y auge económico que ha vivido el país en los últimos años se vea reflejado en las condiciones de vida de las familias rurales, por lo tanto, se evidencia el bajo desarrollo humano de los pobladores rurales

y el incremento de la brecha urbano-rural, así mismo, la imposibilidad de generar ingresos de manera sostenible y de acceder a activos productivos, conjuntamente con la limitada institucionalidad nacional y regional para la gestión del desarrollo rural y agropecuario entre otros factores.

Por consiguiente ¿Cómo contribuir a la optimización de los procesos en la cadena de comercialización y logística de última milla de los productores de cafés especiales, generando valor agregado en toda su cadena, proponiendo estrategias que conviertan al campo atractivo para las nuevas generaciones?

El Plan Departamental de Desarrollo 2016-2019 “*En defensa del bien común*” en su programa: “*Quindío rural, inteligente, competitivo y empresarial*”, pretende mejorar la calidad de vida de las familias caficultoras a través de procesos organizacionales, sociales, y de mercado consecuentes con una producción sostenible que promueva el consumo de café de origen Quindío a nivel global. Un factor esencial para ello, es la apropiación de conocimiento para el desarrollo de procesos de producción sostenible con énfasis en la calidad sensorial del café y creación de nuevos perfiles, generación de aprendizajes en áreas de catación, tosti3n, barismo, comercializaci3n y logística diferentes eslabones de la cadena de valor, conjuntamente la creaci3n de redes de conocimiento en j3venes y mujeres rurales, campesinas y caficultoras, que promuevan las potencialidades rurales con miras a la formalizaci3n empresarial.

Todos estos esfuerzos de recursos y rubros por parte de la gobernaci3n del Quindío, es en procura del mejoramiento de los ingresos de los productores y de la poblaci3n en general por la influencia que tiene la economía cafetera en el departamento y que garantice el relevo y empalme generacional en el campo, además del mejoramiento de las condiciones de la calidad de vida de las familias cafeteras. Para ello, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA en su plan estratégico 2015–2018 “*Impactando el empleo decente, la productividad y la generaci3n de ingresos*” en el componente de modelo estratégico, plantea como objetivo la transformaci3n de campo, como espacio en el que convergen la igualdad de oportunidades para la poblaci3n junto con el crecimiento y la competitividad de las actividades económicas rurales, principalmente, las agropecuarias, reconociendo las diferencias regionales urbano-rurales.

Los caficultores deben buscar formas de rentabilidad en sus cultivos mediante estrategias económicas como: asociaci3n, cooperativismo, cafés especiales, cafés de origen y nuevos procesos de comercializaci3n logística y financiera, nuevos nichos de mercados, tecnificaci3n de sus procesos y uso de nuevas tecnologías de la informaci3n y la comunicaci3n. (FAO, 2006).

Para la caracterizaci3n de los caficultores, se tom3 como punto de partida las asociaciones que est3n funcionando y est3n generando procesos disruptivos en la producci3n y comercializaci3n de café. Para ello, se evidenció la existencia de una red de mujeres cafeteas de la zona cordillerana. Se tom3 como punto de partida el proyecto de la gobernaci3n del departamento del Quindío

denominado “*Tiendas cafeteras*”. Por medio de diferentes organizaciones privadas y públicas se entregaron a las asociaciones de mujeres cafeteras de la zona cordillerana, tiendas para la venta de café especial con alto valor diferenciado, cultivado y cosechado por ellas mismas en partes geoestratégicas de los municipios de Córdoba, Pijao y Génova. Las asociaciones de mujeres cafeteras se hacen cargo de toda la operación del negocio y la distribución de su respectiva rentabilidad.

La tabla 1, indica las asociaciones a cuáles se realizó el contacto inicial, y en el cual se documentó los procesos organizacionales, logísticos, entorno familiar, desarrollo de la idea de negocio y situación financiera en los Municipios de Génova, Córdoba, Pijao de la zona cordillerana del Quindío.

**Tabla 1: Asociaciones Productoras de café especial**

Municipio	Nombre de la asociación
<b>Pijao</b>	Asociación de mujeres cafeteras <b>Paisaje, Mujer y Café</b>
<b>Córdoba</b>	Asociación de <b>Mujeres Cafeteras</b>
<b>Génova</b>	Asociación de mujeres Cafeteras <b>Corporación Montes y Agua</b>

*Fuente: Gobernación del Quindío (2018), Secretaria Agricultura, Desarrollo Rural y Medio Ambiente.*

Las tres asociaciones de mujeres cafeteras de los municipios escogidas para el estudio, cuentan con una larga tradición de siembra y cosecha de café, y reúnen varias generaciones trabajando para el reconocimiento del trabajo campesino como la piedra angular del funcionamiento de la sociedad moderna, además de que todos los procesos de producción y comercialización son liderados por mujeres. Las asociaciones de mujeres cafeteras de la zona cordillerana objeto de estudio, aúnan esfuerzos con el fin de establecer una red de comercialización convergente buscando poder tener mayor poder de negociación en mercados que requieren grandes cantidades de café, calidad y diferenciación.

## 1. MATERIALES Y MÉTODOS

Después de verificar las asociaciones productoras de café especial de los municipios de Pijao, Córdoba y Génova, se encontró con tres asociaciones de mujeres productoras de café especial en funcionamiento con el firme propósito de encontrar soluciones que ayudan a la sostenibilidad de sus cultivos y a la generación de rentabilidad mediante la comercialización de su café especial, adicional contaban con las siguientes características:

- Registro mercantil en cámara de comercio, con una antigüedad de alrededor de 3 años
- Trabajo constante en la consolidación de la asociación.
- Los miembros de las tres asociaciones son mujeres campesinas dueñas de sus propias tierras.

- Son segunda o tercera generación productora de café, y que hoy más que nunca, observan que el café especial o con valor agregado es la salida para el mejoramiento de los ingresos y de la calidad de vida.
- Las representantes legales de las asociaciones, están prestas a brindar toda la información necesaria.

Se establece que estas asociaciones serán objeto de estudio debido a que nos abrieron las puertas para constatar los procesos relacionadas con valor agregado, cadena de comercialización, logística de última milla, organización, análisis del negocio agrícola en sus fincas, con los resultados obtenidos, se diseñó una serie de herramientas que impactarán positivamente los procesos administrativos. Las asociaciones se componen de los siguientes miembros:

**Tabla 2: Numero de asociadas**

<b>Asociación</b>	<b>Cantidad</b>
Asociación de mujeres cafeteras <b>Paisaje, Mujer y Café</b>	35
Asociación de <b>Mujeres Cafeteras</b>	15
Asociación de mujeres Cafeteras <b>Corporación Montes y Agua</b>	10

*Fuente: Asociaciones de mujeres productoras de café (2018), Asociadas activas.*

Visitamos las fincas y predios de cada una de las mujeres asociadas, con el fin de aplicar diferentes herramientas de recolección de información como lo fueron: entrevistas semiestructuradas, videos, audios y un cuestionario de 49 preguntas que se dividió en: Preguntas generales dirigidas al productor, relevo generacional, café especial y valor agregado, cadena de comercialización y logística de última milla. Conjuntamente, se aplica diferentes diagnósticos con base en metodologías de mejoramiento continuo para verificar el estado de las tiendas de café.

**Ilustración 1: Instrumento de recolección de información, cuestionario**

**Fuente:** Investigadores (2018), Instrumento de recolección de información.

**Municipio de Pijao, Asociación de mujeres cafeteras Paisaje, Mujer y Café**

En septiembre de 2016, por medio de una alianza entre la Gobernación del Quindío y la Alcaldía de Pijao con el fin de construir una tienda de café, buscando fortalecer los procesos productivos, administrativos y de gestión de las asociaciones activas del municipio. Las mujeres productoras fueron beneficiadas en este proceso. Las asociadas vieron con emoción cómo sus ideas se materializaron y se convirtieron en la asociación ‘Paisaje, Mujer y Café’, conformada inicialmente por once mujeres caficultores, que, mediante una tienda especializada en café, comercializan sus productos derivados de la producción cafetera, con un mayor margen de rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

Nubia Loaiza Vargas, integrante de la asociación ‘Paisaje, Mujer y Café’, indicó *«la tienda ha sido muy bien recibida en el pueblo y los visitantes hablan de la excelencia de su producto: Es muy grato para nosotras haber culminado este proyecto con la gobernación, y que estemos aquí ofreciendo nuestro café al pueblo y a todos los visitantes. La gente está encantada con este lugar que ha sido un gran regalo para nosotras»*. La tienda, se provee de los cafés producidos por las asociadas en cada uno de sus predios. La tienda de café, queda ubicada a una cuadra del parque principal del municipio.

A pesar de que la asociación tiene un corto tiempo de vida, se ha valido de las experiencias significativas de otras asociaciones para trazar una ruta de sostenibilidad y rentabilidad en todas sus operaciones.

### **Municipio de Córdoba, Asociación de Mujeres Cafeteras**

La asociación de Mujeres cafeteras, cuenta con un recorrido importante en la comercialización de café, además posee una tienda propia en el parque principal del municipio de Córdoba. Según la asociada Dignori Soto *«siempre la tendencia de andar en manada, en el año 1993 comenzamos con las escuelas agroecológicas campesinas donde nos capacitaron y cada quien se fue por su lado, luego vino la época del terremoto donde hubo un proceso de la Federación Nacional de Cafeteros que se llamó consejo participativo de mujeres cafeteras, ahí nos reencontramos de nuevo y tomamos la decisión de continuar siendo una asociación de mujeres cafeteras, ya que somos un grupo de mujeres productoras de café y todas hemos trabajado en algún momento con el proceso del café»* ellas han podido palpar las ventajas y desventajas del mercado del café, allí radica la importancia de la asociación para establecer procesos sostenibles para la comercialización del café de todas las asociadas.

Según las proyecciones de la asociación, pretenden que el 100% café producido en sus fincas se pueda vender tostado y molido y su marca “Café Mujer” sea reconocido y posicionado, debido a que las condiciones para la venta en pergamino al comité de café van en contravía de la sostenibilidad de sus fincas. Alba lucero asociada, manifiesta que *«Este es un trabajo de un grupo de mujeres berracas, de una labor intensa, donde hemos aguantado y sobrevivido a muchas situaciones difíciles y que nos negamos a entregar las ganancias a terceras personas, por eso nos hemos dedicado desde la siembra, cultivo, recolección, beneficio y proceso de tostión y molido, a una vigilancia y selección estricta de un buen producto que pueda competir con los ya existentes a nivel nacional e internacional»* Ellas, poseen una marca reconocida en el eje cafetero denominada ‘Café Mujer’ y en la actualidad realizan charlas y acompañamientos a otras asociaciones del departamento y del país, enseñando las lecciones aprendidas a lo largo del funcionamiento de la asociación.

### **Municipio de Génova, Asociación de mujeres Cafeteras Corporación Montes y Agua**

La asociación Corporación Montes y Agua, es la unión de varias familias cafeteras tradicionales en búsqueda de brindar mejores ingresos en la comercialización del café, además de nuevas líneas de negocio como lo es el turismo y la gastronomía. Con un par de años de funcionamiento, la asociación es conocida por operar la torrefactora situada en el centro agroindustrial de la plaza de mercado del municipio, en unas instalaciones que además de ser empleadas para la transformación del producto, ofrecen al visitante un recorrido paso a paso por el proceso. En esta sede se cuenta con una capacidad operativa de mil 500 libras al mes, aunque su volumen de producción actual asciende a 800 libras por mes. la torrefactora es utilizada por los caficultores de los municipios de la cordillera y norte del valle del cauca.

El municipio de Génova, posee unas condiciones óptimas para el cultivo de café especial, por eso, la asociación busca poder establecer su marca y poder comercializarla fuera del municipio y del

departamento con el apoyo del SENA y la Gobernación del Quindío. Elayne Loaiza Jurado asociada, explica la importancia de poseer distintas certificaciones para la producción y comercialización de café *«En primera instancia logramos que la F.N.C nos otorgara la licencia como tostador avalado por la entidad para transformación. El hecho de contar con este sello permitirá sacar al mercado nacional el café producido con el aval de la institucionalidad gremial nacional»*. Adicional, se obtuvo la certificación de denominación de origen, que habilitará a la marca a venderse en el país como bien originario de Génova para su marca de café “Origen Genuino”.

El estándar logrado hasta el momento ha puesto en perspectiva una futura expansión a mediano plazo, reiteró la productora de café *«Ya se contemplan ideas como la creación de canales de venta en supermercados de cadena y tiendas de café; así como la instalación de puntos propios y la exportación. En este plan se ha determinado abrir un punto de venta en Armenia con el apoyo de la alcaldía municipal, pero en este momento buscamos opciones más económicas que las que hemos planteado, porque pese a lo logrado hasta el momento, seguimos siendo pequeños y microproductores»*.

Los 60 predios visitados a lo largo del proyecto de investigación de aplicada se concentran en las siguientes veredas.

**Tabla 3: Veredas visitadas**

Municipio	Veredas
<b>Pijao</b>	Patio Bonito
	Arenales
	Carniceros
	El verdal
	La maizena alta
	La maizena baja
	La mariela
	La mina
<b>Córdoba</b>	La Concha
	La española
	Rio verde alto
	La Soledad
	Siberia Baja
	La Concha
<b>Génova</b>	Rio gris
	San Juan
	La primavera

Rio lejos x  
La esmeralda

*Fuente: Asociaciones de mujeres productoras de café (2018), Veredas donde radican los predios y fincas.*

Todos los instrumentos de recolección aplicados en las asociadas nos arrojaron datos relevantes sobre la administración de sus fincas y los problemas persistentes allí presentes. Los datos presentados en los resultados se estandarizaron en las tres asociaciones de mujeres productoras de café especial, debido a que estas comparten características similares con relación a sus problemáticas, escenarios y prospectiva.

## 2. **RESULTADOS**

Los resultados del proceso de investigación, se dieron por medio de recolección de información en campo por medio de entrevistas estructuradas, semiestructurada y cualitativa y cuantitativa. Los resultados nos dan a entender que es necesario que se plantean políticas de comercialización más adecuadas con la dinámica de la económica local. La federación debe plantear que es necesario buscar nuevos nichos de consumo en otros continentes, y potenciar el consumo local del país.

Las asociaciones están realizando esfuerzos gigantescos por capacitarse con relación a los procesos administrativos y financieros, que según los resultados son las debilidades mas relevantes de todas las asociaciones. Con relación a la producción técnica de café, el SENA, FNC y ALMACAFÉ se encuentran potenciando sus diferentes variedades adaptándolos a las zonas de producción cafetera.

**Tabla 4: Generalidades productoras**

<i>Preguntas</i>	<i>Respuestas promediadas 3 asociaciones</i>
<b>Hectáreas cosechadas de café</b>	3,75 promedio hectáreas
<b>¿hace cuantos años tiene esta finca?</b>	80% Mas de 20 años 20% Entre 5 y 10 años
<b>¿Cómo adquirió la finca?</b>	80% Herencia 15% Recursos propios 5% Alquilada
<b>¿La producción de café es la actividad económica principal de la finca?</b>	80% Café 10% Plátano 10% Otros
<b>¿Cuál es el nivel de escolaridad del productor?</b>	80% Primaria 20% Bachiller

¿Su sustento económico se deriva de la agricultura?	100% Si
---	---------

*Fuente:* Recolección de información en campo, con base en las entrevistas semiestructuradas y cuestionario.

**Tabla 5: Entorno familiar**

<i>Preguntas</i>	<i>Respuestas promediadas 3 asociaciones</i>
¿Posee algún familiar vinculado a la producción de café en la finca?	40% Esposo 30% Hijos 15% Ninguno 15% Otros
Si respondió la pregunta anterior de forma afirmativa	90% Primaria 10% Bachiller
¿Cuál es el nivel de escolaridad de la persona?	
¿Tiene previsto el relevo generacional de la finca productora?	95% SI 5% No
Si no hubiese relevo generacional ¿ha previsto cuál será el futuro de la finca?	10% Venderla 90% No sabe que hacer
¿Ha habido algún tipo de reflexión familiar donde se ha tratado la llegada de este cambio generacional?	90% No vender la finca 5% Que algún familiar la herede 5% Venderla
¿Recomendaría la actividad agrícola a algún familiar?	100% Si
¿Cuál es su percepción del campo como agricultor?	60% Calidad de vida 30% Comida Orgánica 10% Tranquilidad
¿Su núcleo familiar depende económicamente de la agricultura?	100% Si
¿Si tuviese la oportunidad, cambiaría su actividad agrícola?	100% No

*Fuente:* Recolección de información en campo, con base en las entrevistas semiestructuradas y cuestionario

**Tabla 6: Desarrollo de la idea de negocio**

<i>Preguntas</i>	<i>Respuestas promediadas 3 asociaciones</i>
¿Qué variedad de café especial cosecha en su finca?	60% Variedad Castilla 10% Variedad Caturra 10% Variedad Tabí 10% Variedad Colombia 10% Variedad Amarillo
¿Cuántas hectáreas de café especial tiene sembrado en la finca?	3,75 hectáreas
¿Cuenta con un inventario de lotes de café?	80% No 20% Si
¿Posee un registro de producción de café?	80% No 20% Si
¿Cuál es la producción aproximada de café especial anual?	16,8 cargas de café en promedio
¿Conoce la rentabilidad económica por hectárea de café especial?	100% No
¿Conoce algún sello distintivo para el café especial?	80% No 20% Si
¿Su finca productora de café especial, posee algún sello distintivo de café especial?	90% No 10% Si
¿Cuántos trabajadores se encuentran empleados en promedio en su finca?	80% 2 permanentes y 3 temporales en promedio 20% 2 permanentes y 2 temporales en promedio
¿El personal contratado es del municipio?	100% Si
¿En promedio cuanto es el pago diario al trabajador?	80% Mas de \$31.000 pesos 20% Entre 21.000 y 30.000 pesos
¿En promedio, Cual es la facturación anual de la finca? Valores en millones	80% Mas de 30 millones de pesos 20% Menos de 20 millones de pesos

¿Cuáles son los costos más representativos en la producción de café especial de la finca?	50% Abono y Fertilizante 20% Salarios 10% Transporte 10% Comercialización 10% Gastos familiares
¿Hace uso de la tecnología en el proceso de producción de café especial?	20% Si 80% No
¿Hace uso de herramientas financieras para determinar la rentabilidad por hectárea de café especial?	70% Si 30% No
¿la finca cuenta con marca propia de café especial?	30% Si 70% No
¿Le gustaría tener marca propia de café especial?	100% Si
¿Cuenta con apoyo gubernamental para la producción de cafés especiales?	100% Si
¿Cuánto kilos de café entrega a la asociación?	10 kilos mensuales de café en promedio

**Fuente:** Recolección de información en campo, con base en las entrevistas semiestructuradas y cuestionario.

**Tabla 7: Procesos Organizacionales y Logísticos**

<i>Preguntas</i>	<i>Respuestas promediadas 3 asociaciones</i>
¿A quién entrega la producción de café especial?	20% Asociación 40% Cliente Interno 40% Cliente Externo
¿En qué presentación entrega la producción de café especial?	100% Beneficio seco
¿La producción de café especial hace la entrega en cuál de los siguientes sitios?	20% En la finca 20% En la asociación 60% En la cooperativa
¿Cuál es el medio de transporte en el que entrega	100% Jeep Willys

la producción de café especial?	
¿Realiza trazabilidad de la producción de café especial después de que sale de la finca?	80% Si 20% No
¿Tiene comunicación con sus clientes finales?	100% No
¿El municipio cuenta con central de beneficio de café especial?	100% No
¿Conoce las tendencias mundiales de consumo de café especial?	Si 20% No 80%

**Fuente:** Recolección de información en campo, con base en las entrevistas semiestructuradas y cuestionario.

### 3. DISCUSIÓN

- Las asociaciones presentes en el proyecto de investigación, presentan una serie de fortalezas que se reflejan en la cooperación entre las mismas, y se refleja en la creación de una red de mujeres cafeteras del departamento del Quindío.
- Con relación a la producción de café, se encuentran en constante capacitación y mejora en sus procesos, por consiguiente, algunos lotes de café poseen una taza de café de excelente calidad.
- El gobierno departamental, las fortalece con la entrega de unos espacios para la comercialización de su café terminado, en este caso mediante tiendas en comodato cerca a los parques de los municipios.
- El café sigue siendo importante en la económica de los municipios, pero ha perdido relevancia entre los jóvenes debido a la percepción de pobreza y abandono que se ha generado a lo largo de los años.
- Las 3 asociaciones manifiestan que, a pesar de las problemáticas en el sector cafetero, no venderán sus fincas ni cambiarán sus cultivos.
- Es necesario que el gobierno nacional, plantee políticas claras y eficientes para la comercialización del grano, abriendo nuevos nichos de mercado en otros continentes o en su defecto el aumento del consumo de café especial interno.
- Se evidencia diferencias y dificultades con relación a la administración de las asociaciones, debido a que en la actualidad no son sostenibles en el tiempo.

#### 4. AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos fraternales a las asociaciones Paisaje, Mujer y Café de Pijao, Mujeres Cafeteras de Córdoba y Corporación Montes y Aguas de Génova; además al SENA Centro Comercio y Turismo en especial por su apoyo al proyecto de investigación al Sistema de Investigación, Innovación y Desarrollo Tecnológico SENNOVA.

#### 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía de Córdoba. (05 de 03 de 2016). <http://cordoba-quindio.gov.co>. Obtenido de [http://cordoba-quindio.gov.co/informacion\\_general.shtml#identificacion](http://cordoba-quindio.gov.co/informacion_general.shtml#identificacion)
- Alcaldía de pijao. (22 de 01 de 2016). <http://www.pijao-quindio.gov.co>. Obtenido de [http://www.pijao-quindio.gov.co/informacion\\_general.shtml#geografia](http://www.pijao-quindio.gov.co/informacion_general.shtml#geografia)
- Álvarez, Y. R. (2011). *Incidencia del PIB agropecuario en el PIB nacional. Evolución y transformación*. Cali: Universidad de San Buenaventura Cali - Colombia.
- Botiva León, M. A. (Diciembre de 2015). <http://www.cepal.org/>. Recuperado el 25 de Abril de 2016, de [http://www.cepal.org/sites/default/files/document/files/empleo\\_e\\_ingreso\\_rural.pdf](http://www.cepal.org/sites/default/files/document/files/empleo_e_ingreso_rural.pdf)
- CODECYT. (2007). *Agenda de Ciencia, Tecnología e Innovación para el departamento del Quindío*. CODECYT, Quindío. Armenia: Universidad del Quindío. Recuperado el 18 de Abril de 2016
- Departamento Nacional de Planeación. (2008). <https://spi.dnp.gov.co>. Recuperado el 31 de mayo de 2016, de [https://spi.dnp.gov.co/App\\_Themes/SeguimientoProyectos/ResumenEjecutivo/1024001640000.pdf](https://spi.dnp.gov.co/App_Themes/SeguimientoProyectos/ResumenEjecutivo/1024001640000.pdf)
- DNP-DDRS. (2014). *Mision para la transformacion del campo*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Econmicos/2015ago6%20Documento%20de%20Ruralidad%20-%20DDRS-MTC.pdf>
- FAO. (2006). *Informe de politicas: Seguridad alimentaria*. FAO.
- Gobernacion del Quindio. (18 de 09 de 2013). Obtenido de <https://quindio.gov.co/observatorio-departamental-del-quindio/52-el-departamento/municipios-del-quindio/genova/fundacion/54-fundacion-1903-1928>
- Iragorri, A. (16 de Octubre de 2016). (J. P. Bieri, Entrevistador) Youtube Red +Noticias. Bogotá. Recuperado el 17 de Febrero de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=49-7ch6QYzg>
- Municipio de Genova. (2016). *Ficha basica municipal*. Genova, Quindio.