



ASOPECAM - PROCASUR

“ASOPECAM: Ejemplo de producción orgánica y relevo generacional

LA MARINA, VALLE DEL CAUCA, COLOMBIA

PROCASUR 2013

Procasur



Programa Regional Juventud Rural Emprendedora

ÍNDICE

Presentación	3
1. ¿En qué contexto se desarrolla la experiencia?	4
2. ¿Cómo está organizada la experiencia y cuáles son sus principales objetivos?	5
3. ¿Cómo nace la experiencia y cuáles son los principales hitos en su desarrollo?	7
4. ¿Qué factores han facilitado el desarrollo de esta experiencia y cuáles son las claves de su éxito?	10
5. ¿Cuál ha sido el rol de los/las jóvenes durante el desarrollo de la experiencia?	12
6. ¿Cuáles son los principales obstáculos que han enfrentado?	14
7. ¿Cuáles son los desafíos que enfrenta la experiencia?	15
8. ¿Qué lecciones podemos extraer de esta experiencia?	15
9. ¿Cuáles son los aspectos de aprendizaje más relevantes?	17
10. Referencias Bibliográficas	17

PRESENTACIÓN

La presente sistematización se realiza en el marco del Programa Regional Juventud Rural Emprendedora, financiado por el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) y ejecutado por la Corporación PROCASUR.

El interés por sistematizar experiencias responde a uno de los objetivos principales del Programa Regional Juventud Rural Emprendedora orientado a mejorar el conocimiento de la situación de las poblaciones rurales jóvenes, sus procesos y estrategias de vida; así como a promover el desarrollo de innovaciones, dirigiéndose a resolver la ausencia de respuestas específicas a las demandas y necesidades de los distintos grupos de jóvenes de las áreas rurales de la región. Existen algunas temáticas de especial interés para el Programa, ya que son relevantes para promover la autonomía económica de los y las jóvenes rurales, entre estas destacan: desarrollo empresarial, accesos a servicios financieros, acceso a activos, asociatividad y redes.

La experiencia de la Asociación de Pequeños Caficultores de La Marina – ASOPECAM, fue identificada inicialmente para hacer parte de los casos exitosos de la Ruta de Aprendizaje “Emprendimiento juvenil para África”, realizada del 20 al 24 de mayo de 2013 con el apoyo de la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia (APC) y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), en el marco de la Estrategia de Cooperación Sur-Sur entre Colombia y el continente africano.

Este documento es resultado de un trabajo de sistematización conjunta con ASOPECAM que se realizó en el municipio de La Marina ubicado en el departamento de Valle del Cauca, Colombia, incluyendo visitas en campo a productores de la asociación y entrevistas con directivos y jóvenes asociados. La sistematización busca rescatar por parte de los protagonistas, aspectos relevantes en la experiencia de desarrollo empresarial rural para la producción de cafés especiales bajo sistemas de producción orgánica y comercio justo, y los modelos de emprendimiento de los jóvenes dentro de la asociación. A partir de la experiencia de ASOPECAM podremos conocer las principales características, factores de éxito y principales aprendizajes que se han generado para llevar con éxito un esquema de relevo generacional en la organización y la incorporación efectiva de los jóvenes en iniciativas de generación de ingresos. De este ejercicio se espera extraer lecciones aprendidas que puedan ser útiles para otras organizaciones productoras rurales que deseen fortalecer su trabajo con jóvenes.

1. ¿EN QUÉ CONTEXTO SE DESARROLLA LA EXPERIENCIA?



Hasta el siglo XIX, el poblamiento territorial vallecaucano se había concentrado en el valle del río Cauca. Fueron los antioqueños quienes, a finales del siglo, iniciaron el poblamiento de las áreas de ladera cordilleranos. De esta colonización surgieron nuevos centros poblados, como Versailles (1887), Sevilla (1903), Caicedonia (1905), Darién (1913), Restrepo (1913) y Trujillo (1924). Uno de los motivos a los que se atribuye la colonización es la necesidad de ampliar las zonas de cultivo del café, que ya estaba tomando importancia dentro de la economía regional, de ser un producto de pancoger pasa a convertirse en el principal renglón comercial. Otra de las motivaciones de esta migración es la necesidad de tierra para pequeños productores, ya que las tierras planas estaban en manos de grandes hacendado. A partir de 1945, fenómenos sociales como la violencia, y económicos como la industrialización, propiciaron la concentración de la población en los centros urbanos de Cali, Palmira, Panga, Yumbo, Tuluá, Cartago y Sevilla, iniciándose así el período de urbanización moderna del departamento. Actualmente se encuentran unas áreas casi deshabitadas en la llanura selvática del Pacífico y partes elevadas de las cordilleras, en contraste con las tierras de vertiente y del valle del Cauca, que se encuentran densamente pobladas.

La Marina es un corregimiento ubicado en la zona rural montañosa del municipio de Tuluá, en el departamento del Valle del Cauca. Se encuentra situada a 1200 metros sobre el nivel mar, a 15 kilómetros del casco urbano de la ciudad de Tuluá. Cuenta con una población aproximada de 2806 habitantes y una temperatura promedio de 23 grados centígrados.

Los municipios del centro del Valle se caracterizan por tener una orografía diversa que permite variedad de cultivos, desde las tierras planas donde la caña es el principal cultivo hasta la zona montañosa que es apta para el cultivo de café, plátano y diversas hortalizas.

Esta zona, durante el último decenio, sufrió grandes desplazamientos de población por motivos de orden público, lo que ocasionó un cambio en el uso de la tierra. Fincas cafeteras se convirtieron en ganaderas al cambiar sus dueños, generando un nuevo proceso de acumulación de tierras y ocasionado problemas ambientales como la erosión y la degradación de los suelos, debido al mal uso dado.

Al mismo tiempo, el cultivo de café en los últimos 20 años, al mejorar las variedades, se ha vuelto intensivo en uso de agroquímicos. Los Comités Cafeteros (estructura descentralizada de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia) impulsan en su mayoría paquetes tecnológicos que requieren fertilizantes y plaguicidas químicos, los cuales son entregados o subsidiados por el Comité Cafetero Regional. Esta dinámica dificulta el cambio de prácticas culturales ya que los técnicos no siempre apoyan un sistema de producción agroecológico.

El Valle del Cauca es una de las regiones donde se inició el cultivo y el interés por el café orgánico, con apoyo de entidades no gubernamentales como el Instituto Mayor Campesino (IMCA), así como con el Comité de Cafeteros. Esto impulsó a las organizaciones de productores a cambiar sus sistemas de producción e incursionar en un nuevo mercado: los productos orgánicos.



2. ¿CÓMO ESTÁ ORGANIZADA LA EXPERIENCIA Y CUÁLES SON SUS PRINCIPALES OBJETIVOS?

Actualmente (2013) ASOPECAM la conforman 44 familias, de las cuales el 80% tienen su finca cafetera certificada en producción orgánica (ECOCERT) y comercio justo (FLO), y se estima que hay alrededor de 250 personas vinculadas a la asociación. ASOPECAM cuenta con una Junta Directiva que es nombrada por la Asamblea General de acuerdo al régimen legal colombiano para este tipo de organizaciones.

La Asociación está organizada por núcleos de acuerdo a su distribución geográfica, los cuales son: La Iberia, Pardo, Tivolí, San Lorenzo y La Moralia. En cada núcleo hay un coordinador y un promotor encargado de realizar el apoyo técnico. Los promotores técnicos son jóvenes, hijos de asociados, que han recibido formación técnica en diversas entidades como el SENA, Universidades o instituciones privadas, y que se encargan de apoyar a los productores en los procesos de certificación, así como de propiciar encuentros que promuevan aprendizajes técnicos como los intercambios entre productores. Este proceso fortalece el relevo generacional, al tiempo que contribuye a valorar y transmitir los conocimientos de los productores.

La asociación cuenta con un Sistema Interno de Control (SIC), requisito exigido para los procesos de certificación, el cual es coordinado por un Comité conformado por un representante de la Junta Directiva, uno de los productores y un promotor rural. Este comité se encarga de coordinar el proceso de certificación en forma integral: realizar visitas, recomendaciones y, cuando es necesario, aplicar las sanciones.

Además, cuentan con un centro de acopio en la sede de la asociación que les permite realizar todo el proceso de compra y selección directamente, lo que les asegura la trazabilidad de su producto y facilita la generación de 7 empleos directos. El café se paga en forma inmediata al asociado, gracias a la existencia de un fondo común que permite garantizar la compra al productor en cualquier momento del año.



El producto principal de la asociación es el café orgánico, orientado preferentemente a la exportación a países que reconocen el valor agregado de las certificaciones en producción orgánica y comercio justo, principalmente en Europa y Estados Unidos. El proceso de exportación es apoyado por un colectivo de organizaciones que han adquirido las mismas certificaciones, quienes lideran una iniciativa a nivel nacional para representar a los pequeños productores que manejan este tipo de producción.

Sin embargo, la organización también participa en el mercado local y nacional. El sistema de acopio y selección les permite diferenciar la producción de café de sus asociados y tener una oferta variada de producto en función de su calidad y origen.

Así, ASOPECAM logra poner en el mercado toda su producción de café: aquel que es producido de forma convencional (no orgánica) se vende al Comité de Cafeteros; venden en pergamino a empresas ubicadas en Cali cuyo precio incluye las primas derivadas de su certificación; participan de la Red de Mercados Ecológicos del Valle del Cauca y; comercializan por medio de su marca propia “Café TINAMU” en mercados locales y especializados.

Con este fin, han ajustado un espacio de la sede de su asociación como punto de difusión y venta. En este espacio, además de café, se ofrecen productos procesados como arequipe (dulce de leche tradicional), yogurt, miel, chocolate, cremas y champús (manzanilla, romero, quinua). Los días sábado, además, organizan un pequeño mercado donde se venden los productos frescos de la huerta.

Como forma de incentivar la incorporación de jóvenes y mujeres, la asociación cuenta con un sistema de microcrédito denominado fondo rotatorio, que es exclusivo para apoyar proyectos productivos desarrollados por estos grupos vulnerables. El monto del crédito es de \$300.000 pesos colombianos (USD\$150) para los jóvenes y \$500.000 (USD\$250) para las mujeres. Para facilitar el acceso a crédito por parte de los y las jóvenes, se han incentivado proyectos asociativos, como el caso de un grupo que procesa cacao que compra a uno de los asociados.

El grupo de mujeres cuenta con 15 asociadas, de las cuales 3 son jóvenes. Su principal actividad es la elaboración de productos cárnicos, con los que proveen de almuerzos y refrigerios en las actividades de la asociación. Desde el 2010 tienen participación en la Junta Directiva como representación del grupo.



3. ¿CÓMO NACE LA EXPERIENCIA Y CUÁLES SON LOS PRINCIPALES HITOS EN SU DESARROLLO?

La organización nace en 1993 por iniciativa de la Organización Max Havelaar¹, proyecto liderado por el Comité de cafeteros, con el objetivo de impulsar la producción orgánica de café. El proceso se inicia con la transición de las fincas desde producción convencional a orgánica, y la implementación de chachas orgánicas para el consumo familiar. En 1995 logran certificarse en comercio justo, exportando su café bajo esta certificación. Con el fin de formalizar su proceso organizativo, en 1997 se legalizan como asociación, eligiendo su junta directiva y elaborando estatutos. Ese mismo año comienzan a exportar café a naciones europeas.

Hasta el año 2003, la organización estaba dirigida por la ONG en conjunto con el Comité de Cafeteros, quienes se encargaban de todo el proceso de comercialización del café. Los productores sólo se limitaban a producir y recibir un pago por la venta de su producto, pero no participaban de las decisiones ni tenían conocimiento sobre las transacciones, precio de venta o cualquier otra información sobre el destino del café vendido.

En base a esta situación, los productores inician un proceso de autonomía y de fortalecimiento organizacional, tomando la decisión de realizar ellos mismos el proceso de comercialización. “Esta iniciativa nace de la necesidad de fortalecer la economía campesina de un grupo de pequeños caficultores y unir esfuerzos en busca de un mejor nivel de vida, a través de una comercialización más directa y con el apoyo del comercio justo, que nos brindase la oportunidad de hacer parte del proceso de negociación y comercialización de nuestro producto y de esta manera ir logrando tener más autonomía para así consolidar una propuesta productiva sostenible que fuera viable tanto en lo económico, ambiental y social, bajo criterios de transparencia, honestidad, compromiso, trabajo en equipo, solidaridad y empoderamiento por nuestra cultura campesina” (Javier Rivera – Socio fundador).

¹ Max Havelaar. Organización creada en los países bajos que agrupa organizaciones y productores que comercian bajo esquemas de Comercio justo.

“...Antes de crear la asociación éramos productores de café que trabajamos independientemente y le vendíamos la producción a la Cooperativa de Caficultores del Centro del Valle y del recurso obtenido por la venta de las cosechas se pagaba las deudas derivadas de los periodos donde no había producción y se volvía a comprometer la próxima cosecha en créditos para abonamiento con fertilizantes químicos, de igual manera sucedía con los alimentos, ya que nuestras fincas estaban acondicionadas solo para el monocultivo de café y el plátano, existiendo así escasez de otros productos alimenticios que eran posibles de producir en nuestras unidades productiva pero que no lo hacíamos porque habíamos perdido la cultura de sembrar alimentos, haciendo aún más frágil nuestra economía...”

*Javier Rivera.
Socio fundador ASOPECAM*

Bajo esta premisa, ASOPECAM inicia su proceso de autonomía incursionando en las actividades de comercialización, apropiándose de los procesos de certificación y decidiendo sobre los recursos económicos adicionales (primas) que recibían por su producto.

Durante el año 2006 se observa un primer intento por parte de los jóvenes por participar activamente de asociación, a través de la organización de un grupo de hijos de asociados. Sin embargo, la falta de liderazgos y la dificultad de encausar las ideas provocaron que esta iniciativa no alcanzara mayor impacto. Sin embargo, tres de estos jóvenes que se encontraban cursando los últimos años de bachillerato, logran vincularse como promotores dentro del Comité de Certificación y hacer parte del Sistema Interno de Control (SIC). Esto les permitió generar algunos ingresos y abrir un espacio para demostrar las potencialidades de la juventud al interior de la organización.

En virtud de este reconocimiento, en el 2008 se conforma un Fondo Rotatorio con recursos de la Asociación y del IMCA, que busca apoyar proyectos productivos de jóvenes hasta por un valor de \$300.000 pesos colombianos (USD\$150). En este mismo año, los jóvenes proponen a la asociación hacerse cargo de la promotoría rural, que hasta ese entonces estaba en manos de un comité. La Junta autoriza esta solicitud y ellos comienzan a realizar esta función a través de la implementación de una metodología de campesino a campesino, trabajando temas como los pronósticos prediales de las cosechas y la promoción de prácticas agroecológicas.

En el 2009, los jóvenes proponen a la Junta Directiva de la asociación asumir la asistencia técnica, reemplazando al técnico externo contratado para cumplir con este rol. El argumento de los jóvenes se basó en los bajos resultados obtenidos a través de la gestión del asistente, y de las potencialidades que han demostrado los jóvenes en su rol de promotores. Así, desde el 2010 los jóvenes se hacen cargo de la asistencia técnica y acompañamiento de los productores, aplicando metodologías participativas y generando una buena aceptación por parte de los 54 asociados registrados en ese momento. La asistencia técnica se orientaba a la producción de café, producción pecuaria y seguridad alimentaria. En este proceso se logra establecer un diálogo muy proactivo entre los asociados y el grupo de jóvenes promotores, dinamizando una transferencia de conocimiento y una relación intergeneracional.

Durante el 2010, con el apoyo del Programa Oportunidades Rurales del Ministerio de Agricultura, se deja un rubro para tener una trabajadora social que apoye a los jóvenes en la conformación de sus iniciativas productivas y se les capacita en liderazgo y emprendimiento, lo que facilita el proceso de empoderamiento juvenil al interior de la asociación. Fruto de este proceso es la conformación del grupo GELPEMA, Generación y Lucha por el Medio Ambiente, el cual es reconocido en el 2011 por la Asamblea General de ASOPECAM como el grupo de jóvenes de la Asociación.

Ese mismo año, el grupo de jóvenes participa de un proceso de capacitación en el tema organizacional apoyado por Vallenpaz². La capacitación se da dos veces al mes durante un año y participan 15 jóvenes líderes del grupo. Como resultado de este proceso, los jóvenes conforman su propia Junta Directiva, elaboran su plan de desarrollo y definen el reglamento interno de la asociación. Además, gracias a la facilitación de recursos por parte de ASOPECAM y los ahorros generados por los propios jóvenes a través de la realización de actividades comunitarias (rifas, por ejemplo), inician un emprendimiento orientado a la transformación de productos derivados del cacao. Los conocimientos y materia prima necesaria para el negocio fueron brindados por uno de los socios de ASOPECAM, que los acompaña y los instruye en el proceso de transformación.



Para el 2012 se consolida el grupo con 8 jóvenes, que se organizan para trabajar, y empiezan a recibir una remuneración que les cubre la alimentación y el transporte, proveniente del fondo y aprobada por la Junta Directiva de ASOPECAM, como incentivo mientras se consolida la producción.

En forma paralela a esta iniciativa, se forma un proyecto de panadería apoyado por los recursos provenientes de la segunda etapa del proyecto con VallenPaz. Uno de los jóvenes tenía conocimientos sobre la elaboración de productos de panificación y uno de los socios de ASOPECAM tenía herramientas asociadas a este rubro, que no utilizaba. En virtud de la identificación de esta oportunidad, se reúne un grupo de jóvenes para participar del emprendimiento, quienes reciben capacitaciones y comienzan a fabricar panes tradicionales y de repostería relacionada con el café.

En relación a la producción de café, la asociación sufrió una baja durante el periodo 2011-2012 por la aparición de una plaga en los cafetales (roya) que les impidió cumplir con los estándares internacionales, imposibilitando su exportación. Esta situación los obligó a reforzar su vinculación con el mercado nacional, desarrollando una marca propia de café llamada Tinamu³. Para estos efectos, la asociación contó con el apoyo del programa de Oportunidades Rurales, que les permitió llegar con su producto a cadenas regionales de almacenes.

Durante todo este proceso, varios jóvenes han logrado desarrollar capacidades técnicas y administrativas importantes, lo que les ha permitido empoderarse y liderar hoy aspectos de gran relevancia para la asociación. Actividades como el acopio y selección del grano, el tostado del café, la asistencia técnica a productores y la comercialización son desempeñadas por jóvenes de la asociación. Las perspectivas para el 2013 son de continuar con la exportación del producto, al introducir nuevas variedades de café resistentes a la roya.

² VallenPaz. Corporación privada sin ánimo de lucro, creada en el año 2000. Está compuesta por cerca de 800 miembros de diversas procedencias: universidades, empresas, iglesia, Ong's, entidades privadas y gubernamentales. Su objetivo es la construcción de la paz a través del desarrollo humano y socio económico de los pequeños agricultores. www.vallenpaz.org.co

³ Tinamú, nombre de un ave de la región.

4. ¿QUÉ FACTORES HAN FACILITADO EL DESARROLLO DE ESTA EXPERIENCIA Y CUÁLES SON LAS CLAVES DE SU ÉXITO?

Establecer alianzas, acuerdos y convenios con diferentes actores:

ASOPECAM ha recibido apoyo tanto de entidades privadas como gubernamentales, algunas de estas son:

- El Instituto Mayor Campesino (IMCA)⁴, quien ha brindado acompañamiento en los procesos de fortalecimiento organizacional y apoyo en el proceso de comercialización con el colectivo de organizaciones.
- El Programa de Acción Social⁵, que facilitó el fortalecimiento en el área productiva gracias al proyecto de adecuación del centro de acopio.
- El Ministerio de Agricultura, a través del Programa de Oportunidades Rurales, financió la implementación del proceso de transformación de café, lo que les permite ser autónomos en los procesos y certificar la trazabilidad de su producto.
- La Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC)⁶ los ha apoyado para acceder al programa de certificación para productos agroecológico con la certificadora comercial ECOCERT.
- La Alcaldía Municipal de Tuluá, la Gobernación del Valle del Cauca y el Comité de Cafeteros los han apoyado en los programas sociales para la cofinanciación del proyecto de vivienda y beneficio húmedo.

Además, han generado alianzas con varias entidades para el desarrollo de proyectos específicos:

- Con la ONG Surcos Comunitarios Y COMPAS⁷ para el desarrollo del programa Escuelas Campesinas en Agroecología, siendo ASOPECAM centro de formación.
- Con el Movimiento Agroecológico para América Latina y el Caribe (MAELA)⁸ en el desarrollo del proyecto Sistemas de Garantía Participativa SGP a nivel Andino.
- Con VallenPaz, que ha financiado algunos de los proyectos en apoyo a los grupos de jóvenes y de las mujeres.

Estas alianzas le han permitido a ASOPECAM fortalecerse como organización y ampliar su acción ejecutando proyectos para otras entidades, además de aprovechar los recursos disponibles a nivel local, regional y nacional, e invertir estratégicamente los subsidios recibidos.

Articularse de manera estable y cercana a mercados diferenciados:

Por otra parte, la participación en el mercado de Comercio Justo ha hecho posible que la organización reciba un pago estable y competitivo por su café; de la misma forma ha invertido las primas que entrega este tipo de mercado en proyectos sociales y productivos para beneficio de los asociados, facilitando la consolidación de la organización y la inclusión de los jóvenes en la misma.

⁴ Organización no gubernamental regida por los principios de una fundación. Fundada en 1962 por la Compañía de Jesús. Su objetivo es promover y consolidar una propuesta de sostenibilidad regional.

⁵ La Agencia presidencial para la acción social y la cooperación internacional es una entidad creada por el gobierno para canalizar los recursos nacionales e internacionales para ejecutar programas sociales que dependen de presidencia y que atienden poblaciones vulnerables. Es absorbido en el 2010 por el Departamento de Prosperidad Social –DPS y por la Agencia Presidencial para la Cooperación - APC

⁶ Autoridad ambiental de carácter regional adscrita al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible

⁷ COMPAS. Programa internacional con 22 organizaciones de desarrollo en 10 países distintos que busca fortalecer el desarrollo endógeno en temas de agricultura, salud y los recursos naturales.

⁸ Movimiento conformado por ONG, organizaciones campesinas, consumidores, indígenas, movimientos y redes de agroecología e instituciones de educación y Universidades con el objetivo de fomentar la Agricultura Ecológica como elemento fundamental de un nuevo modelo de desarrollo sustentable.

Su política de producción orgánica también ha sido un factor de desarrollo; las exigencias de las certificadoras obligan al productor a mejorar su calidad de vida en aspectos como: purificación del agua de consumo, uso de sistemas de purificación de aguas residuales (pozos sépticos, filtros), organización de la vivienda (separación de habitaciones y almacenamiento de productos), uso de prendas adecuadas para manejo de productos químicos (en caso de hacerlo), condiciones adecuadas de servicios sanitarios, cumplimiento de leyes laborales para los trabajadores, entre otros. El cumplimiento de estos requisitos ha permitido el mejoramiento de la calidad de vida de los asociados, generando que sus condiciones productivas y la vida al interior de las fincas sea más favorable en comparación con otros productores cafeteros.

En este sentido ASOPECAM ha sabido aprovechar sus ventajas comparativas para ser competitivos en un nicho de mercado, trabajando en base a una demanda concreta y estableciendo una relación cercana con sus clientes.

Fomentar el liderazgo, la visión de colectivo y la participación.



A lo largo de su experiencia, las directivas que han orientado el desarrollo de ASOPECAM han demostrado su liderazgo con credibilidad y resultados concretos, siendo reconocidos y valorados por los socios. Igualmente, han mantenido en forma constante la preocupación por generar espacios de diálogo y reflexión interna, lo que motiva la participación de los socios y construye un escenario de confianza.

Como fruto de este proceso ASOPECAM, tiene una cultura asociativa arraigada y un sentido de pertenencia muy fuerte por parte de sus socios, aplican prácticas democráticas en su estructura organizacional y sus miembros asumen responsabilidades en los distintos procesos de la asociación.

Finalmente ASOPECAM ha propiciado el diálogo intergeneracional y ha abierto caminos claros para que los jóvenes se integren de manera efectiva en los roles y funciones propios de la organización, al igual

que ha dinamizado nuevas iniciativas y emprendimientos liderados sólo por los jóvenes, favoreciendo también la diversificación e innovación de productos y servicios.

5. ¿CUÁL HA SIDO EL ROL DE LOS/LAS JÓVENES DURANTE EL DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA?

El principal espacio de participación de los y las jóvenes al interior de la organización, es en el Sistema Interno de Control (SIC). El rol y liderazgo de los jóvenes en esta labor muestra su grado de compromiso en la organización, debido a que este comité es la más alta autoridad a nivel técnico y responsable del cumplimiento de los requisitos exigidos por las certificadoras y, por lo tanto, de la posibilidad de acceso al mercado de productos orgánicos. Actualmente de 5 miembros del Comité de Certificación 3 son jóvenes.

Además de su participación en el SIC, los jóvenes tienen otras labores de igual responsabilidad, como la compra del café, su acopio y selección. El proceso de compra requiere de un análisis que permita determinar las condiciones del producto, para estimar su valor. En este sentido, es un proceso que requiere de mucho conocimiento sobre el proceso productivo y mucha responsabilidad para con los asociados.

Labores del SIC

Se hace un seguimiento para verificar que se cumplan todos los compromisos tanto como asociado, como dentro de los procesos de certificación. Algunos de los procesos que se evalúan son: forma de llevar los registros manejo del beneficiadero húmedo, siembra de la huerta, plan de fertilización; en general que se lleven a cabo todas las actividades, se hace una visita a principios de año y otra al final; el comité pasa un informe que es revisado por los auditores que representan a las certificadoras. Se hacen llamados de atención y/o recomendaciones en caso de encontrar alguna falla. Las visitas no son anunciadas, sólo va una persona a cada visita, se escoge un promotor o socio que no pertenezca al núcleo visitado. Para el control se utiliza una ficha de inspección interna para verificar cada uno de los aspectos a tener en cuenta.

Otra rol, importante que desarrollan los jóvenes es durante el proceso de transformación, principalmente, el proceso de tostado del café. Este se identifica como un momento estratégico dentro del proceso de transformación, ya que es en este espacio donde se determina el punto de tasa para la catación. Esta labor, que requiere experiencia y conocimiento del grano, está a cargo de una joven.

Además de participar en las labores propias de la asociación, los jóvenes se han organizado en proyectos productivos que agregan valor a productos de la región y que les permiten tener un ingreso adicional. Un ejemplo de esto es la producción de chucula, un chocolate artesanal, que utiliza la producción de cacao de uno de los asociados y le agrega valor obteniendo un producto de consumo local.

Otro elemento que dinamizan los jóvenes de la asociación es el relacionado con la sensibilización y educación ambiental. Aprovechando los espacios de las escuelas rurales, han realizado varias jornadas lúdicas y artísticas para reflexionar con los niños y jóvenes del municipio sobre la responsabilidad ambiental, y promover prácticas de reciclaje, reforestación, cuidado del agua y educación ambiental. Igualmente aprovechan los espacios culturales de fiestas populares y bazares para realizar performance con temas alusivos al medio ambiente, motivando en la comunidad reflexiones críticas sobre la responsabilidad ambiental y promoviendo buenas prácticas para el cuidado y uso responsable de los recursos naturales.

En términos generales, la participación de los y las jóvenes dentro de la asociación es muy integral ya que, no sólo lideran procesos en distintas áreas al interior del proceso productivo, sino que la representan y proyectan con aliados externos y la comunidad en general. Esto ha sido posible, entre otras cosas, por una visión clara desde las directivas de ASOPECAM que proyectan la organización como un espacio de desarrollo humano, en donde la productividad y rentabilidad del negocio no son los únicos objetivos corporativos, dando cabida en igualdad de importancia al bienestar de las familias de sus asociados y la comunidad.

De la misma forma, han promovido permanentemente la vinculación de los y las jóvenes con estrategias de motivación, al facilitarles espacios para la innovación, el aprendizaje y sobre todo generando confianza al delegar en ellos poco a poco responsabilidades de la asociación. Esto evidencia un empoderamiento real y profundo de los jóvenes en su organización, garantizando sin duda la sostenibilidad de ASOPECAM a través del relevo generacional.



6. ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES OBSTÁCULOS QUE HAN ENFRENTADO?

El principal obstáculo que ha enfrentado ASOPECAM es el estar inmersos en una zona donde predomina la cultura convencional en la producción agrícola cafetera. Esto ha significado un esfuerzo adicional para la apropiación de las prácticas agroecológicas por parte de los asociados, y ha generado conflictos

“...a los muchachos los estamos formando para esto, para que continúen con el proceso...”

Erminson Ramos- Presidente ASOPECAM

de interés con las entidades que incentivan paquetes tecnológicos que utilizan químicos para el abono, fertilización y manejo de plagas en los cultivos. Este modelo convencional de producción es el que promueve la Federación Nacional de Cafeteros, que a su vez lidera la comercialización y asistencia técnica en la región para los caficultores, por tanto, promover un modelo agroecológico ha significado para ASOPECAM marginarse de este sistema y tener que desarrollar sus propias estrategias de comercialización y acompañamiento técnico para sus asociados. No obstante, el superar este obstáculo les ha dado su principal fortaleza: establecer relaciones directas con compradores finales y tener autonomía total para el manejo y control de sus cultivos.

En este sentido, los primeros años de vida de la asociación, dada la falta de experiencia en comercialización y la presión del gremio cafetero, fue la época de mayor dificultad. Sin embargo, aprovechando las redes del movimiento de agricultura orgánica y los apoyos de las instituciones que fomentan la asociatividad para el Comercio Justo, establecieron alianzas estratégicas que les permitieron generar capacidades y superar varios obstáculos en este campo, logrando finalmente manejar la comercialización en forma autónoma.

Otro factor que ha afectado de manera importante, y en general a la región para la producción cafetera, es el cambio climático. Las variaciones ambientales que ha presentado esta zona en los últimos años, han hecho cambiar las condiciones de cosecha y el rendimiento de las mismas, principalmente por el aumento de precipitaciones en épocas de floración o de producción. El tener autonomía en la decisión de que especie de café utilizar en sus cultivos y las prácticas de agricultura orgánica, les ha permitido mitigar parcialmente esta situación, obteniendo cafetales más resistentes para mantener niveles mínimos de producción en las épocas de mayor lluvia.

Durante varios años, especialmente los 90's e inicios del 2000, el conflicto armado fue un obstáculo difícil de sortear, ya que afectó la permanencia de los productores en la zona, el acceso a las fincas y la movilidad en la región. Esto ha mejorado en los últimos años, pero aún se ven los efectos en aspectos como el valor de la tierra, y el uso de ésta, así como el abandono de algunas fincas y el deterioro de la infraestructura de servicios básicos en el municipio por el abandono estatal.

Durante los últimos dos años el principal problema ha estado relacionado con el aumento de la roya en los cultivos de café, afectando parcialmente su producción y acceso al mercado de exportación, que es su principal ingreso. Esto los ha obligado a incursionar en investigación aplicada con nuevas variedades de cafetales, que requerirá de largos procesos de desarrollo y adaptación. De nuevo la autonomía y libertad que tienen para tomar decisiones de renovación de acuerdo a su propia experiencia y resultados en los cultivos es su principal fortaleza para enfrentar esta situación.

7. ¿CUÁLES SON LOS DESAFÍOS QUE ENFRENTA LA EXPERIENCIA?

El principal desafío que enfrenta ASOPECAM está relacionado con la investigación aplicada para el mejoramiento de semillas autóctonas, que permita al mediano y largo plazo, renovar los cultivos con variedades más resistentes a las condiciones ambientales actuales y la proliferación de enfermedades como la roya, que están afectando severamente la producción en las regiones tradicionalmente cafeteras del país.

Este desafío es de mucha relevancia en la medida que deben desarrollar el proceso al margen de las instituciones gremiales y de investigación oficial,



como la Federación Nacional de Cafeteros y CENICAFE (Centro Nacional de Investigaciones de Café), que están desarrollando este tipo de investigación pero para la producción convencional de café, manteniendo el control sobre las semillas y el respectivo paquete tecnológico, por lo que el productor depende de estas para la reproducción y el mejoramiento de sus cultivos. Lo que busca ahora ASOPECAM es desarrollar variedades propias, que les permitan mejorar su producción y al mismo tiempo mantener la independencia del establecimiento cafetero para acceder a las semillas.

Por otra parte, un desafío importante para ASOPECAM está relacionado con el posicionamiento de su marca de café especial TINAMU, con el cual está incursionando en el mercado regional y nacional, buscando ampliar su participación comercial con un producto de alta calidad y valor diferenciado para consumidor final. Este mercado es muy competitivo, no obstante, han obtenido registros de muy buena tasa y las primeras pruebas de mercado dan señales positivas de aceptación comercial.

Para los jóvenes, el principal desafío es asegurar la sostenibilidad de sus proyectos productivos y continuar asumiendo las responsabilidades que tienen dentro de la asociación, lo que les permitirá tener, en un futuro cercano, una participación mayor dentro de la estructura directiva. Han elaborado un plan de vida vinculado con el desarrollo y crecimiento de ASOPECAM, afirmando ser el presente y futuro de la organización.

8. ¿QUÉ LECCIONES PODEMOS EXTRAER DE ESTA EXPERIENCIA?

- Incorporar prácticas agroecológicas para la producción de café es un proceso muy exigente, ya que considera diversos aspectos que inciden no sólo en el manejo del cultivo, sino de manera amplia en el manejo integral de la finca, implica un trabajo de mano de obra intensivo y asumir compromiso en aspectos que van más allá del predio. En conjunto, estas condiciones hacen parte de un proyecto de vida del productor ya que es un tema de conciencia y no de prácticas aisladas. El nivel de compromiso que se genera en los jóvenes cuando apropian este modelo impacta, entonces, no sólo en aspectos técnicos de su formación, sino también en las relaciones sociales, en su responsabilidad ambiental y en ser consciente del bienestar de los demás.

- El relevo generacional es efectivo en la medida que hace parte de la política corporativa de la organización, garantizando procesos de largo aliento que den base suficiente para que paulatinamente los jóvenes encuentren su lugar dentro de las funciones de la empresa de acuerdo a su vocación, expectativas y plan de vida. Las estrategias de inclusión de los jóvenes deben contemplar aspectos como promover su educación, brindarles espacios de trabajo, reconocer económica y socialmente su participación, y estimular el desarrollo de proyectos productivos personales que les permitan un ingreso digno y una participación en la dinámica comercial local. La participación de los jóvenes en estas actividades desde una temprana edad facilita que incorporen a su proyecto de vida la continuidad en la región, por lo que sus decisiones de estudio y formación van a estar ligadas a este proceso y no a salir de su contexto. Por otra parte, generar lazos de confianza a partir de delegar responsabilidades relevantes dentro de la estructura organizacional, reconociendo sus capacidades y fomentando su aprendizaje, motiva significativamente a los jóvenes y genera procesos de empoderamiento efectivos y sostenibles.
- Promover la participación activa de los y las jóvenes en la estructura directiva de la organización, teniendo en cuenta sus opiniones, experiencias y propuestas, asumiendo también estas estructuras como espacios de formación y aprendizaje, genera en ellos un sentido de identidad y pertenencia con la asociación que fortalece en gran medida su intención de permanencia y de proyectarse a futuro en ella.
- El hecho de que ASOPECAM apoye proyectos productivos de los jóvenes permite no sólo mejorar su independencia en generación de ingresos, sino que propicia la continuidad de las organizaciones juveniles al interior de la asociación, evitando su migración y garantizando un escenario propicio para el relevo generacional.
- La estrategia comercial de ASOPECAM ha sido muy efectiva, concentrándose en nichos de mercado y generando un valor agregado en el desarrollo de su producto en términos de calidad de origen y presentación. El participar activamente en los espacios de promoción y diálogo para el fomento de la agroecología y el comercio justo, también les ha permitido sumarse a plataformas de segundo nivel que consolidan tanto oferta como demanda del producto, asegurando siempre la comercialización del café de sus asociados. Igualmente, las alianzas con organizaciones pares son decisivas para el acceso a mercados nacionales e internacionales, ya que se facilita el cumplimiento de volúmenes que en forma individual no podrían comprometer.
- El modelo de SIC que aplica ASOPECAM a sus productores, y que es liderado prácticamente por jóvenes, resulta un ejemplo de innovación para otras organizaciones. En este modelo se está aprovechando la capacidad de aprendizaje y apropiación que tienen los jóvenes frente a las nuevas tecnologías, las relaciones de confianza y responsabilidad que ellos tienen con los productores al ser incluso familiares en su mayoría, y la relación costo beneficio al incorporar procesos de asistencia técnica que normalmente se suplirían con contrataciones externas más costosas. Este modelo fortalece y genera capacidades al interior de la organización, baja los costos de asistencia técnica especializada en producción orgánica, a la vez que brinda una oportunidad de ingresos para los jóvenes.

9. ¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS DE APRENDIZAJE MÁS RELEVANTES?

El caso de la Asociación de Pequeños Caficultores de la Marina (ASOPECAM) y su trayectoria en producción orgánica y de comercio justo, con la amplia participación de jóvenes bajo un interesante modelo de relevo generacional, presenta experiencias y aprendizajes de relevancia relacionados principalmente con:

- Aprovechamiento de la oferta institucional de apoyo al pequeño productor, en particular del estado, en la co-financiación de proyectos productivos a organizaciones rurales que vinculan a jóvenes en los procesos de diversificación e innovación productiva.
- Estrategias exitosas para promover y dinamizar la inclusión de jóvenes en procesos técnicos, productivos, administrativos y de innovación dentro de la organización.
- Desarrollo de emprendimientos liderados por jóvenes de la asociación, su evolución, logros y dificultades.
- Establecimiento de alianzas estratégicas con diversos actores para el desarrollo y consolidación de ASOPECAM, particularmente en la canalización de recursos, nacionales e internacionales, para el fortalecimiento de organizaciones de productores rurales.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Links:

www.asopecam.com

www.tulua.gov.co/otrasentidades.shtml?apc=o111--&x=1508734

Entrevistas: Juan Carlos Criollo (Grupo Jóvenes), Dayana Rivera (Coordinadora Técnica), Claudia Lorena Rodríguez (Grupo Jóvenes), Marleny Vásquez (Grupo Jóvenes)



América Latina y el Caribe

Heriberto Covarrubias 21 Of. 705
Ñuñoa, casilla 599.
Santiago, **Chile**.
Tel: +56 2 23416367
<http://americalatina.procasur.org>

África

Shelter Afrique Building, 2nd Floor,
Mamlaka Road, off Nyerere Road. P.O.
Box 25965 - 00100 Nairobi, **Kenia**.
Tel: +254 20 2716036
<http://africa.procasur.org>

Asia y Pacífico

209/34 Moo 10, Chiang Mai-Handong
Road, T. Padad, A.Muang, Chiang Mai
50000 **Tailandia**.
Tel: +66 53272362
<http://asia.procasur.org>