

Café Femenino: Esquema de inclusión y comercio justo

Hoy en día existen miles de tiendas especializadas en Comercio Justo, muchas de ellas en Internet, comercializando productos de calidad fabricados o cultivados por artesanos y campesinos peruanos y de muchos otros países en desarrollo. Por estos bienes, el mercado está dispuesto a pagar un precio mayor lo que permite a sus productores mantener sus tradiciones y hábitat, y no verse perjudicados por los bajos precios que muchas veces le impone el negocio tradicional.

Para el caso del café, este tipo de comercio nace ante el reconocimiento de que el proceso en el cultivo suele ser muy exigente en cuanto a mano de obra pero muy inequitativo en cuanto a los precios. El problema se origina porque los precios son determinados en los mercados industrializados, así cuando los productores culminan su transacción sus precios son muy cercanos al costo, para luego ser transformados y vendidos a precios mucho más altos. Estos precios dificultan a los pequeños productores generar ganancias suficientes para acceder a los bienes y servicios que les permitan aumentar su participación en la cadena productiva. Por ejemplo, por cada tasa de café vendida en cualquiera de las mega-cadenas de cafeterías los agricultores de café tan solo reciben 0.03 centavos de dólar aproximadamente.

Ante esta realidad, el Centro de Investigación, Capacitación, Asesoría y Promoción (CICAP), con el apoyo del Concejo de Transferencia e Investigación (CTI), iniciaron un proyecto de asesoría técnica a los cafeteros del Distrito La Florida (Cajamarca) en búsqueda de una solución para atacar el problema generado por los bajos precios. Al mismo tiempo buscaban reforzar el crecimiento de las mujeres como líderes de sus comunidades, insertándolas en el mercado empresarial de manera independiente y desarrollándoles habilidades para la competitividad.

Así, Café Femenino, surge como un proyecto empresarial en que se busca comprometer e incrementar el grado de participación de la mujer en el cultivo y comercialización del café. El primer paso era claro, la necesidad de contar con las certificaciones de calidad: comercio justo, producto orgánico y cultivado bajo la sombra. El programa se inició con 50 productores de La Florida de los cuales tan solo 8 eran mujeres, constituyéndose luego, en el año 1999, la Central de Cafetaleros del Nororiente (CECANOR) agrupando a 2500 pequeños productores organizados donde ahora son 745 las mujeres involucradas.

Ante el éxito de la organización y el desarrollo de cultivos mejorados, se empezó a trabajar aspectos de inclusión social con las mujeres, orientando sus actividades a la generación de un producto diferenciado y que sólo fuese trabajado por ellas. Es así como nace Café Femenino, llegando a vender 8 contenedores en el 2005 y participando casi 2,500 mujeres en su cultivo.

Para los mercados internacionales surge un producto orgánico con un sello de responsabilidad social y ambiental desde su origen, ideal para comercializarse bajo los estándares del Comercio Justo. Café Femenino es una iniciativa comercial con resultados sociales importantes; ya que sin abandonar el cultivo tradicional se logra otorgarle el valor agregado de ser un producto orgánico trabajado sólo por mujeres. La RSE en países como el nuestro, nos exige mucha creatividad e innovación, "Café Femenino" es un claro ejemplo de este reto con un altísimo impacto social.

Café Femenino en el 2005	
Sector	Agricultura
Ventas Anuales 2005	8 contenedores
Precio Comercio Justo (2006)	141.00 US\$ x quintal
Precio Mercado Internacional	121.46 US\$ x quintal
Nº Mujeres Cafeteras	2, 468
Jornales (campaña de selección de producto)	35,000 para 300 mujeres