

Solidaridad

Mujeres de Viotá, en Cundinamarca, productoras de edición especial de la marca Juan Valdez

19 octubre 2020

La Asociación de Mujeres Cafeteras de Viotá y Tequendama (Asomucavit), fueron las encargadas de producir la tercera cosecha para la Edición Especial Mujeres Cafeteras de esta cadena de tiendas, producto que se comercializa directamente en las mismas.



Luz Marina Peñalosa lidera la Asociación de Mujeres Cafeteras de Viotá y Tequendama (Asomucavit), una iniciativa que comenzó en 2010 y que en 2013, se legalizó con el cumplimiento de todos los requisitos de ley.

No fue una tarea fácil, pero el empeño de 32 personas, entre mujeres y hombres, permitió que la idea saliera adelante a pesar de que muchos creyeron que se trataba de una buena oportunidad para ganar dinero. Sin embargo, con el paso del tiempo y por tratarse de una asociación sin ánimo de lucro, algunos asociados comenzaron a desertar, quedando solo 20.

En 2016, y luego de superar dificultades, decidieron reestructurar la Asociación, momento a partir del cual Luz Marina se hizo cargo. Hoy ya son 22 mujeres y 5 hombres que sueñan con seguir creciendo y vincular a personas jóvenes que tengan interés de quedarse en el campo y sacar provecho de la actividad cafetera.

Asomucavit forma parte del Programa Mujeres Cafeteras de la cadena Juan Valdez, una iniciativa que busca fortalecer el enfoque de género como pilar fundamental en la estrategia de generación de valor de la marca, en el cual la compañía paga un precio superior por la calidad del café, visibiliza la labor de la caficultura y comercializa el producto empacado en las tiendas.

Dentro de este programa, la compañía trabaja su Edición Especial Mujeres Cafeteras, que en esta oportunidad fue producida por Asomucavit, lo que le da un nuevo impulso a Luz Marina y sus socios para continuar adelante con su trabajo.

El objetivo de Luz Marina y de los actuales miembros es que la Asociación crezca, en número de personas comprometidas y que cada uno desde diferentes roles asuman un liderazgo.

Reconoció, que como sucede en otras partes del país, el campo se está quedando con la gente mayor, pues los jóvenes están migrando porque no tienen suficientes oportunidades para progresar.

Atraer a los jóvenes, un objetivo

Por esta razón, uno de los propósitos de la Asociación es que las familias jóvenes empiecen a formar parte de la misma con la idea de que obtengan un fortalecimiento y mejoras en su calidad de vida. “Mi sueño es que esto se convierta en un ejemplo no solo para mi vereda, ni para mi municipio, sino para todo el sector. Somos una asociación de mujeres cafeteras que queremos impactar no solamente Viotá, sino los 9 municipios que corresponden a su zona”, dice Luz Marina.

Otra de las metas es comenzar a trabajar de forma conjunta en fórmulas que permitan proteger el medio ambiente, empezando por el cuidado del recurso hídrico.

Procafecol, dueña de la marca Juan Valdez, tiene interés de continuar fortaleciendo el programa de Mujeres Cafeteras y junto con la Federación Nacional de Cafeteros, la Fundación Bancolombia y la Organización Internacional Solidaridad Network, estableció una alianza con la cual busca promover el empoderamiento social y económico Asomucavit, lo que acrecenta las expectativas de Luz Marina, quien está empeñada en seguir creciendo y fortalecer su iniciativa.

Según el Sistema de Información Cafetera (SICA), únicamente el 30% de los productores de café en el país son mujeres. Adicionalmente, el área de café producida en el país está distribuida entre mujeres con un 26,1% y hombres con un 73,9%. Estas estadísticas impulsaron a la Federación a buscar estrategias para valorar y reconocer el trabajo de la mujer, como mecanismo de cambio en las dinámicas tradicionales de las familias cafeteras.

Este año, Juan Valdez se propuso transformar lo que empezó como una Edición Especial Mujeres Cafeteras, en un programa de mayor alcance, en el que se aumentan los volúmenes de compra y la compañía brinda garantía de compra por dos años, lo que permite fortalecer las capacidades de las mujeres productoras de Asomucavit y se genera un mayor reconocimiento del producto final hacia el consumidor. Todo esto bajo un componente transversal de equidad de género.

Frente a este empoderamiento de las mujeres cafeteras, Claudia Cardona, del equipo de equidad de género de Solidaridad Network en Colombia, **dice que el propósito de esta asociación, que maneja recursos de los Países Bajos, es trabajar en modelos sostenibles y en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas beneficiarias.**

“Es importante trabajar la parte social con las personas del agro y por ello apoyar este tipo de iniciativas es fundamental”, dice Cardona.

Cafeteras, el soporte de su familia

Por su parte, Claudia Rodríguez, coordinadora del Programa de Equidad de Género de la Federación de Cafeteros, considera que la mujer es clave en todos estos procesos, porque es el soporte de su familia, pues si se impacta a la mujer, también se impacta a la familia.

Lina María Montoya, gerente de Impacto e Innovación Social de la Fundación Bancolombia, afirma ve el desarrollo del campo como propulsor del progreso en Colombia, y para garantizar que este sea sostenible, es fundamental potenciar el rol de la mujer y ubicar la equidad de género como prioridad.

“Con este programa, Juan Valdez y sus aliados, rinden un homenaje al esfuerzo, la pasión y la entrega de las mujeres cafeteras, que hoy ocupan cerca del 30% de la población caficultora. Nuestro objetivo es impactar, de manera positiva, en sus vidas y la de sus familias por medio de la ejecución de programas integrales que dejen capacidad instalada, asegurando así la sostenibilidad del proyecto”, concluye Camila Escobar, presidente de Procafecol S.A.

En línea:

<https://sostenibilidad.semana.com/impacto/articulo/mujeres-de-viota-en-cundinamarca-productoras-de-edicion-especial-de-la-marca-juan-valdez/47176>