



Análisis e impresiones del estudio cualitativo de la colaboración Nuup-COFEMO

Iniciativas con Trabajo de Mujer

1.1 Perfil social y comercial de la organización

“Este trabajo no puede hacerlo sólo mi papá, también mi mamá”

(Productora, Sat Kajpel Ansetik, 2024)

El Colectivo Feminista Mercedes Olivera A.C. (COFEMO) se conformó el 10 de mayo de 1989 para atender violencia doméstica, temas de salud sexual y reproductiva y de educación de mujeres y niñas. En 2010 adoptó el enfoque de territorialización de los derechos de las mujeres, esto es, que las mujeres puedan gestionar espacios propios y autónomos.

En 2011 surgió la alianza estratégica denominada “Círculo de Organizaciones Aliadas”,¹ con el objetivo de crear estrategias territoriales a partir de iniciativas separadas que generen **nodos de participación territorial** de los pueblos originarios para ver *“cómo se organizan, cómo trabajan... ver realmente cuáles son sus sueños”* (Directora de Iniciativa con Trabajo de Mujer, 2024). En este contexto, en 2020, se crea “Iniciativas con Trabajo de Mujer” (ITM).

Lo que escape al patriarcado, ahí podemos trabajar

(Directora COFEMO, 2024)

En el esquema de fortalecimiento en género y gobernanza, las mujeres son actrices territoriales que buscan **visibilizar** su **participación comunitaria**, la **toma de decisiones** y sus **derechos**. Por ello, COFEMO tiene dos líneas de trabajo simultáneas. Por un lado, cuenta con un proyecto de “Líderes Comunitarias” que enmarca las estrategias “Escuela de Liderazgos Entrañables” y los “Consejos Municipales de Mujeres”.

Por otro lado, COFEMO desarrolló un “Manual sobre Acuerdos de Colaboración para la Gestión Territorial”, en el que está inserto el “Acuerdo de Restitución de los Derechos de las Mujeres”. Estos acuerdos contemplan el empleo digno y el pago justo como eje rector de trabajo, operativizados con un esquema de cooperativas.

Para implementar el Acuerdo, en ITM se crearon tres cooperativas: una Cooperativa de Arte Textil, una Cooperativa de Café denominada **SAT KAJPEL ANSETIK (SKA)** y una Cooperativa de miel.

¹ Compuesta por COFEMO, IMPACTO TEXTIL, SNA JTZ’BAJOM, IDESMAC, FONCET, CISERP y CLAN SUR.

Organización de la cooperativa Sat Kapel Ansetik (SKA) y su relación con Cofemo



1.2 Trayectorias, procesos y vivencias

“El trabajo está, pero no es reconocido ni valorado, (las mujeres) ni toman decisiones sobre ese trabajo. (...) ellas no son dueñas de la tierra, no son dueñas de los cafetales, pero si están en un diálogo interno familiar de la negociación con su esposo”

(Directiva, 2024)

La conformación de cooperativas ha representado distintos desafíos en los procesos organizativos de este grupo. **En el ámbito textil fueron menores**, ya que “tradicionalmente es un trabajo que ellas ya hacen y que lo han recibido generacionalmente” (Directora ITM, 2024).

Sin embargo, el ámbito cafetalero es una labor mayoritariamente considerada como un **espacio de trabajo para los hombres**. Aunque existe la participación de las mujeres, éstas no se

visibilizan, a pesar de que *“las mujeres van a los cafetales y podan, las mujeres resiembran, las mujeres trasplantan, las mujeres hacen corte de café”* (Directora ITM, 2024).

Antes de la colaboración con ITM-COFEMO, los esposos de las productoras **no concebían** que hubiera mujeres cafetaleras, y no confiaban en la capacidad de las mujeres para cultivar o vender café debido a que ellos ya vendían el café con otras cooperativas, como Kulaktik o Maya Vinic.



En este sentido, ITM apunta a fortalecer los procesos organizativos en las mujeres con respecto a los ciclos del café, **visibilizando su labor en el ciclo cafetalero, e impulsando la toma de decisiones autónomas sobre la comercialización del mismo**, con el reto de comercializar en colectivo y no individualmente.

Es así que la cooperativa SKA se constituye legalmente en 2022, integrada por 60 socias ubicadas en los municipios de Santiago el Pinar, Mitontic, Tenejapa, Chalchihuitán, y San Juan Cancuc, Chiapas. Todas comercializan café pergamino. En la relación con SKA, ITM

funciona como enlace para la gestión y vinculación a procesos comerciales pero con la expectativa de que las mujeres *“sean las protagonistas, las actoras principales en donde se apoderen de su cooperativa”* (Directora ITM, 2024).

1.3 Retos identificados

Aunque la cooperativa se constituyó legalmente en 2022, los procesos de producción y organización para las productoras de SKA existen desde una década atrás -fases promovidas principalmente por instituciones gubernamentales federales, que incluían a hombres y mujeres, es hasta la incursión de ITM-COFEMO en el 2022 que los grupos de trabajo son exclusivos de mujeres-. No obstante, el gran reto para ellas ha sido constituir, en un esquema de **formalización, un canal sólido y bien establecido de comercialización con pago justo**, que reconozca el trabajo de las mujeres, elimine de intermediarios locales y logre la autonomía de la venta local realizada por los hombres de sus familias.

La **falta de un proceso consolidado de venta** ha implicado que la cooperativa no cuente con un **flujo de efectivo** suficiente para solventar las necesidades monetarias de la organización, especialmente en la fase de acopio del café. Por la necesidad de hacer frente a los gastos (por ejemplo, gastos diarios o pago de jornales), algunas productoras han llegado a vender nuevamente su café con el coyote aunque ofrezca un precio más bajo, sin importar que se sub-valoren las condiciones de calidad del producto. Además, las productoras, por dinámicas intrínsecas familiares, no están acostumbradas a esperar a que se termine de acopiar todo el café de la organización, de tal suerte que afecta la cohesión y capacidad de venta colectiva de SKA.

Otro reto transversal y persistente son las **condiciones de alfabetización** de la población atendida, ya que muchas mujeres no saben leer ni escribir, **no cuentan con internet ni tampoco dominan las herramientas digitales**. Estas barreras les impiden a las productoras acceder a capacitaciones en línea que suelen ser una forma común de trabajo de Nuup.

1.4 Aportaciones de NUUP

“Nuup ha sido un canal para que todo esto se fortalezca”

(Directiva, 2024)

Para más información sobre los “Momentos” a los que se refiere esta sección, ver el **Anexo 1 “Línea del tiempo COFEMO-Ensambls-Nuup”**.

A partir de 2022, COFEMO incursiona con ITM en áreas de desarrollo económico en el territorio de los Altos de Chiapas para promover la gobernanza territorial con perspectiva de género. En este año, en el **MOMENTO 1**, se constituye la cooperativa SKA, y se realiza la vinculación con Nuup como **aliado en el desarrollo de vínculos comerciales** de alto impacto.

Para SKA, Nuup acercó una propuesta de posibles clientes alineados con la visión de que es importante un pago justo que reconozca el valor agregado del trabajo de las mujeres cafetaleras. Entre los posibles clientes presentados por Nuup, COFEMO-ITM eligió a la empresa Ensambls Cafés Mexicanos, ya que ofreció el mejor precio para las productoras².

Como parte del **MOMENTO 1**, se identificó un problema de disponibilidad de efectivo en SKA para acopiar y pagar la cosecha del ciclo 2022-2023. Es así que, a través de Nuup y su plataforma financiera Coa, en el **MOMENTO 2** se acuerda con la financiera “Buen Socio” que apoye a SKA asumiendo el rol de intermediario con su programa “El Buen Coyote”. De esta manera, El Buen Socio financia la compra de un volumen de cosecha de 3,405.61 kg de café, brindando liquidez a SKA para cumplir sus obligaciones con las socias de la cooperativa. Posteriormente, ENSAMBLES realizó la compra de esa cosecha con un precio promedio de \$68.00 MXN por kilo de café pergamino. Esta cifra representa un **aumento de 23% (\$13 MXN) en promedio** por kilo comparado al precio ofrecido por los coyotes locales. **Esta vinculación, producto de la colaboración NUUP-COFEMO, resultó ser muy efectiva**, y al día de hoy El Buen Socio sigue trabajando con SKA brindando capacitaciones en temas financieros.

El **MOMENTO 3** para destacar de la colaboración NUUP-COFEMO es la venta directa realizada por SKA a Ensambls³, quien además de ser comprador también brinda asistencia técnica para mejorar la calidad de la producción cafetalera. En la cosecha 2023-2024, el volumen



² Además ya tenían coincidencias de trabajo en el territorio COFEMO y ENSAMBLES.

³ Quienes a partir de esta relación con la cooperativa, asumieron costos de comercialización que antes absorbía COFEMO, en la fase de acopio en comunidad y traslado a San Cristóbal de las Casas.

acopiado de café pergamino fue de 3 589.43 kg con un precio inicial de \$55 MXN por kg, y una premiación por el rendimiento mínimo⁴ exportable del 72 % con puntaje (SCA), mínimo de 83, desde \$9.00 hasta \$33.75 pesos por kg.

La alianza estratégica entre COFEMO-NUUP-EL BUEN SOCIO-ENSAMBLES ha cumplido las expectativas de crear un canal de comercialización con precios justos, impactando positivamente en el proceso comercial de la cooperativa SKA en varios niveles:

1. *Reducción de brechas* entre familias productoras que reciben un precio justo por su producto, y las personas consumidoras que reciben un producto de calidad. Con el apoyo de Nuup/COFEMO/Ensamblés, se ha logrado la **eliminación de entre 5 a 7 intermediarios**⁵, notoriamente los “coyotes” y comercializadores de café -sobretudo pergamino y verde- como se puede apreciar en la siguiente imagen, “Ruta del café de las mujeres productoras de café de SKA” tras el apoyo de Nuup/Cofemo/El Buen Socio:
2. *Confianza*: Las productoras de SKA tienen **certeza** de que las organizaciones con las que colaboran son comprometidas, comprenden la **pertinencia cultural**, y son expertas en **canales comerciales**, además de que tienen **congruencia** al dimensionar el **valor agregado** del trabajo de mujeres.
3. *Compromiso*: Se desarrolla el vínculo **pago-calidad por el trabajo**, al relacionar la compensación económica con el nivel de trabajo y compromiso en el trabajo en campo.
4. *Acompañamiento*: Se brindan **asesorías técnicas personalizadas** desde la parcela hasta la comercialización, incluyendo consultorías sobre temas financieros y de acceso a mercados.
5. *Toma de decisiones*: Si bien el precio del café es determinado por la Bolsa de Valores, la oferta presentada desde NUUP sobre los posibles compradores abrió la oportunidad de aprender **habilidades de negociación** para **elegir al mejor cliente**, en este caso, a ENSAMBLES.
6. *Sinergias*: A través del Programa de Aceleración de Mercados de Nuup (MAP) se incidió en el **fortalecimiento de la competitividad de la cadena de valor** de las productoras cafetaleras de SKA, competitividad que, a su vez, se vió **solventada financieramente por la plataforma financiera Coa**, demostrando la importancia del trabajo conjunto y en sinergia MAP-Coa.

⁴ La “premiación por rendimiento mínimo” es un esquema de bonificaciones o incentivos sobre la calidad del café pergamino entregado al comprador.

⁵ Los intermediarios eliminados son: compradores locales, comercializadores de pergamino, comercializadores de café transformado, comercializadores de oro verde, procesadores de café tostado, exportador e importador, comercializador final en taza.

1.5 Aprendizajes

“Ha sido mucho de prueba y error”

(Directiva, 2024)

Hasta antes de la colaboración con Nuup y Cofemo, entre las productoras de SKA no existía la reflexión sobre la diferencia entre producir un café de calidad con respecto a un café convencional, o si el coyote pesa su producción de forma correcta, o si les paga un precio justo por su producto. A partir de esta colaboración, **las productoras de SKA han aprendido sobre criterios de calidad del café** -por ejemplo humedad y mancha- y sobre **transacciones justas** de peso y precio. El conocimiento es poder y, sabiendo esto, las productoras de SKA **se dan cuenta que “hemos estado regalando nuestro café”** (Productora SKA, 2024). Ahora ellas tienen la oportunidad de decidir cuánto del café que tienen en familia va hacia la cooperativa de mujeres, y cuánto es de sus esposos.

Respecto al acopio y venta de café, el principal aprendizaje de las productoras de SKA **es aprender a vender todas juntas**, en colectivo, no de manera individual con el coyote. Además, se dieron cuenta que se necesita fomentar la solidez económica de la cooperativa, por ejemplo, a través de un **fondo de acopio**, ya que: *“muchas de la estimación del volumen de café que realmente se tiene no llega hacia el comprador final pasando por la cooperativa. Hay mucha pérdida de su café, un café bien trabajado que se va con el coyote”* (Directora ITM, 2024).

Un aprendizaje para las personas integrantes externas de esta colaboración (Nuup, Cofemo, SKA y Ensamblés) fue **alinear tiempos, requisitos y ciclos** en esta intervención. Al principio, estos criterios **no estaban sincronizados**, lo que afectó negativamente en la experiencia de la organización y las productoras: *“como organización (ITM) nos sentimos presionados y como productoras no se sentían escuchadas-reconocidas”* (Directora ITM, 2024). Sobre esto último, durante el grupo focal una productora externó: *“dicen que nos dan el precio justo, pero aún así yo no le pongo precio a mi café, tampoco se vende a mi tiempo, sino al tiempo del comprador y a veces tengo que esperar para poder recibir mi pago”* (Productora SKA, 2024).

Para las mujeres, ser socias de una cooperativa cafetalera, que son parte de toda la logística y toma de decisiones, les ha generado mucha seguridad y aumenta su autoestima en decir “nosotras también podemos” (Directora ITM, 2024)

Un aprendizaje de la segunda experiencia de la venta de café con Ensamblés, las productoras de SKA se dieron cuenta de la necesidad de **generar estrategias para el manejo del anticipo y remanentes** del pago de Ensamblés. Estas estrategias pueden servir como incentivo para todas las productoras, evitando generar competencia entre las productoras, ya que va en contra del cooperativismo fomentado por SKA-ITM.

No menos importante, **las mujeres han aprendido a reconocerse y valorarse como productoras**, viendo la importancia de su trabajo.

1.6 Expectativas a futuro

“Ahora ya tenemos un canal sólido de comercialización de café, con este valor agregado que es el trabajo de mujer”

(Directiva, 2024)

1. **Necesidad:** Generar un **fondo de acopio** para subsanar pérdidas de cosecha por afectaciones climáticas y plagas, así como realizar el pago inmediato a productoras que se impacientan por la demora del pago.
2. **Mejor precio:** Pese a que las productoras de SKA reconocen que Ensamblés “tiene mucha sensibilidad (respecto al precio)”, también consideran que “ (Ensamblés) podría otorgar un mejor precio, porque la ganancia de café taza es otra cosa, y la ganancia no es para las productoras al final” (Directora COFEMO, 2024). Pese a todo lo positivo que les ha traído la colaboración con Nuup-COFEMO-Ensamblés-El Buen Socio, las productoras de SKA **se siguen sintiendo población vulnerable**, con bajos ingresos y sin el control total de todo el proceso comercial. Incluso perciben que todo el esfuerzo que realizan en el día a día en su cafetal sigue sin ser retribuido en su justa dimensión.
3. **Colaboración familiar, no competencia de género:** A partir de la colaboración Nuup-SKA-COFEMO, se identifica el reto a futuro de **ajustar las dinámicas familiares y sociales para reflejar los cambios de la realidad**. Aunque las productoras de SKA reconocen que hay avances porque **las mujeres se nombran y reconocen como productoras**, todavía persisten **barreras sistémicas de desigualdad y de opresión de género**. Por ejemplo, mencionan que su volumen de acopio no puede incrementar porque ellas no son dueñas de la tierra, “los hombres no pueden soltar más café en la negociación, porque es perder poder, aunque sea que tengan mejor precio, los hombres no soltarán el café” (Directora COFEMO, 2024). La expectativa a futuro es encontrar una dinámica de colaboración familiar, y no de competencia de género, que incida en los **derechos agrarios** y el **usufructo de la tierra** de las mujeres productoras.

“La producción de café es muy social, participa toda la familia”

(ENSAMBLES, 2024)

Agradecimientos

Sat Kajpel Ansetik

Guadalupe Cárdenas Zitle
Edith Díaz Gutierrez

Nuup

Pilar Alonso
Ivan Morales

Consultora Externa

Susana Estela Valle García

Colectivo Feminista Mercedes Olivera A.C.