



Informe Final - Proyecto – Caficultora 2.0

Identificación del Proyecto		Cobertura	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Título del Proyecto: Caficultora 2.0</li> <li>Código del Proyecto: 001190137</li> </ul>		<p><i>Departamento(s): Cauca</i> <i>Municipio(s): El Tambo, Timbío, Popayán y Cajibío</i></p> <p><i>Beneficiarios totales alcanzados: 50</i> <i>Mujeres: 50                      Hombres:</i> <i>Niñas:                                Niños:</i></p>	
Organización(es) participante(s)		Socios implementadores	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mercy Corps, Wegrou, Caficauca</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Wegrou, Caficauca</li> </ul>	
Costos del Proyecto en USD		Duración del Proyecto (en meses)	
Contribución del Fondo USD:	<b>Monto: US \$300.000</b>	Duración Total:	25 meses
		Fecha de Inicio:	20-12-2019
		Fecha inicial de cierre <sup>1</sup> (día, mes, año)	31-11-2021
Apalancamiento ejecutado dic-21 (Revisar relación min. 1:1, ProDoc)	<b>Monto: 677.077</b> <b>Fuente(s): Wegrou, Caficauca y Mercy Corps</b>	Fecha final de cierre: <sup>2</sup> (día, mes, año)	31-08-2022
Contrapartidas / recursos adicionales Coop. (Si aplica)	<b>Monto:</b> <b>Fuente(s):</b>	Fecha esperada de cierre financiero <sup>3</sup> :	31-08-2022
Contrapartida del Gobierno (Si aplica)	<b>Monto:</b> <b>Fuente(s):</b>		
<b>TOTAL:</b>	977.077		
Evaluaciones del Proyecto/Evaluaciones de medio Término: En caso tal que el proyecto contemple realizar alguna		Informe presentado por:	
<p>¿El proyecto fue sujeto de evaluación externa o revisión interna?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Si    <input type="checkbox"/> No</p> <p>Evaluación Terminada:                      ¿Se adjunta Informe Ev?:</p> <p><input type="checkbox"/> Si    <input checked="" type="checkbox"/> No    Fecha:                      <input type="checkbox"/> Si    <input checked="" type="checkbox"/> No</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre: Hugo Gómez</li> <li>Cargo: Director de Tierras y Desarrollo Rural</li> <li>Organización participante / líder: Mercy Corps</li> <li>Correo electrónico: hgomez@mercy Corps.org</li> </ul>	

<sup>1</sup> Se refiere a la primera fecha de inicio aprobada por el Comité de Dirección del Fondo. La que se relacionó en el Plan de trabajo.

<sup>2</sup> Indicar la última fecha de cierre aprobada por el Comité Directivo en caso de que se haya aprobado una extensión en tiempo. La fecha final es la misma que la de cierre operacional la cual será cuando todas las actividades para las cuales la Organización participante es responsable ante un proyecto aprobado por el MPTF han sido completadas, indicada en el Plan de Trabajo.

<sup>3</sup> El cierre financiero requiere el reembolso de los balances no gastados y el envío del certificado final del estado financiero e informe disponible en [Certified Final Financial Statement and Report](#).





## FORMATO PARA EL INFORME FINAL

### 1. Reporte de principales avances

Buscando mejorar la autonomía y empoderamiento económico de 50 mujeres caficultoras cabeza de familia a través de la comercialización de café tostado y pergamino seco con certificación de calidad orgánica y FLO, en mercados especializados y competitivos; los socios implementadores Mercy Corps, Caficauca y Wegrou lograron realizar durante los veinticinco (25) meses de implementación del programa, las 43 actividades establecidas en el plan operativo anual (POA) con una ejecución del 100%, brindando transferencia de conocimientos y capacidades a las cincuenta (50) mujeres rurales caficultoras en temáticas de derechos y participación política, masculinidades corresponsables, gestión administrativa, protocolos de cosecha, tostión, barismo, catación, análisis físico y sensorial del café; generando así, que este grupo poblacional mejorara las características organolépticas del grano y a su vez asumieran una posición activa en la comercialización y suministro de café tostado y empaçado en el origen. Para llevar a cabo el ejercicio de comercialización de café tostado certificado, se efectuó el proceso creativo de la marca “50 amigas” con el grupo de mujeres participantes, actividad desarrollada por el equipo técnico implementador, consiguiendo al final del proyecto comercializar un total de 1.839 libras de café tostado con altos estándares de calidad en mercados nacionales e internacionales; incrementando en un 121% los ingresos económicos del 68% de las participantes representado en treinta y cuatro (34) mujeres que vendieron parte de su producción mediante el canal de comercialización de Café Orgánico Tostado establecido por el programa Caficultora 2.0, incentivando de esta manera, la reactivación económica y productiva en el municipio de El Tambo, Cauca categorizado como municipio PDET y manejando de forma constructiva y transformadora la conflictividad social en los territorios a través de intervenciones proactivas en temáticas de género que buscan prevenir acciones de inestabilidad y violencia dentro del grupo poblacional participante y su núcleo familiar. A continuación, presentamos los avances en el cumplimiento de los indicadores de impacto del programa Caficultora 2.0.

#### 1.1. Nivel de avance:

- **Avance Técnico (porcentual acumulado)** 100%
- **Avance Financiero (porcentual acumulado)** 100%.

Resultado	Avance
<b>Resultado 1.1: Apoyados los procesos de reactivación económica y productiva de los territorios PDET, incluyendo acciones de sustitución de cultivos ilícitos, a través de intervenciones integrales que generen mercados</b>	<p>Dando cumplimiento a la teoría de cambio del programa Caficultora 2.0, los socios implementadores Mercy Corps con el apoyo de Wegrou y CAFICAUCA, desarrollaron:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● El plan de monitoreo, seguimiento y evaluación ejecutado a cabalidad mediante el desarrollo del programa.</li> <li>● Términos de referencia para la contratación de consultores para captura de información en campo de línea base y línea de salida.</li> <li>● Contratación de analista de datos cuantitativos y cualitativos de línea base y línea de salida. Ver link: <a href="#">Análisis contraste línea base - línea de salida.</a></li> </ul>





<p>transparentes y accesibles, con la participación de la ciudadanía.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Creación de plan de trabajo desglosado y el cronograma de actividades los cuales fueron ejecutados en un 100%.</li><li>● Establecimiento de acuerdo de subvención entre Mercy Corps y el socio implementador Wegrou por un valor inicial de \$431.542.000 COP para un periodo de ejecución de 21 meses, desde el 1 de febrero de 2020 hasta el 30 noviembre de 2021; actividad que presentó una extensión ampliando el periodo de cierre hasta el 28 de febrero de 2022, con una adición de \$72.696.000 y una extensión en el mes de agosto del 2022 por un valor de \$111.905.946 para un total de \$616.143.946 ejecutados en un 100% por Wegrou en actividades de comercialización de la marca de café “50 amigas”.</li><li>● Una vez realizada la selección de las mujeres caficultoras, se georreferenciaron las unidades productivas por parte del equipo de Monitoreo y Evaluación de Mercy Corps (en adelante M&amp;E ) y se identificó que 39 mujeres caficultoras que cuentan con la certificación orgánica estaban ubicadas dentro de los límites administrativos del municipio del El Tambo y 11 mujeres en zonas óptimas cafeteras colindantes de municipios vecinos, distribuidas así, siete participantes ubicadas en las veredas de Samboní, Samboni Alto, Samboní Bajo, El Cairo, La Carolina y Urubamba del municipio de Timbío, tres participantes de la vereda Figueroa ubicada en la zona rural de Popayán y una participante ubicada en la vereda Cajibío del municipio de Cajibío, estas once caficultoras, lograron obtener la certificación Orgánica en el transcurso de los dos (2) años de implementación del programa. De tal forma, se implementó el programa con 50 participantes, en donde el 78 % residen en zonas del PDET del Alto Patía y Norte del Cauca.</li><li>● El plan de capacitación brindado por la oficial de calidad del proyecto al grupo de mujeres participantes logró dentro de las unidades productivas mejorarlos protocolos y estándares de calidad en el beneficio húmedo del café y en el sistema de secado de este, aumentando significativamente la calidad física y sensorial del grano.</li><li>● Una vez creada la marca de café “50 amigas” el equipo técnico del socio implementador Wegrou inició el proceso comercial a partir del año 2020 hasta agosto de 2022, comercializando un total de 2704 unidades (446 en Estados Unidos equivalente a 303 libras y 2258 unidades en Colombia equivalentes a 1535 libras), de igual manera, se ejecutaron las actividades de creación de contenidos digitales y promoción en redes sociales, principalmente Facebook e Instagram.</li><li>● Durante la ejecución del proyecto, el número de transacciones efectivas realizadas en los procesos de venta del café de la marca “50 amigas” fue de 507 transacciones efectivas, representando un 85% de cumplimiento en la meta establecida de 600 transacciones realizadas por los clientes durante la compra. A lo largo de la implementación se pudo verificar que algunos clientes, representados en personas naturales y jurídicas, realizaban compras de varias unidades en una misma transacción.</li><li>● Mediante el análisis de línea de salida del programa, se logró determinar que el incremento de los ingresos económicos de las mujeres participantes mediante el</li></ul>
---	--





	<p>ejercicio de comercialización de café pergamino seco (en adelante CPS) aumentó en un 57% ya que en la cosecha principal año 2020, el promedio de los ingresos netos de las productoras fue de \$10.530.380 COP a un precio por libra de \$4.173 (USD\$1.14), en relación al obtenido en cosecha principal año 2021 representado en \$16.538.849 COP, lo anterior asociado a que los precios de compra les fueron favorables debido a la coyuntura global que desembocó en altos precios del commodity en los mercados internacionales.</p>
<p><b>Resultado 1.2: Manejada de forma constructiva y transformadora la conflictividad social en los territorios a través de intervenciones proactivas que prevengan la inestabilidad y violencia.</b></p>	<p>Respecto a la estrategia de formalización de la propiedad rural, actividad realizada con recursos de contrapartida de Mercy Corps. Se identificó en la línea base que 22 mujeres caficultoras, es decir el 44% de las participantes, cuentan con derechos de propiedad del predio, y en estos predios viven y tienen su unidad productiva. De otro lado, 28 mujeres caficultoras que corresponden al 56% del total de las participantes, no cuentan con derechos de propiedad de los predios. Por lo tanto, desde el mes de diciembre de 2020, se prestó asesoría legal y técnica por parte de Mercy Corps, con el fin de conformar los expedientes e iniciar la ruta jurídica de formalización de los derechos de propiedad. Las caficultoras Raquel Gonzales Fernández y Yolanda Solarte obtuvieron su título de propiedad rural (escritura pública) y las 26 caficultoras restantes se encuentran con expediente de caso conformado y viabilizado para adelantar trámites de formalización por la ruta judicial con el acompañamiento y asesoría técnica del equipo de Mercy Corps.</p> <p>Al inicio del programa el 36% de las productoras realizaban trabajos remunerados, porcentaje que se incrementó al 56% en la fase de implementación. De igual manera el número de horas de trabajo remunerado presentó un crecimiento del 78%, pasando de 9 a 16 horas remuneradas en promedio a la semana. Teniendo en cuenta lo anterior, las horas de trabajo no remunerado disminuyeron, notando un descenso de 2,5 horas dedicadas a las labores de cuidado.</p> <p>Así, también el ratio de horas de trabajo remunerado y no remunerado presenta una variación, dado que actualmente por cada hora de labores remuneradas dedican 2,9 horas a las labores del hogar, al inicio del programa la relación era de 1 a 5,7 respectivamente.</p> <p>Este resultado favorable es consecuencia del aumento de horas de trabajo remunerado y el descenso de horas laboradas no remuneradas en algunas actividades que revestían un importante número de horas.</p>

**1.2. Impacto en la población:**

Dimensión	Impacto
-----------	---------





<p>¿Qué?</p>	<p>Teniendo en cuenta el objetivo del programa que buscó mejorar la autonomía y empoderamiento económico de 50 mujeres caficultoras cabeza de familia mediante el incremento de los ingresos económicos netos derivados de la venta del café pergamino seco CPS, se estableció un plan de comercialización en aras de aumentar los ingresos económicos mediante la transformación del CPS a tostados y molidos, el cual fue comercializado mediante la marca de café “50 amigas” en mercados especializados y competitivos. De igual manera, con el fin de medir el nivel de impacto generado a partir del plan de comercialización, se realizó el levantamiento de línea base y línea de salida, identificando al final del proceso que los ingresos económicos de las mujeres al inicio del programa correspondían mensualmente a \$516.000 COP, es decir un 56,7% de un SMMLV en Colombia. Al cierre del programa se puede evidenciar una variación en los ingresos correspondiente a un incremento del 45%, recibiendo actualmente \$892.800 COP.</p> <p>Con relación al empoderamiento de las 50 mujeres, las productoras participantes del programa, manifestaron mediante los conversatorios de género llevados a cabo en territorio; los cambios positivos generados mediante esta intervención en sus vidas y las de su núcleo familiar, ya que se produjo transformaciones significativas en el ámbito familiar esto evidenciado en que la toma de decisiones se efectúa en familia y la voz de las caficultoras es tenida en cuenta, promoviendo una mayor conciencia y reconocimiento del rol de las mujeres, dado que generalmente el hombre era quien establecía las reglas dentro de la unidad productiva y determinaba el destino final del gasto de los ingresos económicos derivados del cultivo del café.</p> <p>Es de resaltar que en el marco del programa el 70% de las productoras tienen relación conyugal, y toman las decisiones de gasto junto con su pareja. En el marco del proyecto, las capacitaciones en género, derechos y participación política permitieron fortalecer el conocimiento, presentando un incremento de la capacidad en la toma de decisión de todas las categorías que componen el Decisión Making Index, posibilitando que aumentara a 48,6% el porcentaje de productoras que toman decisiones de manera autónoma representado en (24 mujeres).</p> <p>La productora Argenis Rosas en su historia de vida, manifiesta lo siguiente: <b>“Hable con mi pareja por que sabía que debía cambiar a café orgánico, pero esto no sería de una sola persona, se necesita trabajo en equipo, y toda la familia tendría que trabajar hombro con hombro para que esto funcione”</b>.</p>
<p>¿Quién?</p>	<p>El desarrollo de capacitaciones y formaciones realizadas en el proyecto fortaleció a las mujeres participantes en las áreas productiva, personal y familiar. Antes de la intervención, todas las productoras recibían asistencia técnica en finca con un promedio de tres visitas por año; durante la vigencia del programa se estableció realizar dos visitas técnicas adicionales basadas en el mejoramiento de la calidad del grano, las cuales fueron llevadas a cabo entre enero y julio de 2021, aumentando el número de visitas/año, a partir de orientaciones y retroalimentaciones, que permitieron mejorar las prácticas de fertilización y cuidado del cultivo de café. Otra actividad importante ejecutada durante el acompañamiento fue la capacitación en calidad, mediante la cual las productoras lograron apropiarse</p>





	<p>conocimientos que en adelante les permitiría mejorar sus prácticas de recolección, beneficio y secado del café.</p> <p>El análisis de línea base efectuado al inicio del programa, evidenció que sólo el 52% de las productoras había tenido acceso a procesos formativos en análisis físico del café, con la implementación de las capacitaciones durante la ejecución del proyecto, se incrementó al 96%, correspondiente a 46 productoras. En cuanto a la formación en protocolos postcosecha, el 42% había recibido capacitaciones en este tema y con la intervención se incrementó al 94%. Igualmente, el 56% de las productoras recibió formación en gestión administrativa para la comercialización de café tostado, el cual se considera alto teniendo en cuenta que al inicio del programa tan solo el 14% había recibido este tipo de formación.</p> <p>Complementariamente, se orientaron capacitaciones en temas de género y masculinidades corresponsables, logrando así sensibilizarlas acerca de la importancia de avanzar hacia la autonomía en la toma de decisiones sobre la distribución de los ingresos económicos propios. Como resultado final, se puede concluir que las mujeres y su núcleo familiar al recibir esta formación están en capacidad de reconocer y transformar roles y estereotipos de género logrando la corresponsabilidad en las tareas del cuidado del hogar.</p> <p>Así mismo, el proceso de capacitación y acompañamiento realizado en derechos y participación política permitió a las mujeres fortalecer sus conocimientos, mejorar sus habilidades sociales, empoderarse y asumir liderazgos. Su participación dentro de la caficultura evidencia la importancia de su rol dentro de la cadena productiva del café, lo que ha facilitado su ingreso a mercados competitivos con una marca propia de café tostado y molido, empleando nuevos canales de comercialización y mejorando así sus ingresos económicos netos.</p> <p>Con la puesta en marcha de los protocolos de cosecha y post cosecha (recolección, despulpado, fermentación, lavado y secado) las mujeres lograron implementar en sus sistemas de producción las recomendaciones generadas en el marco del proyecto, lo que impactó positivamente en el factor de rendimiento y en los resultados en análisis físicos y sensoriales del café, asegurando un aumento en el pago de este, por atributos diferenciados en taza. Por lo anterior, se participó de la subasta que se llevó a cabo dentro del marco de la Primera Feria Internacional de Café organizada por Tecnicafé, en la cual sus micro lotes quedaron seleccionados y fueron subastados a USD 4,5 libra, denotando que el café de la participante Bertha Rosas tuvo el mejor factor de rendimiento de los cafés seleccionados en subasta.</p>
<p>¿Cuánto?</p>	<p>La comercialización de café tostado de la marca “50 Amigas”, presentó un avance del 131% en relación con la meta establecida en el indicador ya que con corte a agosto 2022 se comercializaron en total 1839 libras de café en Colombia y Estados Unidos. Esto, evidencia una respuesta positiva por parte del mercado nacional, ya que fue en Colombia donde se presentó la mayor demanda del producto. Lo anterior, está ampliamente relacionado con la implementación de alianzas con diferentes empresas del sector corporativo en sus compras de regalos de fin de año para clientes y empleados, y la mayor respuesta por parte de las personas en Colombia obedece a las campañas empleadas en redes sociales.</p>





Para solucionar el reto de comercialización en Estados Unidos, el equipo del socio implementador Wegrou trabajó en el despliegue del canal de comercialización mediante la plataforma (Amazon), el cual es más cercano, confiable y conocido por los consumidores a nivel Internacional.

Una vez finalizado el proceso de comercialización, se efectuó el contraste entre línea base y línea de salida encontrando que, el promedio de ingresos netos de las productoras según reporte de línea base 2020 fue de \$10.530.380 a un precio por libra de \$4.173 (USD\$1.14) lo cual en relación a línea de salida, el promedio de ingresos netos de las productoras fue de \$16.538.849, evidenciando el incremento representado en un 57% el cual está ampliamente asociado a que los precios de compra les fueron favorables debido a la coyuntura global que desembocó en altos precios del commodity en los mercados internacionales.

De igual forma, dentro de las estrategias para la comercialización y el acercamiento del comprador con las caficultoras, se crearon junto con el producto, tarjetas que contenían la imagen y mensaje personalizado de cada una de las productoras de café, generando un impacto positivo dentro de los compradores, especialmente a nivel internacional quienes efectuaron donaciones directas incrementando el porcentaje de ingresos económicos netos de las productoras.

En cuanto a la reliquidación, para las compras del primer año, por cada kilo de café tostado vendido en Estados Unidos, cada productora recibió USD\$5,6 (\$21.600) y por cada kilo de café tostado vendido en Colombia, cada una recibió \$10.663 adicional por kilo. Teniendo en cuenta que se vendieron 192 unidades en Estados Unidos y 365 en el país, las productoras recibieron un total de \$2.737.149 durante el primer año de compras en el marco del proyecto

Esta primera reliquidación se efectuó a las 4 primeras participantes (pioneras), por lo que cada una percibió \$778.067 en promedio como sobreprecio, reflejado en unos ingresos percibidos promedio de 1.422.067, valor 121% superior al registrado bajo un canal convencional donde el valor percibido asciende a \$632.500 en promedio (\$9.200 por kilo).

Para el año 2, la reliquidación ascendió a USD 1 por libra a cada una de las participantes. En esta segunda compra participaron 30 productoras; cada mujer participó con 20 Kilos de café verde excelso ocasionando que la reliquidación tuviera un valor de USD 40 por participante. De este modo, las productoras obtuvieron un sobreprecio promedio de \$154.291 que se reflejó en unos ingresos promedio de \$401.432, valor 62% superior al registrado bajo un canal convencional donde el valor percibido asciende a \$247.000. En síntesis, el total de mujeres que participaron de los procesos de reliquidación fueron el 68% de la población participante representada en treinta y cuatro (34) caficultoras.

Este incremento en los ingresos de las mujeres participantes también obedece a que se contempló en el modelo de negocio no solo la comercialización del café en presentación de CPS (Café pergamino seco) sino la comercialización de café tostado y molido generando incremento en los ingresos económicos





	netos sumado a las bonificaciones que se recibieron por la calidad del café, la prima social FLO y orgánico y la bonificación de USD 1 por libra de café vendido implementado durante la vigencia del proyecto.
<i>¿Contribución?</i>	<p>El programa Caficultora 2.0, logró que las mujeres participaran de manera activa en la cadena de suministro de café tostado y molido diferenciado por calidad a nivel nacional e internacional, e hicieran parte de los canales de comercialización innovadores lo que les permitió mejorar sus ingresos económicos y por ende su calidad de vida y la de su núcleo familiar.</p> <p>Se realizaron importantes esfuerzos para la implementación del modelo de negocio a partir de las diferentes estrategias de creación de marca con un producto diferenciado y que da cuenta de la historia de las productoras. La creación de la plataforma Indiegrow se constituyó en una herramienta que facilitó la operatividad del proceso de comercialización. De igual manera, para el mes de agosto del 2022, se realizó el fortalecimiento de la promoción del café en Amazon y Google principalmente. Adicionalmente se llevó a cabo el proceso de actualización de diseño de la plataforma de Indiegrow para involucrar mejoras en la experiencia de compra de los clientes.</p> <p>El modelo de negocio planteado por Wegrou estableció que las productoras participaran activamente bajo un escenario ideal y propicio, el cual contó con las condiciones adecuadas para una efectiva comercialización, percibiendo un ingreso adicional por libra de café comercializado en los mercados internacionales.</p> <p>Como mecanismo para identificar y optimizar la calidad del café, las productoras tuvieron acceso a capacitaciones en protocolos de calidad postcosecha y obtuvieron herramientas que contribuyeron al mejoramiento de la calidad del café representadas en kits post cosecha plus y unidades de canguro recolector, bastón abonador y coco recolector de café, suministros que fueron entregados en la actividad de cierre del programa al grupo de caficultoras participantes de acuerdo a las necesidades identificadas en campo, destacando que las participantes del proyecto lograron implementar en sus sistemas de producción las recomendaciones orientadas, favoreciendo los resultados físicos y sensoriales de su café.</p>
<i>¿Riesgo?</i>	La situación de pandemia por Covid -19, conllevó al equipo técnico implementador a realizar ajustes al Plan Operativo Anual (POA) aplazando el comienzo de las actividades en campo por aproximadamente un mes, estableciendo un plan de choque basado en la adquisición de equipos de bioseguridad que permitiera ingresar a territorio de manera segura, salvaguardando la salud de los participantes; logrando al final del proceso cumplir a cabalidad con las actividades planteadas.

### Impacto Diferenciado

Población	Impacto
-----------	---------





<p>Mujeres rurales de los municipios de El Tambo, Timbío, Cajibío y Popayán.</p>	<p>El desarrollo del proyecto Caficultoras 2.0. buscó impactar a 50 mujeres caficultoras con el fin de empoderarlas y de esta manera aportar al crecimiento y desarrollo económico de ellas, su familia y comunidad en municipios PDET.</p> <p>El grupo de mujeres vinculadas al programa Caficultora 2.0 se encuentran ubicadas en zona rural, de los municipios de El Tambo, Popayán, Cajibío y Timbío en el departamento del Cauca. Caficultoras con una edad promedio de 56 años, en donde el 20% se identifica como población indígena; el 2% afrodescendiente y el 78% restante como campesinas.</p> <p>Las mujeres que hacen parte del proyecto son de escasos recursos y viven en promedio con \$516.000 mensuales, valor 58% inferior al salario mínimo legal vigente en Colombia para el año 2020 y el 98% reside en viviendas estrato 1, en las cuales llevan viviendo en promedio 30 años, lo que refleja las bajas posibilidades de desarrollo que han presentado a lo largo de su vida.</p>
--	---

Impacto estratégico en construcción de paz:

Uno de los principales objetivos del Programa Caficultora 2.0 está asociado a la mejora de la capacidad de las productoras para tomar decisiones, en particular sobre los ingresos obtenidos de la actividad productiva. Para ello el programa realizó una serie de capacitaciones en derechos y participación política que fortalecieron diversos aspectos de la mujer acerca de su rol en la sociedad, apuntando a la implementación del indicador relacionado con la implementación de programas de formación sobre derechos políticos y formas de participación política y ciudadana de la mujer de los acuerdos de paz y al ODS 5 asociado a la igualdad de género promoviendo la participación de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo en diferentes ámbitos. Así mismo, todas las actividades en las que hicieron parte activa, asociadas a la creación de marca, las productoras fueron protagonistas en la creación de un producto que las representará como mujeres, autónomas, empoderadas, amigas, amantes de la caficultura y constructoras de paz.

El incremento de ingresos como principal indicador representa un factor de éxito en el desarrollo de este tipo de proyectos, teniendo en cuenta que las intervenciones se realizan en zonas afectadas por el conflicto armado, logrando no solo la activación de la autonomía y empoderamiento de la economía de las mujeres caficultoras, sino que a su vez aportar a la activación de economía del Tambo, como municipio PDET fortaleciendo los procesos de comercialización del cultivo de café.

Esto demuestra que, a partir de la implementación de caficultoras 2.0. se contribuye de manera directa a la consolidación de las mujeres rurales como actores claves en la activación de la economía y productividad aportando a la reducción de la pobreza y el hambre en sus territorios y al fortalecimiento de los medios de subsistencia, reduciendo vulnerabilidades individuales, familiares y asociativas. apuntando de esta manera a los ODS 1. Fin de la pobreza, ODS 2. Hambre Cero y ODS 10. Reducción de las Desigualdades.

Para hacer realidad la construcción de paz en los territorios focalizados por el proyecto es importante involucrar a toda la familia en los procesos productivos; la dinámica de la juventud rural en Colombia y Latinoamérica da cuenta de la acelerada migración que se está generando en busca de mejorar su condición socioeconómica e incrementar sus ingresos, situación que resulta paradójica bajo





la premisa de poder ayudar a sus padres que se quedan en las unidades productivas atendiendo las múltiples actividades que esto conlleva. El departamento del Cauca no es ajeno a este fenómeno, en especial las zonas que han tenido que soportar las causas y consecuencias del conflicto armado donde los jóvenes se han convertido en protagonistas de ésta. Incentivar a los jóvenes con proyectos productivos genera un arraigo en sus hogares, permitiendo que exista un relevo generacional y se minimice la desertión del sector rural.

La integralidad de los proyectos se constituye como otro factor importante; a partir de los resultados obtenidos en el levantamiento de línea base, se identificó que, en el periodo del informe, cuatro mujeres del proyecto sustituyeron cultivos ilícitos, a través del programa de desarrollo alternativo Algo Nuevo, implementado por Mercy Corps para un total de 0.75 hectáreas sustituidas. Estas familias contaron con la verificación y acompañamiento por el cambio de cultivo lícito de café, pan coger o de ciclo corto contribuyendo a la soberanía y seguridad alimentaria de las familias. A su vez, cuatro mujeres participantes, se encontraban en riesgo de cultivar ilícitos y recibieron acompañamiento para superar esta situación. Mercy Corps con esta acción complementaria, apoya la implementación del punto número 4 de los acuerdos de paz.

Complementario a lo anterior, desde Mercy Corps, se realizó seguimiento de las ocho (8) participantes del programa Caficultora 2.0; que se encuentran adjuntas al programa Desarrollo Rural Inclusivo Algo Nuevo, cuyo objetivo es mejorar los medios de vida de familias campesinas del Cauca, Colombia, logrando evidenciar que las caficultoras se encuentran activas a la fecha. Este programa complementa dos componentes clave de los Acuerdos de Paz de 2016, mediante la reforma rural integral y el desarrollo de medios de vida legales para productores agrícolas afectados por la pobreza y que antes producían hoja de coca. Algo Nuevo trabaja para atender desde un enfoque integral y territorial, las necesidades de comunidades rurales afectadas por la guerra y las economías ilícitas en el departamento del Cauca, lo cual, se alinea con el ODS No. 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.

En clave del ODS 16, paz justicia e instituciones sólidas, se encuentran enmarcadas las actividades relacionadas a la formalización de la propiedad rural, por lo cual como se menciona en los resultados del presente informe, a partir del acompañamiento y asesoría técnica desarrollada por Mercy Corps, de las 28 mujeres que no contaban con los derechos a la propiedad, dos obtuvieron su título durante el desarrollo del proyecto. De las 26 mujeres restantes que contaban con expediente conformado, a la fecha se encuentran viabilizados 20 casos distribuidos entre la ruta de baldíos y administrativa privada. Es así, como de manera complementaria se continua con el acompañamiento a las mujeres del proyecto, con el fin de aportar a la titularidad de la propiedad contribuyendo a la transformación de los territorios en el marco del Plan Marco de Implementación, en especial el punto 1 de los acuerdos de paz.

En busca del cumplimiento del ODS 16 – Paz, justicia e instituciones sólidas; en el marco del programa Caficultora 2.0 en torno a la construcción de paz, el sello de certificación Comercio Justo Fairtrade para trabajo contratado, establece dentro de su normativa de libertad de trabajo prevenir el trabajo forzoso u obligatorio en función del contenido de los Convenios C29 (Convenio sobre trabajo forzoso) y C105 (Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso) de la OIT y la trata de personas con fines de trabajo o servicios forzados, incluida la explotación sexual, según el Protocolo para prevenir, suprimir y sancionar la trata de personas, especialmente mujeres y niños de las Naciones Unidas.

De igual forma, la implementación del proyecto aportó a la reactivación de la economía no solo de las mujeres sino del municipio del Tambo promoviendo el fortalecimiento de circuitos cortos de comercialización apuntando a la implementación de los acuerdos de paz y a los ODS 1 y 2. Esto, evidenciado en el acompañamiento continuo de la cadena de producción y comercialización de las mujeres caficultoras a partir de la implementación de las diferentes actividades del proyecto.





Durante el desarrollo de las diferentes actividades del programa, las mujeres cafeteras, mencionaron su interés de extender las oportunidades que ellas han tenido a otras mujeres campesinas, ya que están convencidas que el cultivo del café es una de las respuestas a nuevos escenarios de independencia y paz, como también, es una posibilidad de encontrar caminos hacia la autonomía económica y empoderamiento diferencial del rol de la mujer en estas zonas marcadas por el conflicto.

Asimismo, a través del proyecto se contribuyó a los ODS 8. Trabajo Decente y Crecimiento Económico, ODS 9. Industria, innovación e Infraestructura y ODS 12. Producción y Consumos Responsables, dado que los escenarios de capacitación y asistencia técnica, así como el acceso a la información y a los mercados locales e internacionales mediante un plan de comercialización directo de Café FLO y Orgánico, logró que las mujeres del programa pudieran aportar a la transformación de la producción a partir del acercamiento a tecnologías alcanzando la sostenibilidad ambiental y de sus proyectos de vida.

### 1.3. Beneficiarios

#### Beneficiarios directos

Departamento	Municipio	Mujeres	Hombres	Niños / Niñas	Otros ¿Cuáles?
Cauca	El Tambo	39	0	0	0
Cauca	Cajibío	1	0	0	0
Cauca	Popayán	3	0	0	0
Cauca	Timbío	7	0	0	0

#### Beneficiarios indirectos \*

Departamento	Municipio	Mujeres	Hombres	Niños	Otros ¿Cuáles?
Cauca	El Tambo	23	75	15	0
Cauca	Popayán	2	7	4	0
Cauca	Timbío	1	10	4	0

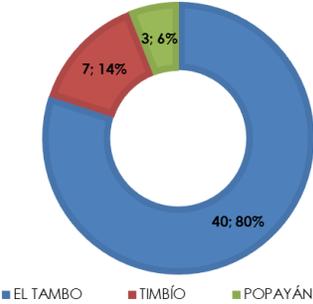
\* Información obtenida de la base de datos de ONA, según la composición familiar.

### 1.4. Actividades y productos:

Actividades	Productos	Resultados estratégicos	Departamento(s)
Suscribir acuerdo de subvención entre Mercy Corps y WeGrou S.A.S.	Acuerdo de subvención suscrito entre Mercy Corps y WeGrou S.A.S.	Acuerdo de Subvención suscrito por un monto mínimo de \$140.514 USD. En dicho acuerdo se evidencia que este aporte corresponde a recursos derivados de la Convocatoria de Blended Finance 2.0 del Fondo Multidonante de las Naciones Unidas para la Construcción de la Paz.	Cauca





<p>Reunión con Gerencia Caficauca</p>	<p>Acuerdo de compra café excelso y contrato de maquila firmado por los representantes legales de WeGrou, Caficauca y MC.</p>	<p>Estos acuerdos de entendimiento logran materializar de un lado la compra de café, el cual constituye la materia prima requerida para el ejercicio de transformación y de otro lado la maquila (tostado, molido, empaque y bodegaje) del café a comercializar en mercados nacionales e internacionales.</p>	<p>Cauca</p>												
<p>Focalización de las mujeres participantes</p>	<p>Acta de selección de 50 mujeres caficultoras del Proyecto.</p>	<p>El documento contiene los criterios que se emplearon para la selección de las 50 mujeres caficultoras participantes: Ubicación de unidad productiva (UP), pertenecer a la cadena de valor de café orgánico de la Cooperativa de Caficultores del Cauca u otra cooperativa de productores agrícolas autorizada por el Comité Departamental de Cafetero, la productora agrícola debe firmar el memorando de entendimiento en que se declara su vinculación formal al proyecto, bajo los deberes y derechos que de este devengan para la producción y venta del café pergamino seco orgánico, y la extensión en hectáreas de la unidad productiva de 0.2 a 5 hectáreas de área total, con un cultivo de café orgánico que es su actividad económica principal y del cual deriva el sustento económico familiar.</p> <p>DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA PRODUCTORAS PROGRAMA CAFICULTORA 2.0</p>  <table border="1"> <caption>DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA PRODUCTORAS PROGRAMA CAFICULTORA 2.0</caption> <thead> <tr> <th>Localidad</th> <th>Número de Productoras</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>EL TAMBO</td> <td>40</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>TIMBÍO</td> <td>7</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>POPAYÁN</td> <td>3</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table>	Localidad	Número de Productoras	Porcentaje	EL TAMBO	40	80%	TIMBÍO	7	14%	POPAYÁN	3	6%	<p>Cauca</p>
Localidad	Número de Productoras	Porcentaje													
EL TAMBO	40	80%													
TIMBÍO	7	14%													
POPAYÁN	3	6%													
<p>Reuniones en campo con actores territoriales considerados relevantes para el posterior</p>	<p>Acta de reunión con Alcaldía de El Tambo Cauca.</p>	<p>Acta de reunión llevada a cabo entre Mercy Corps y la Alcaldía El Tambo Cauca, con el fin de socializar el proyecto con el ente territorial.</p>	<p>Cauca</p>												





relacionamiento con la población beneficiaria	Planillas de asistencia.		
Contratación de la oficial de M&E y la oficial de calidades de café coordinador de tostión.	Términos de Referencia y selección de los Profesionales.	Se realizaron los Términos de Referencia de la descripción del cargo y la contratación de las profesionales que cumplieran con los perfiles para los cargos requeridos y quienes desarrollan las acciones de seguimiento y monitoreo de actividades e indicadores, y las capacitaciones y asesorías en protocolos de cosecha y postcosecha para el mejoramiento de la calidad de café, actividades que fueron permanentes en la implementación del Proyecto.	Cauca
Línea Base: Levantamiento Diagnóstico de las unidades productivas de las 50 mujeres beneficiarias.	Documento diagnóstico de las Unidades Productivas de 50 mujeres caficultoras participantes del proyecto.	Este diagnóstico se realizó a cada unidad productiva de las 50 mujeres participantes del Proyecto. El documento resultado de este levantamiento expone un detallado análisis de la situación inicial productiva. Adicionalmente, se tuvo como resultado información sobre la ratio de horas remuneradas y no remuneradas de cada una de las mujeres caficultoras, ingresos y gastos, toma de decisiones, capacitaciones recibidas, conocimientos, ubicación geográfica y propiedad de la tierra, asociatividad, características poblacionales (rango de edad y pertenencia étnica), actividad productiva y producción de café. Los resultados se pueden encontrar en el anexo <a href="#">Documento Línea base Proyecto caficultora 2.0</a>	Cauca
Línea de Salida	Documento	El documento permite visualizar los resultados obtenidos mediante la implementación del Programa Caficultora 2.0 efectuando un contraste entre la situación inicial evidenciada en campo mediante el levantamiento de información de línea base y los resultados obtenidos al final de la implementación del programa en las caficultoras, su unidad productiva y su núcleo familiar. Para ello el documento describe la situación actual de las productoras en cuanto a conocimientos de su actividad productiva, gestión administrativa, horas de trabajo remunerada y no remunerada, capacidad de toma de decisión entre otras variables cuyos	Cauca





		resultados se encuentran a partir de la línea base del programa, documento que se adjunta al presente informe. <a href="#">Análisis contraste línea base - línea de salida.</a>	
Storytelling: creando la historia de las mujeres.	Creación de la historia y de la marca.	En las capacitaciones participativas dirigidas a las caficultoras se desarrolló la creación de la historia que se configuró como el modelo comunicativo y guía en el proceso de creación de marca. Esta creación de la historia parte de la definición de un propósito común, lo cual determina el objetivo de la historia y la creación de escenarios de comunicación en los que la audiencia genera empatía con el mensaje. A partir de la realización de estos ejercicios, se generaron los insumos para la creación de marca y empaque del café: "50 Amigas".	Cauca
Creación Marca: socialización del proceso creativo.	Se genera la marca de café "50 Amigas"	A partir de los resultados obtenidos del proceso de Storytelling (historia común de las mujeres participantes) se crea la marca "50 Amigas". Luego, fue llevada a cabo, la socialización de los contenidos para la aprobación de las piezas gráficas, que dieron impulso al proceso de comercialización del café en el mercado.	Cauca
Capacitaciones y asesorías en calidad del café.	Se imparten capacitaciones para mejorar los protocolos cosecha y postcosecha, para el mejoramiento de la calidad del café.	A través de 17 capacitaciones en protocolos cosecha y postcosecha, las mujeres caficultoras se fortalecieron en el mejoramiento de la calidad de café, determinación de la calidad física del grano, características sensoriales del café, catación y prueba de taza. Estas capacitaciones grupales e individuales se realizaron de forma presencial en el laboratorio de calidad de Caficauca.	Cauca
Compra de equipos: Molino Industrial para café tostado.	Adquisición de un molino semi industrial para café tostado, con capacidad para 70 kilos/hora	Se efectuó la compra y entrega en las instalaciones Caficauca de un molino semi industrial para café tostado, con capacidad para 70 kilos/hora, con las especificaciones técnicas necesarias para asegurar la trazabilidad en el proceso de transformación del café.	Cauca
Adecuación de las instalaciones de Caficauca. (Apalancamiento adicional a lo inicialmente proyectado en el ProDoc)	Adecuaciones a la planta de torrefacción, con el objetivo de ampliar las	Caficauca realizó adecuaciones a la planta de torrefacción de acuerdo con las BPM, normas exigidas por Invima y requerimientos por parte de la	Cauca





	instalaciones para aumentar la capacidad de producción y cumplir con la normatividad exigida.	certificación Orgánico, encontrándose en el 100% de ejecución.  Ver anexo 4. Contrapartida maquinaria y equipos	
Análisis de calidad: análisis sensorial inicial de la calidad de las mujeres.	Análisis físicos y organolépticos del café cosechado por las participantes.	Con la coordinación de la Oficial de Calidades de Café de Mercy Corps y el apoyo de expertos en catación y calidad de Caficauca, se realizaron 343 pruebas continuas a la calidad del café de las mujeres. Se realizaron 17 talleres sensoriales de retroalimentación a 17 caficultoras.	Cauca
Identificación de cafés a transformar - definición de esquema de abastecimiento de café (priorización de las mujeres).	Resultados de Catación de los cafés seleccionados.	Caficauca acopió los cafés de las mujeres participantes, los cuales se analizaron física y sensorialmente por el departamento de calidades de Caficauca y la Oficial de Calidades de cafés especiales de Caficultora 2.0. Estos resultados permitieron escoger los mejores nano lotes para la compra de café excelso en el primer y segundo año de ejecución del programa Caficultora 2.0.	Cauca
Definición proceso operacional: almacenamiento, trillado, tosti3n, inventarios, empaque. Protocolo de calidad y manual de transformaci3n de caf3.	El resultado es un manual, en el cual se detalla el proceso operacional.	El documento producto de esta actividad contiene todos los detalles del paso a paso operacional y trazabilidad de los caf3s adquiridos por el programa para su transformaci3n y comercializaci3n.	Cauca
Inscribir INVIMA de la marca "50 Amigas".	Registro de marca ante Invima.	Se realiz3 la inscripci3n de la marca: 50 Amigas, ante la Agencia Regulatoria Nacional – Invima, en el mes de diciembre de 2020, para garantizar el cumplimiento de las normas y regulaciones para la comercializaci3n del caf3 en el mercado nacional e internacional.	Cauca
Muestreo y cataci3n continua	343 lotes de caf3 pergamino analizados.	Durante el periodo de cosecha y mitaca de caf3 se lograron realizar 343 an3lisis f3sicos y organol3pticos del caf3 entregado por las mujeres en las instalaciones de Caficauca, lo cual determin3 la selecci3n de treinta y cuatro nano-lotes de caf3 org3nico a transformar y comercializar mediante la marca "50 Amigas"	Cauca
Comunicaci3n 1: Storytelling	Documento que contiene la estrategia	Se realiz3 una estrategia de comunicaci3n y Storytelling, para la divulgaci3n de las historias de las caficultoras beneficiarias, as3 como del desarrollo de	Cauca





	de comunicación y Storytelling.	la marca de café y el producto. <a href="#">Anexo 2- Historias de vida y artículos blog Caficultora 2.0</a>	
Creación de marca y empaque	Manual de identidad de marca, en el cual se encuentran aprobados el nombre, el logo, el lema de la marca y el arte del empaque de café.	Se realizó el diseño y la elaboración de la marca de café y empaque de los productos de las mujeres participantes, creación de la marca con la que se comercializó el café orgánico tostado, dentro de los que se incluye el nombre, los colores y símbolos empleados, apariencia del logo, y la identidad comunicativa de la marca. Adicionalmente se incluye la impresión de empaques de café. <a href="#">Anexo 3-Manual de marca 50 Amigas</a>	Cauca
	Registro de la marca ante la SIC.	La marca: 50 Amigas, se registró ante la Superintendencia de Industria y Comercio SIC, con el objetivo de proteger la marca a través de acciones administrativas, civiles y penales para el caso de que terceros infrinjan el uso de esta.	Cauca
	Mejora empaques	Durante el mes de agosto del 2022, se llevó a cabo un proceso para mejorar el diseño de la experiencia de venta del café 50 Amigas. Se diseñaron empaques y cajas de café para realizar la venta de “Kits de Café”, los cuales buscan ser de mayor atractivo para el mercado. Se diseñaron 4 “Kits de café” compuestos por una caja personalizable y por las bolsas del café 50 Amigas, taza de café 50 Amigas, prensa francesa, entre otros. Así mismo, se realizó el diseño de una caja para venta institucional con capacidad para 24 unidades.	Cauca
Producción audiovisual (video)	1 video promocional del café producido por las mujeres caficultoras.	Se realizó un video promocional de la comunidad de mujeres cafeteras de El Tambo, Cauca. Este video se utiliza de manera continua para promocionar y sensibilizar a los nuevos clientes, en la aplicación web y en las redes sociales. <b>Anexo Video promocional:</b> <a href="#">50 Amigas</a>	Cauca
	1 Video en realidad virtual sobre el proceso de producción del café.	Se realizó un video en realidad virtual 360 grados para sensibilizar a clientes potenciales a través de una experiencia innovadora, interactiva y realista sobre el proceso desde la cosecha hasta la producción final de café. <b>Anexo Video realidad virtual:</b> <a href="#">Realidad Virtual 3D</a>	Cauca





Producción contenido escrito (blog)	20 blogs	Se realizaron 20 blogs, los cuales fueron usados en publicaciones de la página web, facebook, instagram y twittera de Indiegrow como ejercicio promocional de la marca de café “50 Amigas”. Anexo 2- <a href="#">Historias de vida y artículos blog Caficultora 2.0</a>	Cauca
Construcción del plan de M&E e instrumentos de seguimiento y monitoreo para el Proyecto Caficultora 2.0	Documento final del Plan de M&E e instrumentos de medición aprobados por Mercy Corps, Wegrou y Caficauca.	El plan de monitoreo y evaluación fue elaborado durante el primer trimestre de implementación del programa, este determinó la ruta para el seguimiento y monitoreo a las actividades definidas en el proyecto y a partir de este, se evaluó los logros e impactos obtenidos. Todos los instrumentos y aplicativos de seguimiento y monitoreo son gestionados por Mercy Corps, se encuentran de forma digital y se administran en la aplicación ODK y su recolección se realizó a través de la plataforma ONA.. Esto permitió durante el periodo de ejecución generar reportes de datos en tiempo real para la toma de decisiones en el desarrollo de actividades propias del programa.	Cauca
Reliquidación y Rendición de Cuentas	Pago del sobre-precio pactado en el contrato de compra del año 2021.	Mediante la reliquidación se estipula el pago de USD 1 por libra de café excelso a cada una de las participantes. Teniendo en cuenta que cada mujer participó con 20 Kilos de café verde excelso, la reliquidación inicial estuvo representada en el pago de USD 40 por participante.  Así mismo una vez efectuada la transformación y comercialización del café tostado de la marca “50 Amigas” se llevó a cabo la reliquidación en el mes de febrero año 2022 - Pago del sobre-precio efectuado a las 30 caficultoras que comercializaron su producto en cosecha año 2021.	Cauca
Comercialización de micro lotes de cafés diferenciados	Informe de área de calidades de CAFICAUCA.	Venta de cuatro (4) micro lotes de cafés diferenciados por factor y taza de cuatro (4) de mujeres participantes del programa Caficultoras 2.0 los cuales fueron subastados en el concurso que realiza EXPOCAFÉ anualmente con los cafés del departamento denominada “El café de mi tierra”.	Cauca





Asistencias técnicas a fincas	Memorandos de visitas con recomendaciones técnicas.	Las productoras recibieron asistencia técnica en finca con un promedio de tres visitas por año, dentro del programa se estableció realizar dos visitas adicionales, las cuales se llevaron a cabo entre enero y julio de 2021, logrando así aumentar el número de visitas/año por productora, además de realizar orientaciones y retroalimentaciones, que permitieran mejorar las prácticas de fertilización y cuidado del cultivo de café	Cauca
Participación en Programa de televisión Shark Tank	Exposición del programa y acercamientos comerciales y búsqueda de recursos para la sostenibilidad del programa.	Durante la ejecución del programa, el equipo de Wegrou (Indiegrow) tuvo la oportunidad de participar en un programa televisivo de alcance regional en Latinoamérica llamado Shark Tank Colombia. Esto ha permitido que la iniciativa cuente con una exposición regional y atraiga a personas y entidades interesadas en comprar, colaborar y unirse al proyecto	Bogotá
Conmemoración del mes de la Mujer	Realización de 2 eventos en el marco de la conmemoración del mes de la Mujer	En el municipio de Popayán y El Tambo se realizaron dos eventos donde participaron las mujeres participantes del proyecto Caficultora 2.0 y otras invitadas de los proyectos que Mercy Corps ejecutados en el departamento del Cauca. Con el objetivo de conmemorar el Día Internacional de la Mujer, fecha en la que se enaltecen las luchas de las mujeres por el reconocimiento de sus derechos, por la igualdad entre los géneros y por un mundo más justo para las mujeres.	Cauca

### 1.5. Enfoques transversales

El Proyecto Caficultora 2.0, contribuyó a la transformación económica y la inclusión de las mujeres de las zonas rurales de El Tambo, Cauca, municipio PDET. Evidencia de esto, es la implementación de acciones para mejorar la autonomía económica de las mujeres, buscando aumentar sus ingresos económicos propios y el acceso a activos productivos como los derechos de propiedad rural y bienes y servicios públicos, a partir del mejoramiento de la productividad, calidad y comercialización del café proveniente de las unidades productivas de las 50 caficultoras participantes.

Caficultora 2.0 desarrolló actividades específicas que aportaron a la promoción de la equidad de género y en particular la autonomía





económica, como:

1. Acompañamiento técnico agrícola en finca, brindado por el equipo técnico de CAFICAUCA, el cual es un activo productivo efectuado con periodicidad que mejora la productividad y calidad del café producido por las mujeres, favoreciendo el incremento de sus ingresos económicos y por consiguiente su autonomía económica.
2. Transferencia de conocimientos y capacidades, llevadas a cabo mediante el desarrollo de la jornada de capacitación denominada: Storytelling, en donde se desarrollaron temáticas relacionadas a la cadena productiva de café, en esta actividad, participaron el 100 % de las caficultoras. De otro lado, la capacitación en género, participación política y empoderamiento económico posibilitó que las mujeres productoras de café tomen mejores decisiones sobre los ingresos económicos propios, mejoren su participación en organizaciones solidarias y se generen redistribuciones en las cargas de trabajo productivo, lo que se tradujo en empoderamiento de las mujeres.

Así mismo, Mercy Corps en alianza con la Secretaría de la Mujer de la Gobernación del Cauca y ONU Mujeres apoyan el proceso de actualización y territorialización de la política de mujeres del Cauca. Además, como valor agregado nuestro socio comercial CAFICAUCA, cuenta con el sello de buenas prácticas en género, otorgado por la Secretaría de la Mujer de la Gobernación del Cauca.

En concordancia con lo anterior, de manera complementaria desde el programa Mujeres Rurales del Cauca ejecutado por Mercy Corps, en el municipio del Tambo, se desarrollaron jornadas de capacitación adicionales a las realizadas en el marco del proyecto, en temáticas relacionadas con género, como lo son masculinidades corresponsables, derechos sexuales y reproductivos así como la ejecución de un taller de círculo de mujeres enfatizando en tres áreas: liderazgo y comunicación, prevención de violencias basadas en género y economía del cuidado.

De igual forma, se activó la ruta comunitaria para la prevención de violencias basadas en género, fortaleciendo los mecanismos de intervención de la Alcaldía del Tambo, mediante la capacitación a funcionarios públicos encargados de la ruta de atención del Consejo Consultivo de Mujeres.

Por otro lado, La línea base, logró identificar que la totalidad de las participantes del Proyecto se encuentran vinculadas a las asociaciones de primer nivel AMUCC con 47 participantes y ACEC con tres participantes. En dichas organizaciones las mujeres tienen una participación activa en la toma de decisiones. De igual manera se identificó que solo el 14% de las productoras han recibido formación en gestión administrativa y el 12% en derechos y participación política, por lo que los procesos de formación que se realizaron en Caficultora 2.0, permitieron que las productoras tengan un mayor conocimiento sobre sus derechos y por consiguiente mejoren sus niveles de participación en la toma de decisiones del ámbito público y privado, principalmente en las asociadas al gasto de los ingresos derivados de la actividad productiva.

Como resultado importante del programa, en todos los indicadores analizados se presentó un crecimiento importante en el número de productoras donde la toma de decisiones sobre los diferentes aspectos de su cotidianidad fue realizada de manera autónoma. Es así como al inicio del programa el índice de empoderamiento se ubicó en 33,4% y como respuesta a las actividades realizadas, pasó a 48,6%, es decir, se reportó un crecimiento del 68% en el número de mujeres que mejoraron su capacidad de toma de decisión, pasando de 17 a 24 mujeres que toman decisiones de manera autónoma en su hogar aportando de esta forma a los ODS 5. Igualdad de Género y ODS 10 Reducción de las desigualdades.





El proyecto caficultora 2.0 ha permitido visibilizar la importancia del rol de la mujer rural en la construcción de paz como productoras de café evidenciando la facultad de las mujeres rurales para aportar al entorno social, político y económico de sus comunidades teniendo en cuenta el contexto y las zonas de intervención enmarcadas en vulneraciones causadas por el conflicto armado, violencia intrafamiliar y exclusión, demostrando que al generar oportunidades, se potencia la capacidad de resiliencia logrando así visibilizar a las mujeres como tejedoras y transformadoras de paz en sus núcleos familiares, comunidades y en el territorio.

Como contribución a la sostenibilidad ambiental, dentro del proceso de selección de las 50 mujeres caficultoras, se tuvo en cuenta el criterio de vincular unidades productivas de café con los sellos de certificación FLO y Orgánico, los cuales aseguran la optimización de la cadena de suministro de cafés de calidad, el cumplimiento de criterios ambientales como la producción orgánica y óptimos niveles de trazabilidad, lo que contribuye a la mejora de los indicadores de producción y consumo sostenible con un bajo impacto ambiental negativo. Como medio de verificación del cumplimiento de normativas de sostenibilidad ambiental, Caficauca por medio de su equipo técnico realizó verificaciones periódicas frente al cumplimiento de estos criterios de sostenibilidad ambiental en cada una de las unidades productivas de las caficultoras participantes del Proyecto. Como resultado de esto, se pudo evidenciar que las 50 caficultoras cumplieron durante el proyecto con los estándares y la normatividad aportando en la gestión, conservación y aprovechamiento de los recursos naturales como productoras y educadoras a partir de su oficio.

## 2. Gestión del Conocimiento

### 2.1. Lecciones aprendidas

¿Cuál es la lección? (Describir aprendizaje)	¿En el desarrollo de qué actividad o producto se generó?	Considere qué grupos o individuos dentro o fuera de la organización se beneficiarían de esta lección
<p>La pandemia del Covid-19 obligó a reajustar los planes de trabajo establecidos por los socios implementadores. Generando la construcción de protocolos de trabajo para el retorno de actividades durante los primeros meses de implementación, lo que permitió comprender que la articulación con autoridades locales municipales, nacionales y departamentales son esenciales para la expedición de permisos de trabajo en campo cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sesión de sensibilización del proyecto.</li> <li>● Línea Base: Levantamiento Diagnóstico de las unidades productivas de las 50 mujeres beneficiarias.</li> <li>● Capacitaciones y asesorías en calidad del café.</li> <li>● Línea Salida: Levantamiento Diagnóstico final de las unidades productivas intervenidas.</li> </ul>	<p>Población de mujeres caficultoras de otros municipios del departamento del Cauca, es decir, otros municipios en donde actualmente no se está desarrollando el Proyecto.</p> <p>Alcaldía Municipal de El Tambo, Cauca.</p>





<p>Es muy importante generar espacios en los que las caficultoras beneficiarias tengan la oportunidad de interactuar con personas externas al proyecto, especialmente si son del exterior, con el fin de que conecten con otras historias, otras realidades, y así adquieran más conocimientos del perfil de cliente al que está dirigida la marca de café: "50 Amigas".</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● OPERACIONES - "Desarrollo de producto - valor agregado"</li> <li>● LOGÍSTICA- Despacho / exportación</li> </ul>	<p>Población de mujeres caficultoras de otros municipios del departamento del Cauca. Es decir, otros municipios en donde actualmente no se está desarrollando el Proyecto.</p> <p>Alcaldía Municipal de El Tambo, Cauca.</p>
<p>Dado a que el relevo generacional es un proceso inherente a la ruralidad colombiana, es importante involucrar al núcleo familiar de las caficultoras dentro de las jornadas de capacitación; especialmente incentivar el acompañamiento al grupo de mujeres a quienes se les dificulta asistir a las jornadas de capacitación presenciales por temáticas de salud, Covid - 19, ubicación de unidades productivas dispersas. Para hacerlo posible, es relevante extender las invitaciones a familiares cercanos a las participantes, los cuales apoyan las actividades en campo y que continuarán con el legado cafetero de las mujeres.</p>	<p>CAPACITACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● "Relacionamiento con la comunidad"</li> <li>● "Asistencia Técnica"</li> <li>● Conformación de expedientes y viabilidad técnica jurídica.</li> </ul>	<p>Población de mujeres caficultoras de otros municipios del departamento del Cauca. Es decir, otros municipios en donde actualmente no se está desarrollando el Proyecto.</p> <p>Alcaldía Municipal de El Tambo, Cauca.</p>
<p>El componente de comercialización que hace a Caficultora 2.0 un Programa innovador en su campo, aporta al mismo tiempo un elemento de incertidumbre inherente a los mercados internacionales. Si bien es un tema que se ha manejado con alta cautela, no es un asunto propio de un proyecto de cooperación internacional, lo que constituye un reto para el equipo. Una vez se establezca los procesos relacionados a la comercialización del café, Caficultora 2.0 será un referente con un alto potencial de escalabilidad para trabajar con otras comunidades, y otras cadenas de suministro</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● OPERACIONES - "Desarrollo de producto - valor agregado"</li> <li>● LOGÍSTICA - Despacho / exportación</li> <li>● MARKETING Y COMERCIAL</li> </ul>	<p>Población de mujeres caficultoras de otros municipios del departamento del Cauca. Es decir, otros municipios en donde actualmente no se está desarrollando el Proyecto.</p> <p>Alcaldía Municipal de El Tambo, Cauca.</p>
<p>En cuanto a la estrategia pedagógica para el diseño de las capacitaciones, es una buena práctica hacer una combinación entre la enseñanza de conceptos teóricos, acompañados de su aplicación en el manejo de la marca 50 Amigas y de la plataforma Indiegrow, con el fin de que las caficultoras participantes apropien de una mejor manera las temáticas de los espacios de capacitación.</p>	<p>Asesorías y Capacitaciones</p>	<p>Población de mujeres caficultoras de otros municipios del departamento del Cauca. Técnicos de CAFICAUCA</p>





<p>Diseño de un nuevo modelo de negocio: Debido a que el programa buscaba implementar un nuevo modelo de negocio que le representará un mayor incremento en los ingresos y empoderamiento a las mujeres participantes, muchas de las variables claves del modelo se debieron construir, implementar y mejorar a lo largo del programa. La incertidumbre en variables claves como los volúmenes, precios, estructura de costos, compra y venta del café pergamino seco y del café verde, generó momentos de estrés en la implementación del programa, y en la alineación de expectativas frente a la comunidad beneficiaria</p>	<p>Marketing y Comercialización</p>	<p>Población de mujeres caficultoras de otros municipios del departamento del Cauca. Técnicos de CAFICAUCA</p>
<p>La presencialidad sigue siendo el factor más importante en la implementación de proyectos de desarrollo rural. Las restricciones en la movilidad por la pandemia del Covid-19 llevaron a intentar implementar canales de comunicación virtuales, como por ejemplo el uso de Whatsapp, con el grupo de mujeres beneficiarias. Sin embargo, estos canales de comunicación son utilizados por la comunidad para entregar información rápida y sencilla, y no para realizar procesos de capacitación. Es importante tener en cuenta, que la generación de confianza con la comunidad comienza desde el encuentro presencial, ya que así se llevan a cabo las relaciones en el campo.</p>	<p>Canales de Comunicación</p>	<p>Población de mujeres caficultoras de otros municipios del departamento del Cauca. Técnicos de CAFICAUCA</p>
<p>Durante el mes de enero de 2022 no se contaba con disponibilidad de café para la venta en Colombia. Dado a que en el mes de diciembre se realizó toda la venta del inventario. Poder contar con mayor predictibilidad de la demanda será un factor clave para poder contar con disponibilidad de café en un futuro, dado que hay un límite en la proveeduría del café por la única temporada de cosecha en el año, por esta razón se debe realizar un aprovisionamiento para asegurar disponibilidad.</p>	<p>Marketing y Comercialización</p>	<p>Organizaciones caficultoras</p>

## 2.2. Retos:

En el marco del proyecto Caficultores 2.0 si bien se logra impactar a las mujeres rurales, especialmente del municipio del Tambo, se considera que aún existen desafíos en los cuales se debe continuar trabajando con el fin de consolidar plataformas que permitan dar mayor sostenibilidad a las iniciativas y proyectos desarrollados por la población rural, especialmente las mujeres:





- Focalizar los procesos asociativos, acompañar y apoyar los procesos de formalización de sus emprendimientos y apoyar en formación para generar capacidad instalada para potenciar su liderazgo y sus emprendimientos en toda la cadena de producción y comercialización.
- Creación de redes de apoyo para tener acompañamiento en los procesos de construcción e implementación de sus emprendimientos
- Continuar con las formaciones en temáticas de género, empoderamiento y autonomía económica para generar mayor empoderamiento en las zonas rurales.
- Formaciones, acompañamiento y apoyo en manejo de TICS en zonas rurales además de dotación de equipos periféricos y tecnológicos.
- Desarrollo de planes de comercialización que tengan un enfoque de desarrollo rural y sostenibilidad ambiental en el territorio.

### 2.3. Historias de vida y buenas prácticas

A continuación, se relaciona producción videográfica del grupo de mujeres participantes del programa Caficultora 2.0 donde expresan lo que representan para ellas ser una mujer caficultora y los impactos generados mediante la intervención del programa:

[Videos Finales Caficultora 2.0](#)

#### *Buenas prácticas:*

En el marco del proyecto, adicional a los criterios iniciales de selección de las mujeres participantes, fue necesario identificar y apoyar el proyecto a partir del reconocimiento de los procesos asociativos existentes como lo son AMUCC y ACEC que proporcionaron elementos adicionales tales como que las mujeres caficultoras comparten características de liderazgo y empoderamiento dentro de sus grupos asociativos, son miembros activos de organizaciones que trabajan como pilar la asociatividad y el trabajo en equipo y reciben capacitación constante en temáticas de liderazgo, empoderamiento y administración, además de trabajar en pro de la conservación medio ambiental en sus territorios. Sumado a lo anterior, es importante resaltar la interlocución de tres socios implementadores con roles específicos como Mercy Corps, conocedor de las comunidades y del seguimiento administrativo, financiero y técnico de los proyectos, la cooperativa Caficauca con experiencia en temas asociativos y productividad en grano de café y Wegrou como emprendimiento con amplio conocimiento en las TICS y herramientas de comercialización.

### 2.4. Actividades pendientes por desarrollar y demoras en la implementación:

Si bien se cumplieron el 100% de las actividades programadas durante la vigencia de implementación del proyecto, durante el proceso se identificaron factores que generaron cambios y por ende demoras en la implementación; las participantes manifestaron que requieren ampliar y mejorar la infraestructura postcosecha en sus fincas para llevar a cabo de manera efectiva los procesos de calidad, la gran mayoría de participantes no cuentan con camas para separación manual de café, tanques de fermentación, albercas y sistemas de secado, con temperaturas controladas, así como herramientas indispensables para la medición.

Igualmente, para el indicador “Número de libras de café orgánico tostado exportadas” al inicio del programa se había definido que la totalidad de los volúmenes a comercializar se realizaban a nivel internacional. A lo largo de la implementación de Caficultora 2.0,





se pudo apreciar un alto interés por parte del mercado local en el producto, por lo que, en el mes de octubre de 2021, Wegrou desarrolló y activó la plataforma para compra del café "50 Amigas" en Colombia.

Bajo el escenario de comercialización en los dos países, se logró la comercialización de 1839 libras sobre una meta de 1.400 libras (131%) como resultado de las estrategias de comercialización implementadas por el equipo de Wegrou. Es importante mencionar que a lo largo del programa se utilizaron 85 libras de café tostado para los siguientes usos:

- Dar una unidad del café como obsequio a cada mujer participante (50 unidades).
- Pruebas de calidad y catación (12 libras).
- Muestras a clientes potenciales (20 unidades).
- Pérdida por desgasificación del café tostado (20 libras).
- Obsequios a socios del programa (7 unidades).

El indicador "Número de transacciones de venta de café orgánico a cliente final" llegó a una ejecución del 85%, ya que durante el ejercicio de implementación se realizaron un total de 507 transacciones sobre una meta de 600 planteadas inicialmente. El valor estipulado como meta de 600 se basó en que cada transacción era realizada por un cliente en la compra de una unidad de café tostado. A lo largo de la implementación se pudo confirmar que algunos clientes, tales como personas y empresas, realizaban compras de varias unidades en una misma transacción. Por ejemplo, la empresa Ecopetrol realizó la compra de más de 100 unidades en una sola transacción, lo que evidenció que en la medición del indicador, la compra realizada por la empresa contó como una sola transacción.

### 3. Ejecución financiera

Rubro MPTF	Aprobado MPTF USD	Ejecutado USD	Ejecutado %
1. Costos de personal	83.071	78.291	94%
2. Suministros, comodidades, materiales			n/a
3. Equipo, vehículo y muebles, incluyendo su depreciación	3.702	3.688	100%
4. Servicios contractuales			n/a
5. Viajes	8.802	8.828	100%
6. Transferencias y grants a contrapartes	174.085	179.500	103%
7. Costos generales de operación y otros costos directos	10.714	10.067	94%
8. Costos indirectos de soporte	19.626	19.626	100%
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>300.000</b>	<b>300.000</b>	<b>100%</b>





#### 4. Estrategia de salida y sostenibilidad de los resultados

La asociatividad se constituye como una verdadera alternativa, generadora de avance y desarrollo al interior de las comunidades que representan el sector agropecuario y más específicamente para la mujer cafetera, en la búsqueda de autonomía en la toma de decisiones y empoderamiento, es por ello que para poder tener una sostenibilidad del proyecto es importante fortalecer los procesos asociativos, inculcar la economía solidaria como base fundamental en los temas organizacionales de las asociaciones AMUCC y ACEC de las que las mujeres caficultoras 2.0 hacen parte.

Igualmente involucrar a las entidades del estado origina y fortalecen los procesos productivos, de comercialización y de gestión empresarial en el sector rural, fomentando la ayuda mutua, solidaridad, seguridad alimentaria, protección del medio ambiente, generación de empleo y sobre todo reivindicando el papel de la mujer como un sujeto activo en la familia, la comunidad y la economía, al propiciar resultados empresariales contundentes y verificables.

##### 4.1. Estrategia de salida:

Dentro de las actividades planteadas en el Plan Operativo Anual (POA) del Programa Caficultora 2.0, se priorizaron sesiones informativas de avance orientadas por el equipo técnico implementador, al grupo de mujeres participantes, sesiones que cumplieron con el objetivo de actualizar a las mujeres participantes del programa sobre los resultados obtenidos mediante la implementación de las estrategias comerciales y de mercadeo implementadas, adicionalmente, cumplió el propósito de transferir e incrementar el nivel de conocimientos de las participantes frente a la cadena de valor del café orgánico tostado, y del rol que cumplen dentro de la misma. Para dar cierre a estas sesiones, se efectuó el evento de cierre en la Cooperativa de Caficultores del Cauca CAFICAUCA, permitiendo dar a conocer a las mujeres el plan de transición y cierre del programa.

Respecto al desarrollo de actividades con la comunidad, se llevó a cabo el evento de pago de reliquidación a cargo del socio implementador Wegrou a las productoras que participaron de la Edición Pioneras del Café “50 Amigas” (4 participantes) y las 30 caficultoras que comercializaron su café en el segundo año de implementación; actividad llevada a cabo en la ciudad de Popayán. Cabe destacar que durante la jornada de reliquidación llevada a cabo en el mes de febrero 2022 asistieron 26 de las 30 participantes del programa que comercializaron su producto en el año 2021. El pago de la reliquidación a las 4 participantes del programa que no asistieron a la reunión se realizó vía transferencia bancaria o medios de pago alternativos, de acuerdo con la solicitud emitida por cada caficultora. La actividad inició con unas palabras por parte del Gerente de Caficauca, y por el director de Tierras de Mercy Corps, quién realizó la entrega de la formalización de un título de propiedad a la caficultora Yolanda Solarte. Posteriormente, el equipo de Wegrou entregó a cada participante el documento detallado de la liquidación del sobreprecio.

Se realizaron sesiones informativas de manera periódica, con el fin de mantener a la población beneficiaria al tanto de los resultados de las estrategias comerciales y de mercadeo implementadas por Wegrou.

En el mes de marzo 2022, se realizaron dos eventos conmemorativos al día internacional de la mujer, donde se contó con la participación de las mujeres vinculadas al programa Caficultora 2.0, estos eventos además de realizar la conmemoración, permitieron efectuar conversatorios en donde las participantes presentaron los resultados e impactos generados en sus vidas mediante la implementación de programa e invitaron a diferentes caficultoras de otras regiones del departamento a continuar





construyendo país mediante el cultivo de café y afianzar los lazos para dar un salto en donde sean cada día más el número de mujeres caficultoras que se sientan representadas por la marca de café “50 Amigas”. ([Videos Finales Caficultora 2.0](#)).

#### 4.2. Estrategia para la sostenibilidad de los resultados

El proyecto Caficultora 2.0 planeó su sostenibilidad con base en la creación de relaciones comerciales con clientes a largo plazo a través del incremento en la demanda y la capacidad de contar con una oferta soportada de un producto agrícola sostenible, de valor agregado y de alta calidad, como es el café orgánico. En la medida que la propuesta de valor basada en transparencia, trazabilidad, calidad e impacto en la equidad de género y se consolide como un factor competitivo, se podrán sumar otras mujeres, quienes serán introducidas al modelo comercial por las actuales participantes basadas en su experiencia y capacidad instalada por el proyecto. Respecto a WeGrou, la visión del equipo emprendedor fue cualificar el modelo para hacerlo replicable y escalable con el fin de atender mayores volúmenes de demanda, basados en la inclusión de pequeños productores de café en Colombia y Latinoamérica.

El café orgánico es altamente demandado y el proyecto cuenta con el respaldo de Caficauca quien proporcionó las respectivas asesorías técnicas para mantener y mejorar la trazabilidad y la calidad del café, se pretende que esta articulación continúe y esta entidad pueda seguir fortaleciendo los procesos productivos de las mujeres caficultoras. Igualmente, WeGrou se encuentra realizando acercamientos con Caficauca y otras entidades para dar continuidad al proceso de comercialización de la marca de café “50 amigas”.

Así mismo con la alcaldía de El Tambo se realizaron reuniones de articulación para que este tipo de proyectos se puedan incluir en los planes de desarrollo que la administración viene ejecutando.





### 4.3. Estrategia de Género

Actividades Género			
Actividad y su relación al marco de resultados (a qué producto/resultado corresponde)	Efecto en la igualdad de género	Ejecutado	Medio de verificación
Capacitación técnica agrícolas en finca. Esta capacitación se brindará a 50 mujeres en sus unidades productivas, para mejorar el rendimiento y calidad de su café. Esto, se asocia a lo planteado en el resultado 1, y los indicadores 1.1.3.1 – 1.1.2.1.	La asistencia técnica agrícola al estar dirigida a mujeres productoras de café mejora la capacidad de toma de decisiones sobre los procesos productivos y de calidad, de las mujeres, sobre sus cultivos de café. Haciéndolas más competitivas comercialmente.	\$ 113.160	Anexo 1. Contrapartida hoja 2
Desarrollo de producto, despacho y exportación, gestión comercial, mercadeo y tecnología, medición y evaluación. Se asocia a lo planteado en el resultado 1, y los indicadores 1.1.1, 1.1.1.1 y 1.1.2, y; 1.1.2.1	Trasferir conocimiento y capacidades para que asuman una posición activa en la comercialización de su café y que aumenten sus ingresos en un 35 % por razón de dicha comercialización	\$ 102.090	Anexo 1. Contrapartida hoja 1
Capacitación en género, participación política y empoderamiento económico. Esta actividad se relaciona con el resultado 3 y los indicadores G.1.3.1 – G.1.3.4 – 1.1.3.2	La capacitación en género, participación política y empoderamiento económico posibilita que las mujeres productoras agrícolas de café tomen mejores decisiones sobre los ingresos económicos propios, mejoren su participación política en organizaciones solidarias y se generen redistribuciones en las cargas de trabajo productivo.	\$ 31.426	Anexo 2. Formación en género
Formalización de derechos de propiedad. Esto, se asocia a lo planteado en el resultado 1, y los indicadores 1.1.3.1 – 1.1.2.1.	La formalización es un activo productivo que como lateral facilita el acceso a bienes y servicios públicos, crédito y respuestas institucionales públicas, empodera a las mujeres y garantiza la protección jurídica de mejoras y vivienda al núcleo familiar	\$ 9.698	Anexo 3. Data formalización





### 5. Cuadro Evaluación de indicadores basados en desempeño

Indicador PMI	Indicador MPTF	Área geográfica – Mpios PDET	Meta Indicador MPTF/ Meta Esperada (Pytada)	Avance a la fecha	Porcentaje	Beneficiarios M: Mujeres	Línea Base	U. de Medida o Método Cálculo	Medio Verif.
Porcentaje de mujeres que aumentan sus ingresos económicos netos.	Porcentaje de mujeres que aumentan sus ingresos económicos netos.	El Tambo Cauca	80%	68% (34 Mujeres)	85%	M: 50 100%	M: 50 100%	Porcentaje	*Certificación orgánica de la Unidad Productiva entregada por CAFICAUCA. * Línea base. *Registros de costes de producción de CPS.
Porcentaje de mujeres que mejoran su capacidad de toma de decisión sobre el gasto de los ingresos económicos	Porcentaje de mujeres que mejoran su capacidad de toma de decisión sobre el gasto de los ingresos económicos	El Tambo Cauca	80%	48% (24 Mujeres)	60%	M: 50 100%	M: 50 100%	Porcentaje	*Cuestionario de línea base *Cuestionario de línea de salida *Planillas de asistencia a capacitaciones en género.
Número de libras de café orgánico tostado vendidas efectivas.	Número de libras de café orgánico tostado vendidas efectivas.	El Tambo Cauca	1.400	1839 Libras	131%	M: 50 100%	M: 50 100%	Libras de café exportadas	*Certificación orgánica de la Unidad Productiva entregada por CAFICAUCA. * Memorando de entendimiento. *Facturas de venta de café orgánico tostado a clientes finales de WEGROU.



El futuro es de todos

Gobierno de Colombia





Número de transacciones de venta de café orgánico tostado a cliente final	Número de transacciones de venta de café orgánico tostado a cliente final	El Tambo Cauca	600	507 Transacciones	84%	M: 50 100%	M: 50 100%	Transacciones	* Facturas electrónicas de venta de café orgánico tostado a clientes finales, expedidas por WEGROU.
Número de libras de café orgánico tostado	Número de libras de café orgánico tostado	El Tambo Cauca	1.400	1.437 Libras	103%	M: 50 100%	M: 50 100%	Libras tostadas.	*Certificación orgánica de la Unidad Productiva entregada por CAFICAUCA. * Registros de libras tostadas.
Número de libras de café orgánico vendido a Caficauca por las mujeres productoras	Número de libras de café orgánico vendido a Caficauca por las mujeres productoras	El Tambo Cauca	1.133	16.152	1425%	M: 50 100%	M: 50 100%	Libras	*Certificación orgánica de la Unidad Productiva entregada por CAFICAUCA. *Facturas de venta de café orgánico entregadas por CAFICAUCA
Número de mujeres que reciben capacitación en calidad de café	Número de mujeres que reciben capacitación en calidad de café	El Tambo Cauca	50	50 Mujeres	100%	M: 50 100%	M: 50 100%	Personas.	*Memorando de visita de asistencia técnica en finca. *Planillas de asistencia. *Plan de capacitación.
Número de mujeres capacitadas en gestión comercial para la comercialización de café tostado.	Número de mujeres capacitadas en gestión comercial para la comercialización de café tostado.	El Tambo Cauca	50	50 Mujeres	100%	M: 50 100%	M: 50 100%	Personas.	*Memorando de visita de asistencia técnica en finca. *Planillas de asistencia. *Plan de capacitación.
Número de mujeres que reciben asistencia técnica agrícola en finca.	Número de mujeres que reciben asistencia técnica agrícola en	El Tambo Cauca	50	50 Mujeres	100%	M: 50 100%	M: 50 100%	Personas.	*Memorando de visita de asistencia técnica en finca. *Planillas de asistencia.





	finca.								*Plan de asistencia técnica en finca.
Número de expedientes conformados para dar viabilidad técnica jurídica a la formalización de la propiedad rural.	Número de expedientes conformados para dar viabilidad técnica jurídica a la formalización de la propiedad rural.	El Tambo Cauca	16	28 Expedientes	175%	M: 50 100%	M: 50 100%	Predios.	*Informe técnico jurídico.
Porcentaje de mujeres productoras que aumentan su ratio de horas de trabajo remunerado y no remunerado	Porcentaje de mujeres productoras que aumentan su ratio de horas de trabajo remunerado y no remunerado	El Tambo Cauca	60%	56% (28 Mujeres)	93%	M: 50 100%	M: 50 100%	Porcentaje	*Cuestionario de línea base *Cuestionario de línea de salida * 28 de 30 mujeres aumentan su ratio y hora de trabajo remunerado.
Índice endeudamiento	Índice endeudamiento	El Tambo Cauca	No es una meta, pero para poder entrar en la fase de elegibles en la convocatoria el valor debe ser inferior al 80%. El Índice de Endeudamiento deberá ser menor o igual que $\leq 80\%$		18.70%	M: 50 100%	M: 50 100%	Porcentaje.	Estados Financieros de cada una de las entidades.





<p>Periodo de recuperación de la inversión</p>	<p>Periodo de recuperación de la inversión</p>	<p>El Tambo Cauca</p>	<p>La convocatoria exige un periodo de recuperación de la inversión o "playback" superior a 1. El Modelo Financiero enviado en la aplicación a la convocatoria plantea un Payback de 4 años.</p>		<p>6.7%</p>	<p>M: 50 100%</p>	<p>M: 50 100%</p>	<p>Años.</p>	<p>Modelo financiero Flujo de Caja. Flujos de caja: Valores de ventas de café para los años 1 y 2 del proyecto. Costos/gastos/ usos de la inversión.</p>
<p>ROI (Retorno sobre la Inversión)</p>	<p>ROI (Retorno sobre la Inversión)</p>	<p>El Tambo Cauca</p>	<p>La convocatoria no exigía un valor mínimo de TIR. Tasa interna de retorno o TIR de los flujos del proyecto de inversión positiva. El Modelo Financiero enviado en la aplicación a la convocatoria</p>		<p>21%</p>	<p>M: 50 100%</p>	<p>M: 50 100%</p>	<p>USD (Dólares Americanos)</p>	<p>Modelo financiero Flujo de Caja. Flujos de caja: Valores de ventas de café para los años 1 y 2 del proyecto. Costos/gastos/ usos de la inversión.</p>





			<i>plantea una TIR del 51%.</i>						
--	--	--	-------------------------------------	--	--	--	--	--	--



El futuro  
es de todos

Gobierno  
de Colombia

