

# CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA, DESDE EL ENFOQUE DE MEDIOS DE VIDA

Socioeconomic characterization of coffee farmers in the Huila región, from the livelihoods approach.

Recibido/Received: 08/04/2022 | Aprobado/Approved: 12/05/2022 | Publicado/Published: 30/07/2022

## Autor(es):

**Janeth Viviana De La Torre Martínez<sup>1</sup>**  
**Daniel Mauricio Castro Cabrera<sup>2</sup>**  
**Derly Cibelly Lara Figueroa<sup>3</sup>**  
**Rafael Méndez Lozano<sup>4</sup>**

## Cómo citar este artículo:

De la Torre Martínez, J.V., Cabrera Castro, D.M., Lara Figueroa, D.C. & Lozano Méndez, R. (2022). Caracterización socioeconómica de los productores de café en el departamento del Huila, desde el enfoque de medios de vida. Revista FACCEA, Vol. 12(2), XX-XXpp. Universidad de la Amazonia, <https://doi.org/10.47847/faccea.v12n2a2>

<sup>1</sup>Estudiante, Maestría en Gerencia Integral de Proyectos - Universidad Surcolombiana; Administradora de Empresas. Especialista en Gerencia Logística.

Correo electrónico: [yanethlaflaka@hotmail.com](mailto:yanethlaflaka@hotmail.com)  Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7574-116X>

<sup>2</sup>Estudiante, Maestría en Gerencia Integral de Proyectos - Universidad Surcolombiana; Ingeniero Agrícola. Integrante del Semillero de Investigación Agroindustria -USCO; Integrante del Centro Surcolombiano de Investigación en Café CESURCAFÉ.

Correo electrónico: [daniel.castro@usco.edu.co](mailto:daniel.castro@usco.edu.co)  Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9639-7705>

<sup>3</sup>Magíster en Ciencias de la Organización, Profesora Universitaria Universidad Surcolombiana

Correo electrónico: [derly.lara@usco.edu.co](mailto:derly.lara@usco.edu.co)  Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9137-4670>

<sup>4</sup>Magíster en Dirección Universitaria; Profesor Universitario Universidad Surcolombiana; Especialista en Proyectos de Desarrollo, Escuela Superior de Administración Pública. Consultor y Speaker Internacional en Emprendimiento y Gestión de Proyectos.

Correo electrónico: [ramendez56@gmail.com](mailto:ramendez56@gmail.com)  Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3895-3168>

## RESUMEN

Este artículo realiza la caracterización socioeconómica de los productores de café en el departamento del Huila en una muestra de 454 unidades productivas, desde el enfoque de medios de vida, Capital Social, Capital Natural, Capital Físico, Capital Humano y Capital Natural. Los resultados obtenidos muestran las diferentes fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que tienen los productores en educación, infraestructura, producción y comercialización del grano de café.

## PALABRAS CLAVE

Diversidad de ingresos  
Infraestructura  
Grupo etario  
Comercialización



### ABSTRACT

This article performs the socioeconomic characterization of coffee producers in the Huila region in a sample of 454 productive units, from the approach of livelihoods, Social Capital, Natural Capital, Physical Capital, Human Capital and Natural Capital. The results obtained show the different strengths, opportunities, threats and weaknesses that producers have in education, infrastructure, production and commercialization of coffee beans.

### KEY WORDS

Income diversity  
Infrastructure  
Age group  
Marketing.

### RESUMÉ

Cet article réalise la caractérisation socio-économique des producteurs de café du département de Huila dans un échantillon de 454 unités productives, à partir de l'approche des moyens de subsistance, du capital social, du capital naturel, du capital physique, du capital humain et du capital naturel. Les résultats obtenus montrent les différentes forces, opportunités, menaces et faiblesses dont disposent les producteurs en matière d'éducation, d'infrastructures, de production et de commercialisation des grains de café.

### Mots-clés

Diversité des revenus  
Infrastructure  
Groupe d'âge  
Marketing.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos veinticinco años, se han experimentado cambios significativos en la situación demográfica y social de los hogares cafeteros. Si bien es cierto, prevalece la ruralidad y la alta masculinidad, para el año 2020 los hogares son más pequeños y están más envejecidos. En el caso del Huila, el 87,1% de los hogares residentes son rurales, y la tasa de jefatura femenina solo le corresponde un 21,6%; al mismo tiempo, la tasa de envejecimiento en los hogares es del 31%. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. 2021).

Este artículo tiene por objeto realizar la caracterización socioeconómica de los productores de café en el Departamento del Huila, esta región se caracteriza por ocupar uno de los primeros lugares en volumen de producción como en calidad del grano. El trabajo se desarrolló durante el año 2020 - 2021 utilizando un muestreo aleatorio que permitió la recolección de información primaria, el enfoque utilizado es medios de vida, el cual es una perspectiva complementaria al análisis desarrollado. En este sentido, se aborda los capitales social, humano, natural, físico y financiero que están inmersos en el mencionado enfoque.

En aras de responder el propósito de la investigación, se planteó la siguiente pregunta: ¿Cómo mejorar el nivel de competitividad y calidad de vida de los caficultores del Huila, a través de un programa de educación para el trabajo y el desarrollo humano, basado en el análisis de la cadena de valor del café?

Para dar respuesta a la pregunta, a continuación se presenta el enfoque metodológico que define la estructura para la recolección de información, en ella se realiza el análisis de los medios de vida de

las familias caficultoras en el Departamento del Huila, clasificando la información en los capitales: social, humano, natural, financiero y físico.

### **Marco teórico**

El análisis de los medios de vida comprende: las personas, sus capacidades y sus medios de vida, incluida la alimentación, ingresos y activos. Es sostenible, cuando hace frente y se recupera del estrés y las perturbaciones, conserva o mejora sus capacidades y activos. Chambers, R. and Conway, C. (1992). Según (DFID 1999), los activos se dividen en cinco categorías principales o tipos de capital, estos son: social, humano, natural, físico y financiero. No obstante, Ashley, C., & Carney, D. (1999) plantean los medios de vida como estrategia para ayudar a las personas en condiciones de pobreza a superar los indicadores económicos en los cuales se encuentra.

Como señala Elliot, J. (2008) los activos hacen mención a los capitales con los que se desarrollan los medios de vida, y al combinarse aseguran la supervivencia de las familias. Empleando las palabras de Econometría Consultores (2014) “el café puede ser un motor de mejora de su calidad de vida para aquellos que tienen la capacidad de mantenerse en el negocio”. De la misma forma, Compigne, (2018), toma en consideración no solo los ingresos económicos, sino también la seguridad alimentaria, el bienestar, la vulnerabilidad, el uso sostenible de los recursos naturales y de los activos.

Tal como lo afirma Stewart, P., (2019); y Bartelheim, O. (2020) adoptar ciertas prácticas sostenibles desde el aumento en la calidad y la productividad agrícola, permitirán a los productores mejorar las posibilidades de vender sus productos, obtener mejores ganancias y reinvertir en la finca y sus medios de vida.

Teniendo en cuenta lo anterior, este enfoque permite a los miembros de un hogar afrontar mejor y recuperarse en menor tiempo situaciones adversas, contribuyendo a la recuperación de los sistemas de medios locales, aumentando la resiliencia, reduciendo a la vez su vulnerabilidad y contribuyendo al empoderamiento y dignidad del productor cafetero.

### **METODOLOGÍA**

La investigación se basó en un enfoque cualitativo, que tiene por objeto “la comprensión de los fenómenos sociales desde la perspectiva de los participantes”. Para esta investigación, permite retomar los diferentes puntos de vista, tanto individuales como colectivos. Desde esta perspectiva, se hace presente la subjetividad para el análisis de los datos, ya que los investigadores hacen parte del proceso.

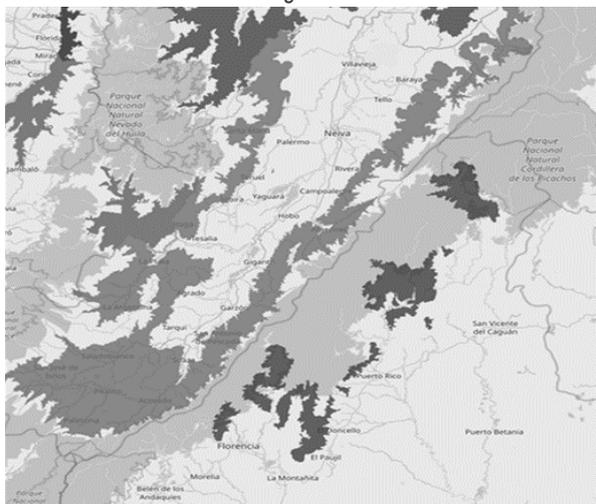
Desde la subjetividad de la investigación se pretende concebir una percepción, argumento y lenguaje propio desde la interpretación de la información recolectada y analizada en el proceso investigativo realizado. Se realizó uso del tipo de investigación descriptivo, el cual “busca especificar

las principales propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis” Hernández Sampieri R. (2010).

### Descripción del área de estudio

El estudio se realizó con familias cafeteras del departamento del Huila, en los municipios productores de café (figura 1). El departamento se encuentra ubicado a 01°33'09" y 03°49'32" de latitud norte 74°26'06" y 76°36'55" de longitud oeste, con una superficie de 19.890 Kilómetros. Limita al Norte con los departamentos del Tolima y Cundinamarca, al Sur con los departamentos del Caquetá y Cauca, al Este con los departamentos del Meta y Caquetá, y al Oeste con los departamentos del Cauca y Tolima (Todacolombia, 2021).

**Figura 1.**  
Ubicación del área de investigación.



Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2020)

La variación de temperatura del departamento del Huila oscila entre los 28°C en su parte más baja como en el valle de Neiva, con una temperatura media de 24°C en la mayoría de su territorio y 0°C en sus cumbres montañosas del nevado del Huila (Gobernación del Huila, 2021).

### Determinación de la muestra de estudio

Para determinar la muestra de estudio se tuvo en cuenta la disponibilidad de la información, se contó con una base de datos de productores y comercializadores adquirida económicamente en la Cámara de Comercio de Neiva y suministrada por agentes privados, usada única y exclusivamente para fines de investigación, representada en 1.862 familias productoras de café con las cuales se calculó la muestra para la correspondiente aplicación del instrumento de toma de información.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N-1) * e^2 + Z^2 * p * q} \quad n = \frac{1.862 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(1,862-1) * 0,04^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = 454,10 = 454 \text{ productores}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población. 1.862 productores de café.

Z<sup>2</sup>= Valor determinado por el nivel de confianza del 95%

e = Margen de error del 4%.

p= 50% Proporción de elementos con característica deseada.

q= 50% Proporción de elementos que no presentan la característica deseada.

### **Instrumentos de toma de información**

Con el objetivo de guiar la investigación hacia un enfoque descriptivo y cualitativo fue necesaria la aplicación de una entrevista semiestructurada en formulario de Google, con el fin de recolectar datos confiables desde los cuales fue posible elaborar los análisis correspondientes.

El estudio se fundamentó en el acceso a la información de fuentes de nivel primario que correspondieron a la información brindada directamente por el productor jefe del hogar. En cuanto a fuentes de nivel secundario se abordaron estudios y caracterizaciones ya evaluadas sobre las familias cafeteras en el departamento del Huila y Colombia, tomando como base el proyecto de investigación denominado *“Improving rural livelihoods through promoting high-quality coffee and coffee cherry products in the origin countries Colombia and Bolivia”*, proyecto ejecutado por la Universidad de Ciencias aplicadas de Zurich, de Berna y Surcolombiana en el año 2018 y 2019 el cual permitió fortalecer los instrumentos y la información recolectada.

### **RESULTADOS**

Según la información recolectada con los instrumentos diseñados para el estudio, se logró determinar las características del capital social, capital humano, capital natural, capital financiero y capital físico, teniendo como resultados la siguiente información.

#### **Capital social**

Según Flora (2004) el capital social es una característica de las comunidades basada en las interacciones entre los individuos y grupos; representa las características de apoyo, red social y participación de los miembros de la familia con su comunidad y entorno comercial. Por ello, se identificó la cantidad de familias productoras que recibían apoyo familiar o de terceros, así como la interacción de los jefes del hogar con su entorno social, con sus vecinos o por fuera de la comunidad, también se evaluó la relación existente entre los productores y compradores entorno a la comercialización del grano. Finalmente, se evaluó la participación de los jefes del hogar en las juntas de acción comunal como integrante o como miembro de la administración de la misma. Obteniendo lo expresado en la tabla 1.

Los resultados indican que el 43% de los entrevistados reciben apoyo únicamente de sus familiares frente al 20% que recibe apoyo de los comparadores o FNC. En la interacción social que realiza el jefe del hogar con su entorno, se evidenció que el 44% de los encuestados solo desarrollan una red social comunitaria creada posiblemente por lazos de amistad entre vecinos. Más aún, el 14% de los encuestados manifestaron tener una interacción social fuerte con el exterior de su comunidad, creada por conveniencia entre compradores.

La relación del productor con los compradores dio como resultado que el 42% tienen una relación de confianza - conveniencia con los compradores, solo un 9% de productores han logrado establecer una relación directa con compradores extranjeros, esto debido a la calidad del producto, precio

**Tabla 1.**  
*Caracterización del capital social.*

Variable	Característica	Resultado
Apoyo	Apoyo familiar	196
	Apoyo de los vecinos	74
	Apoyo de cooperativas- Federación Nacional de Cafeteros.	89
	Apoyo de compradores directos	81
	Apoyo técnico de compradores-ONG-Gobierno- FNC	14
Interacción social.	Sin interacción social.	63
	Solo red comunitaria	201
	Red establecida fuera de la comunidad media y red comunitaria media.	85
	Red establecida fuera de la comunidad fuerte y red comunitaria media.	74
	Red solida fuera del núcleo familiar y red comunitaria fuerte y activa.	31
Relación con los compradores	No hay compradores regulares	6
	Relación de conveniencia y de confianza.	190
	Relación de largo plazo, pero no de confianza con los compradores.	121
	Relaciones de largo plazo y de confianza con Cooperativas y/o asociaciones.	97
	Relación de confianza y a largo plazo con compradores directos (exportadores).	40
Participación en el gobierno	No existe participación en la comunidad	112
	Solo uno de los miembros cabeza de hogar está en la junta de acción comunal, pero su influencia nula.	219
	Solo uno de los miembros del hogar está en la junta de acción comunal y ejerce cierta influencia sobre la comunidad.	108
	Los jefes de la familia pertenecen a una junta de acción comunal, e influyen en los demás miembros de la comunidad.	0
	Los jefes de la familia son líderes de la comunidad y tienen una fuerte influencia en los vecinos en términos del café	15

ofrecido y nivel de conocimiento del productor en los procesos de agregación de valor del grano. Así mismo, se identificó el débil liderazgo que poseen los jefes del hogar en la participación en el gobierno local, se reflejó en un 48% de los encuestados, los cuales afirmaron ser parte de las juntas de acción comunal sin influir en ellas, el 24% de ellos, hacen parte de la dirección de las diferentes juntas de acción comunal, de aquí que solo un 3% de personas se consideran líderes en su comunidad, a razón de su experiencia en el proceso del café.

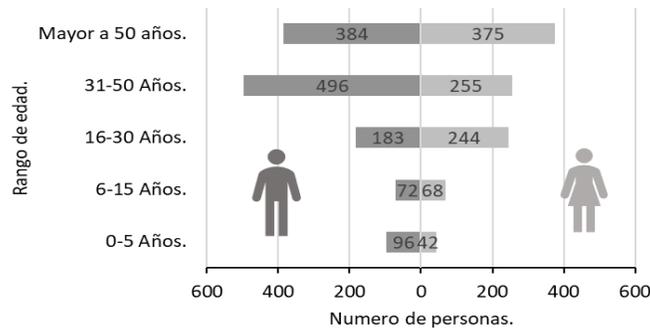
### Capital humano

El capital humano por su parte está constituido por las características del grupo familiar (Compigne 2018), como la clasificación etaria, nivel de escolaridad, seguridad social, conocimiento en el establecimiento, sostenimiento, beneficio y comercialización del cultivo, mano de obra empleada en las labores relacionadas al manejo fitosanitario del cultivo de café y labores relacionadas con el manejo de la unidad productiva.

El grupo etario se evaluó de acuerdo a los rangos de edad entre 0-5 años, 6-15 años, 16-30 años, 31-50 años y mayor a 50 años de edad, agrupándolos a su vez por género (Figura 2) y nivel de escolaridad. La seguridad social del núcleo familiar se evaluó respecto a la clase de vinculación existente en el momento de la investigación al sistema de seguridad social. Se determinó el nivel y la forma de adquirir el conocimiento sobre el establecimiento y sostenimiento del cultivo, el beneficio

**Figura 2.**

Grupo etario entre 0-5 años, 6-15 años, 16-30 años, 31-50 años y mayor a 50 años de edad.



del grano de café y su posterior comercialización; así como la mano de obra a emplear y etapas en que más se requiere en la unidad productiva.

Los 454 hogares están conformados por 2215 personas, el 55,5% corresponden al género masculino; agrupados en edades entre 0-5 años, 6-15 años, 16-30 años, 31-50 años, y mayores de 60 años, que se representan con un 7,7%, 5,8%, 14,8%, 40,2%, y 31,1% respectivamente, sobresaliendo mayor población en edades entre 31 y 50 años. El género femenino se representa por el 44,5% de la población, conformada por un 4,2% con edades entre los 0 y 5 años, con un 6,9% entre los 6 y 15 años, mientras que el 24,7% con edades entre los 16 y 30 años; y las mujeres con edades superiores a 30 años se encuentra el 64% de la población.

### Nivel de escolaridad

En relación al nivel de escolaridad que tienen los miembros de las familias encuestadas arroja los resultados expresados en la tabla 2.

De acuerdo con esta información se estableció que el 7,2% de la población no sabe leer y/o escribir, de los cuales el 73,7% corresponden al género masculino y 26,3% al género femenino; paralelamente, quienes poseen educación básica representan el 41,6% de la población, en este caso los hombres con una participación del 53,1% en comparación con el 46,9% de mujeres en este mismo nivel de formación. La población que ha alcanzado el nivel de educación media, representa el

**Tabla 2.**

Nivel de escolaridad por género.

Variable	Características	Resultados	
		Masculino	Femenino
Nivel de escolaridad	No sabe leer y/o escribir.	118	42
	Educación básica.	491	432
	Educación media.	439	435
	Estudios Técnicos -tecnológicos	160	65
	Educación superior.	23	10

39,4%, donde el 50,2% son hombres y 49,8% mujeres. Los niveles de estudio técnico - tecnológico se ven reflejados con el 10,1% de la población, conformado por 71,1% de hombres y el 28,9% mujeres. En contraste solo el 1,4% de la población total se clasifico en nivel de educación superior, los hombres con el 69,6% y mujeres con el 30,4%.

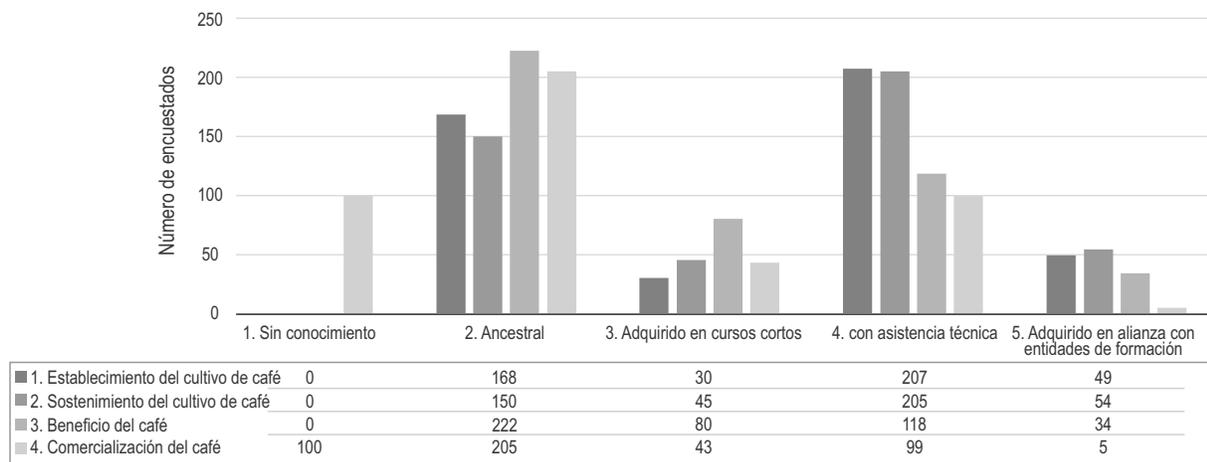
### Conocimiento en las etapas de producción y comercialización

Este conocimiento arroja como resultado lo expresado en la figura 3. En el cual se evidencia que el 45,5% del conocimiento respecto a la etapa de establecimiento del cultivo, se basa principalmente en asistencia técnica, que es ofrecida por la Federación Nacional de Cafeteros, mientras que el saber ancestral es empleado por el 37% de la población. Por su parte el conocimiento adquirido por medio de alianzas con entidades de educación solo llega al 10,7%.

El sostenimiento del cultivo es crucial en la producción de café de calidad, por lo que es fundamental tener un conocimiento claro de todos los factores que en ella intervienen. Los resultados evidencian que el 45,1% de los productores basan su conocimiento por medio de asistencia técnica impartida por los programas de Federación y en segundo lugar, el conocimiento adquirido por medio de los saberes ancestrales. En relación al proceso de beneficio del café, predomina el saber ancestral con un 48,8% de la población encuestada, mientras que el 25,9% de los encuestados afirmaron recibir conocimiento por medio de asistencia técnica, principalmente para los nuevos métodos de beneficio del café. El 17,6% de los encuestados, participan en la formación de cursos de corta duración, sobre el tema en cuestión, y un 10,4% adquirido mediante alianzas con entidades de formación.

En la comercialización del café, el 45,1% de los encuestados respondieron que su conocimiento está basado en el saber ancestral, y no va más allá de vender su producto a un agente privado, cooperativa o asociación, pero nunca en exportación; Por su parte, el 22% de los encuestados no

**Figura 3.**  
Conocimiento sobre las etapas del cultivo y comercialización del café.



tienen conocimiento alguno respecto a la comercialización más allá de su finca, es decir, el cliente va directamente a la finca a adquirir el producto, mientras que un 21,4% y un 9,4% adquirieron conocimiento mediante asistencia técnica y cursos cortos respectivamente. En contraste, solo el 1,1% de los encuestados adquirieron conocimiento por parte de alianzas con entidades de formación, la característica de esta pequeña población es que emplean esta formación para realizar actividades de exportación sin desconocer la comercialización local.

### **Vinculación al sistema de seguridad social**

Los resultados indican que el 100% de los encuestados se encuentran parcial o totalmente vinculados al sistema de seguridad social. En 283 unidades productivas se encuentran vinculados al régimen subsidiado, mientras que 148 de ellas sus integrantes se encuentran parcialmente vinculados en régimen subsidiado o contributivo; y tan solo 23 de los encuestados afirmaron que los miembros de su familia se encuentran en régimen contributivo. Cabe resaltar que en la investigación no se tuvo en cuenta la vinculación al sistema de seguridad social de los empleados de las diferentes unidades productivas.

### **Mano de obra**

La contratación de mano de obra, se realiza de acuerdo a la necesidad, volumen de producción y disponibilidad de flujo de caja del productor. Según lo anterior, 293 encuestados contratan mano de obra solo en el periodo de cosecha, debido a que la unidad productiva requiere mayor inversión para su producción; 62 de los encuestados integran laboralmente mano de obra externa y familiar, esto ocurre cuando el volumen de producción y el área sembrada no ameritan contratar suficiente mano de obra externa para cumplir con las actividades dentro de la unidad productiva.

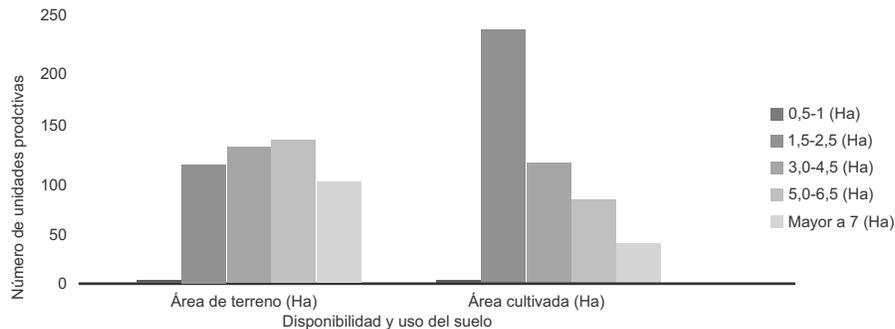
### **Capital natural**

El capital natural está constituido por los recursos naturales con los que cuenta la unidad productiva, la agrobiodiversidad (Compigne 2018), calidad de la producción y si cuenta con bosque nativo y/o reserva natural (Flora et ál. 2005). Para determinar las características del capital natural, se identificaron variables como el área total de terreno por unidad productiva, el área sembrada respecto al área total. La agrobiodiversidad de las unidades productivas se evaluó según las variedades de café, el monocultivo de café y otros cultivos agrícolas o pecuarios, también fue evaluada la conservación de la flora nativa o el proceso de recuperación de la misma, y se incluyó en este capital la calidad del café producido en las unidades productivas, según el conocimiento o desconocimiento de la misma.

### **Comportamiento del área total respecto al área sembrada en café**

Se observó que el 28,8% de las unidades productivas poseen un área entre las 5 a 6,5 hectáreas, pero su uso en el cultivo de café es solo el 16,9%, por su parte el 50,4% de las unidades productivas tienen en café 1,5 a 2 hectáreas; el 20,4% de los entrevistados afirmaron poseer más de 7 hectáreas de terreno, pero solo el 8,3% de los productores cultivan un área superior a ésta (Figura 4).

**Figura 4.**  
Comportamiento del área total y área cultivada en café.



### Agrodiversidad

Se halló que el monocultivo de café está representado por el 48% de las unidades productivas encuestadas, pero tienen establecidas diferentes variedades de café como Caturra, F6, Bourbon, Geisha, Tabi, entre otras. Por su parte, el monocultivo de café con solo una variedad se encuentra representado por el 41% de los encuestados (Figura 5). Así mismo, el 6% de las unidades productivas tienen actividades agrícolas como cultivos permanentes como cítricos y estos en época de cosecha ayudan a mejorar sus ingresos.

### Estado de conservación de la flora en las unidades productivas

De acuerdo con el área de los cafetales, las explotaciones agrícolas y la extensión del área del hogar, un total de 363 unidades productivas presentan una conservación de bosque nativo baja y media; entre tanto solo dos unidades productivas tienen un área significativa en reserva natural respecto al área cultivada o cultivable. Solo 88 unidades productivas poseen una cobertura significativa de bosque nativo.

### Calidad de la producción

Se pudo identificar que 140 productores desconocen la calidad del café que comercializan, esto puede explicarse porque el 25% de productores comercializan el café en húmedo y no existen

**Figura 5.**  
Agrodiversidad de las unidades productivas.



parámetros para determinar la calidad en ese estado debido a que el factor de rendimiento, y puntaje en taza solo están diseñados si el café es comercializado en pergamino seco. De todos los encuestados 81 de ellos producen café especial, seguido de café con una calidad media equivalente al 18,2% de la muestra (Figura 6).

### Capital financiero

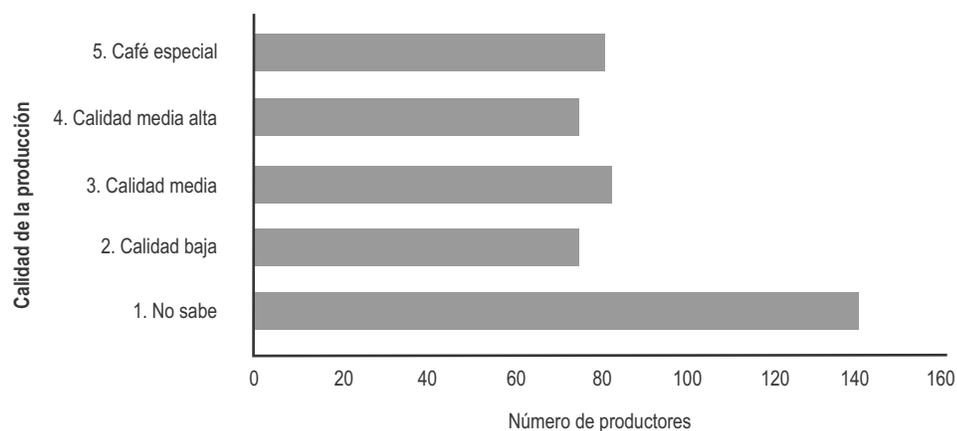
Comprende las características que en materia de diversidad de ingresos que provienen de la actividad cafetera u otras actividades agrícolas, pecuarias o económicas (Compigne 2018). La comercialización del café según el nivel de transformación como el café en cereza, húmedo, pergamino seco, excelso o tostado. En este caso, el precio del café se evaluó subjetivamente de acuerdo a la percepción del caficultor respecto al precio recibido por la comercialización del grano.

Para ello, se tuvo en cuenta variables como diversidad de ingresos de las familias por medio de actividades por fuera de la unidad productiva (Figura 7); la comercialización del café dependiendo del estado en que se vende, el precio percibido por el productor y el soporte financiero con el que la unidad productiva cuenta. Sin embargo, no se tuvo en cuenta los ingresos suministrados por parte de subsidios gubernamentales.

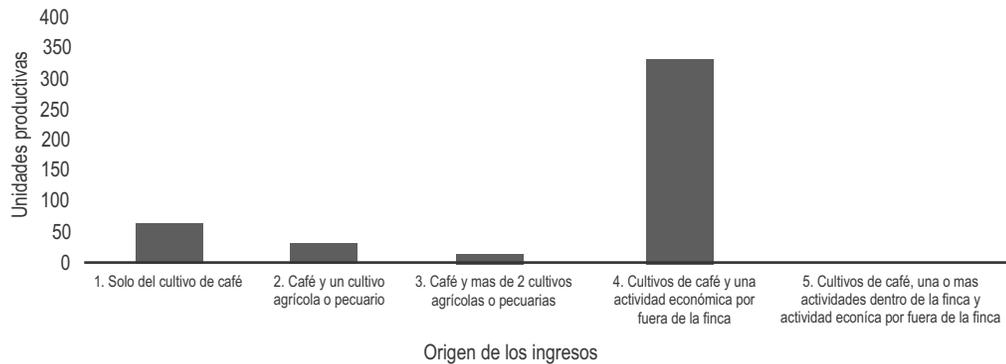
### Diversidad de ingresos

El 73,5% de las familias tienen como actividad de sustento el cultivo de café complementado con una actividad económica (recolección de café donde los vecinos, labores de sostenimiento, o labores de construcción y albañilería) por fuera de su unidad productiva. El 14,9% de los entrevistados afirmaron obtener sus ingresos solo de la producción y comercialización del café. El 7,9 % y 3,3% tienen una o más de dos actividades económicas respectivamente fuera de la producción de café, estas actividades están relacionadas con cultivos transitorios como maíz, tomate, frijol, plátano o permanentes como cítricos y aguacates, los cuales ayudan para el autoconsumo en la unidad

**Figura 6.**  
*Calidad de la producción en las unidades productivas.*



**Figura 7.**  
*Diversidad de ingresos en el núcleo familiar.*



productiva y dependiendo del volumen de producción, para la comercialización mejorando los ingresos familiares.

### Estados del café para su comercialización

Se identificó que el 57% de los productores venden el café en estado de pergamino seco en comparación del 25% que dependiendo de muchos factores deciden comercializar el café en estado húmedo. El 14% de los encuestados afirmaron que comercializan el café en estado de almendra verde o excelso, para exportación, esta exportación en algunos casos se hace por intermediarios o en una forma muy reducida se hace directamente entre productor e importador. Se identificó que un 4% de los encuestados comercializan su producto transformado (café tostado o subproductos), algunos tienen vínculos comerciales con tiendas especializadas que compran el café en este estado, clientes privados o lo comercializan en supermercados locales o ferias.

### Percepción del productor por el precio del café

El precio por venta de café dependen principalmente de dos factores, el factor de rendimiento, que se hace sobre muestras de pergamino seco y la prueba de taza que se realiza en la bebida, de acuerdo a lo anterior el 35% de los encuestados manifestaron que el precio pagado por su producto es regular, pero con puntualidad en el pago, en contraste el 31% considera que el pago percibido por su café es alto y puntual, esta puntualidad en el pago se da cuando es comercializado en una cooperativa o asociación.

Una calidad baja o nivel de transformación nulo o medio representa un precio bajo, el 28% de los productores manifestaron que el precio pagado por su producto es bajo y en algunos casos se debe esperar para recibir el dinero por él mismo; un pago alto pero con plazo de pago fue expresado por el 4% de los encuestados, mientras que el 2% recibe un precio alto con un plazo para el pago, esta situación se da principalmente en el momento de exportar, debido a que el importador paga cuando ya ha recibido el producto.

### Capital físico

El capital físico se conforma por los elementos tangibles con los que cuenta el caficultor dentro de su unidad productiva para lograr el normal desarrollo de su familia y explotación agrícola. Dentro de las variables evaluadas se caracterizó la infraestructura habitacional, los servicios públicos con que cuenta la unidad productiva. Asimismo, se evaluó los medios de transporte que poseen, y la disponibilidad de infraestructura de procesamiento. Por la importancia del sostenimiento del cultivo, se decidió evaluar el componente de los insumos agrícolas.

### Caracterización de la infraestructura habitacional

Dentro de los hallazgos de la investigación, se pudo evidenciar que en el 49% de las unidades sus pisos se encuentran contruidos en cemento rustico sin acabado, seguido de un 29% las unidades habitacionales con pisos en cemento con acabado esmaltado liso. Por su parte los pisos en cerámica y tierra se encontraron en el 30% y 2% de las unidades habitacionales respectivamente.

El material constructivo en que se encuentra el 39% de las paredes de las viviendas es en ladrillo con pañete, frente al 33% de viviendas con paredes en ladrillo sin pañetar, solo el 28% de las viviendas se encuentran contruidas en bahareque. Por su parte el material de los techos es 57% en teja de zinc frente al 28% de viviendas con techo en teja de barro cocido. El 99% de las viviendas cuentan con batería sanitaria funcional.

### Caracterización de la infraestructura de procesamiento y disposición de insumos agrícolas

Según las variables a caracterizar referente a la infraestructura de procesamiento y de los insumos nutricionales a emplear en la fertilización de los cultivos en las 454 unidades productivas, se pudo determinar las siguientes condiciones en capacidad instalada para procesos en las diferentes unidades productivas y los compuestos empleados en el proceso de fertilización de los cafetales (Tabla 3).

El 61% de las unidades productivas presentan deficiencias en la infraestructura de procesamiento y/o producción, el resultado es un producto de baja calidad o no se logra transformar a un nivel

**Tabla 3.**  
*Caracterización de la infraestructura de proceso e insumos agrícolas.*

Infraestructura de procesamiento				
Sin infraestructura de procesamiento	Deficiente infraestructura de procesamiento y producción	Con buena infraestructura de procesamiento	Buena infraestructura de procesamiento. Sin Maquinaria de transformación	Infraestructura de beneficio, herramientas para el manejo agroforestal. Máquinas de transformación del café
0	277	89	71	17
Insumos agrícolas				
Sin insumos	Residuos de cosecha, beneficio y podas	Orgánicos	Químicos	Orgánicos y químicos
0	36	38	107	273

mayor y generar mayores ingresos por concepto de agregación de valor. Por su parte, el 20% cuentan con buenas instalaciones de procesamiento lo que garantiza un nivel mayor de transformación mejorando los ingresos de las familias. En tanto, que el 4% cuenta con buena infraestructura de beneficio y suficiente maquinaria para el normal desarrollo de la actividad agrícola de la finca.

La fertilización es de las actividades cruciales en la producción de café de excelente calidad, por ello se observó que el 60% de los productores emplean fertilización con productos orgánicos y químicos, mientras que el 8% solo usa compuestos orgánicos. Con un 8% de productores se encuentran aquellos que fertilizan solo con el material orgánico que salen de sus propias cosechas, como la cascara que después de un proceso de descomposición es aplicado en el suelo como fertilizante.

### **Caracterización de servicios públicos y medios de transporte**

Se evidencio que el total de unidades productivas cuentan con servicio de acueducto y energía eléctrica, mientras que el 38% de las unidades cuentan con servicio de gas natural el 62% restante usa gas de pipeta o en su defecto cocinan con leña proveniente de los residuos de la soqueó de los cultivos. El 87% cuentan con televisión digital terrestre o suscripción de empresa privada de televisión. El servicio de internet se evidencio en el 29% de las unidades productivas. El medio de transporte más empleado en las fincas es la motocicleta, con una participación del 65%, el 20% de las unidades productivas cuentan con automóvil y motocicleta, por la necesidad de transporte en el momento de la cosecha y comercialización del producto. El 7% cuenta solo con transporte animal, el cual se emplea para el transporte de la cosecha hasta una vía de acceso central y como medio de transporte interno en la finca.

## **DISCUSIONES Y CONCLUSIONES**

Para la Federación Nacional de Cafeteros (2021), es relevante disponer de diagnósticos actualizados que detalle los avances en inclusión social y superación de la pobreza de los hogares cafeteros, así como visibilizar las vulnerabilidades demográficas y sociales que limitan el logro de un mayor bienestar para la población cafetera. En tal sentido, con la investigación se pudo identificar las características socioeconómicas de la comunidad cafetera del Departamento del Huila, con respecto a los capitales de medios de vida, así como sus fortalezas y debilidades. Con la investigación se pudo identificar las características socioeconómicas de la comunidad cafetera del Departamento del Huila, con respecto a los capitales de medios de vida, así como sus fortalezas y debilidades.

La importancia de la participación y las relaciones de los productores en su entorno social, define la posibilidad de entablar lazos comerciales entre la comercialización interna y externa del país, al igual que los líderes comunales el difundir su conocimiento ayuda a mejorar las condiciones de vida de los demás miembros de la comunidad. Una producción de café de alta calidad sumado a las relaciones de confianza por fuera de la comunidad, trae beneficios económicos debido al pago de un

sobrepeso por el nivel de calidad del producto. Es de suma importancia difundir conocimiento a los productores sobre todos los procesos de la producción y comercialización del grano con el fin de potencializar la calidad del producto final.

En este orden de ideas, y de acuerdo a lo expresado por Briones-Ruiz, Gregorio et al., (2021) es importante potenciar la socialización del conocimiento, promover relaciones de cohesión e intercambio para afianzar los procesos por los cuales los productores aprenden y aprovechan las experiencias de sus vecinos reduciendo el nivel de incertidumbre que deben enfrentar al realizar una adopción de práctica productiva. Para el agricultor no solo son importantes las conexiones directas que posee, sino también los vínculos fuera de la red directa, logrando la articulación con diferentes actores en un proceso de intercambio de información entre diversos actores (Aguilar-Gallegos, N., 2016).

Una gran parte de los jefes del hogar tienen edades superiores a los 50 años, esta situación sumada a la baja rentabilidad del café trae como consecuencia a futuro que no exista un empalme generacional que garantice la continuidad de la producción cafetera, puesto que los jóvenes que en teoría deberían ocupar el cargo de sus padres emigran a las ciudades para obtener nuevas oportunidades y mejor calidad de vida.

Se resalta que las unidades productivas con un nivel mayor de transformación del producto tienen mejores condiciones de vida, esto se vio reflejado en la calidad de la infraestructura habitacional, servicios de salud, infraestructura de procesamiento y transformación y medios de transporte.

Se evidenció el deficiente conocimiento de los productores en el proceso de comercialización, esto da cabida a que los intermediarios saquen provecho de esta situación por medio de la adquisición a bajos precios del café a los productores y luego la reventa del mismo a precios mucho mayores. Para Cárdenas Arias, D. Y., et al. (2018) los procesos de gestión de información y del conocimiento son importantes en el proceso de comercialización, para facilitar a los caficultores una forma más rápida la venta del producto; la integración de los factores de conocimiento y el apoyo tecnológico son base para generar producto de calidad y valor agregado para el consumidor. Quevedo Camacho, Rafael Isidro. (2005) refiere que es preciso realizar un esfuerzo en la producción de contenidos apropiados, materiales educativos consistentes con los programas y otros recursos, que permitan el pleno uso de los equipos y la eficiencia de la inversión.

En armonía con Contreras C., (1997) la educación en las zonas cafeteras debe propiciar al campesino a obtener ventaja del producto, tecnificar más y mejor su explotación, mejorar los tipos de café, regular su producción y explotar su producción en términos de desarrollo sostenible, con la finalidad de mejorar las condiciones de vida personales, de su familia y la comunidad en general.

Así mismo expresa que el caficultor aparte de cultivar debe ser partícipe de sus procesos complementarios como rendimiento, control de calidad, valor agregado, gerencia, precio,

comercialización, y conocimiento tecnológico productivo, puesto que garantizará mejores beneficios de tipo social, económico y comercial.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar-Gallegos, N., Martínez-González, E. G., Aguilar-Ávila, J., Santoyo-Cortés, H., Muñoz-Rodríguez, M., & García-Sánchez, E. I. (2016). Análisis de redes sociales para catalizar la innovación agrícola: de los vínculos directos a la integración y radialidad. *Estudios Gerenciales*, 32(140), 197-207. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.06.006>

Ashley, C., & Carney, D. (1999). Medios de vida sostenibles: lecciones de las primeras experiencias. Departamento para el Desarrollo Internacional. Disponible en: <https://www.shareweb.ch/site/Poverty-Wellbeing/resources/Archive%20files/Sustainable%20Livelihoods%20-%20Lessons%20From%20Early%20Experience,%20Caroline%20Ashley,%20Diana%20Carney%201999.pdf>

Bartelheim, O. (2020). Medios de vida sostenibles en el sector cafetero. Serie de seminarios web. Rainforest Alliance. Recuperado de: [https://www.rainforest-alliance.org/wp-content/uploads/2020/10/Webinar-Deck\\_Sustainable-Livelihoods-\\_Rainforest-Alliance-\\_October-2020.pdf](https://www.rainforest-alliance.org/wp-content/uploads/2020/10/Webinar-Deck_Sustainable-Livelihoods-_Rainforest-Alliance-_October-2020.pdf)

Briones-Ruiz, G., Díaz-José, J., Flores-Verduzco, J., Farrera-Vázquez, I., & Martínez-González, E. (2021). Los vínculos sociales y la adopción de buenas prácticas de producción entre productores de café en Zongolica, Veracruz, México. *CIENCIA Ergo-Sum*, 28(2). doi:10.30878/ces.v28n2a3

Cámara de Comercio de Neiva (2019) Base de Datos con actividad económica relacionada con el sector cafetero en el Departamento del Huila

Cárdenas Arias, D. Y., Caro-Gutiérrez, L. M. & Caro - Pedreros, J.Y. (2018). "Modelo de Gestión de Información y el Conocimiento para el Análisis de la Cadena Productiva del Café en el Eslabón de Comercialización para el Municipio de Moniquirá-Boyacá". In *Vestigium Ire*. Vol. 12-2, pp. 84-103.

Chambers, R. and Conway, C. (1992) *Sustainable Rural Livelihoods: Practical Concepts for the 21st Century*, IDS Discussion Paper 296, Brighton: IDS

Compigne, I. (2018). *High Quality Coffee Value Chains for Smallholder Livelihoods in the Yungas of La Paz Bolivia*. ISARALYON. Francia.

- Contreras C. y César A. (1997). Educación rural cafetera: Una alternativa para el cambio. Aula, p. 85-97. Ediciones Universidad de Salamanca. Recuperado de:  
<http://revistas.usal.es/index.php/0214-3402/article/view/3482/3502>
- DFID. (1999). Hojas orientativas sobre los medios de vida sostenibles. Reino Unido. Recuperado de: <https://www.livelihoodscentre.org/es/-/sustainable-livelihoods-guidance-sheets>.
- Econometría Consultores (2014), Desempeño y evolución de los pequeños cafeteros colombianos 2007 – 2013, Recuperado de: <https://www.urosario.edu.co/Mision-Cafetera/Archivos/Evolucion-Pequeños-Cafeteros-Arturo-Garcia.pdf>
- Elliot, J. (2008). Desarrollo rural en Cajamarca. Aplicación del enfoque de medios de vida sostenibles. Editorial: Soluciones Prácticas –ITDG. Lima. 62p. ISBN N° 978-9972-47-154-4.
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2021). Demografía, inclusión social y pobreza de los hogares cafeteros (1993-2020). Ensayos sobre Economía Cafetera, 34(1), 7-34.
- Federación Nacional de Cafeteros, (6 de octubre de 2021). Caficultura a diciembre de 2020. Recuperado de:  
<https://federacafe.maps.arcgis.com/apps/View/index.html?appid=bc3d54cc29c3453791d5297e912b1598&extent=-76.7831,1.3878,-73.7344,4.4322>
- Flora, C. y Fey S. 2004. Rural Communities: Legacy and Legacy and Change. 2da edition. Boulder. CO: Westview Press, United States. pp. 17- 66.
- Flora, C.B; Emery, M; Fey, S; Bregendahl, C. 2005. Los grandes retos para el desarrollo de una agricultura alternativa (en línea). NCRCRD (Centro Regional Centro-Norte para del Desarrollo Rural, US). 22 pp.
- Gobernación del Huila, (01 de octubre de 2021). Relieve y clima.  
<https://www.huila.gov.co/publicaciones/5180/relieve-y-clima/>
- Hernández S. R., Fernández C. C., & Baptista Lucio M. P. (2010) Metodología de la Investigación. Quinta Edición. México. McGraw-Hill.
- Quevedo Camacho, R. I. (2005). La Educación y la Capacitación Rural En La Región Andina. Agroalimentaria, 10(21), 93-112. Recuperado de
- Stewart, P. (2019). The Coffee Price Crisis: How to Support More Sustainable Livelihoods for Farmers. Business Fights Poverty. Recuperado de: <https://businessfightspoverty.org/the-coffee-price-crisis-how-to-support-more-sustainable-livelihoods-for-farmers/>.

TodaColombia la cara amable de Colombia, (01 de octubre de 2021). Departamento del Huila.  
Recuperado de: <https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/huila/index.html>