

Agosto 2022

WP3-2022-003

N° de serie

DOCUMENTO DE TRABAJO

# Uso de la Cédula Cafetera Inteligente y Efectivo. Caso de Estudio.

## Autores

Eliana Granada, MSc

Iván Hernández, PhD



**ALIANZA EFI**  
Economía Formal e Inclusiva

## **Agradecimientos**

---

*Agradecemos el apoyo de la Universidad de Ibagué y de la Alianza EFI, Programa de "Inclusión productiva y social: programas y políticas para la promoción de una economía formal" código 60185, que conforma Colombia Científica-Alianza EFI, bajo el Contrato de Recuperación Contingente No. FP44842-220-2018".*

*Agradecemos a Natalia Andrea Niño Puentes, Maria Alejandra Cifuentes Guarnizo y Tatiana Marcela Arango Parra, por su asistencia de investigación en el marco del proyecto de inclusión financiera de la Alianza EFI*

---

## ***Uso de la Cédula Cafetera Inteligente y Efectivo. Caso de Estudio.***

Eliana Granada, MSc, Iván Hernández, PhD

### **Resumen**

A través de una investigación no experimental de campo, de nivel descriptivo se entrevistó en profundidad a 5 cafeteros del departamento del Tolima con la finalidad de determinar si preferían utilizar la cédula cafetera de la Federación Nacional de Cafeteros o usar efectivo en sus transacciones comerciales. Para esto se establecieron los siguientes objetivos específicos: 1) Describir las características de la cédula cafetera. 2) Establecer las ventajas y desventajas de la cédula cafetera y el efectivo. 3) Identificar la preferencia de los cafeteros por el uso de la cédula o el efectivo en su día a día. Una vez completadas las diversas fases de la investigación se pudo concluir que: a) Durante la transición de los años, la cédula cafetera ha pasado por dos momentos claves, la implementación de una banda magnética y un chip de seguridad que luego se transformó en un instrumento financiero, que maneja una cuenta de ahorros del Banco de Bogotá, lo que generó una transformación en el enfoque de la cédula cafetera a cédula cafetera inteligente. b) La ventaja más destacada son los precios bajos para las transacciones exitosas y no exitosas en cajeros de la red aval, tarifas preferencias en cajeros de otras redes, precio más bajo del mercado para la reposición de la tarjeta y él no cobro de la cuota de manejo, entre otros beneficios. c) Los cafeteros tienen preferencia por el uso del efectivo. Estos consideran que es más viable el uso de pesos en efectivo. Uno de los factores que incide en esa predilección son los costos financieros asociados al uso de los bancos. Por otra parte, pareciera necesario un esfuerzo por la alfabetización financiera de los usuarios de manera de que tengan conocimiento de las ventajas del uso de la cédula cafetera.

**Palabras clave:** Cédula cafetera, efectivo, cafeteros

## Abstract

Through a non-experimental field investigation, at a descriptive level, 5 coffee growers from the department of Tolima were interviewed in depth in order to determine if they preferred to use the coffee certificate of the National Federation of Coffee Growers or use cash in their commercial transactions. For this, the following specific objectives were established: 1) Describe the characteristics of the coffee certificate. 2) Establish the advantages and disadvantages of the coffee certificate and cash. 3) Identify the preference of coffee growers for the use of the card or cash in their day to day. Once the various phases of the investigation were completed, it was possible to conclude that: a) During the transition of the years, the coffee ID has gone through two key moments, the implementation of a magnetic stripe and a security chip that later became a financial instrument, which manages a savings account of Banco de Bogotá, which generated a transformation in the approach of the coffee certificate to an intelligent coffee certificate. b) The most notable advantage is the low prices for successful and unsuccessful transactions at ATMs of the endorsement network, preferential rates at ATMs of other networks, the lowest market price for card replacement, and no fee charged. management, among other benefits. c) Coffee growers have a preference for the use of cash. They consider that the use of Pesos in cash is more viable. One of the factors that affects this predilection is the financial costs associated with the use of banks. On the other hand, it seems necessary to make an effort to educate users financially so that they are aware of the advantages of using the coffee certificate.

**Keywords:** Coffee financial instrument, cash, coffee growers.

## Introducción

El siglo XXI fue adjetivado como la era del conocimiento. De esta manera se resalta la relevancia de la información en el nuevo milenio. No se trata solo del uso intensivo de las tecnologías de la información y comunicación, sino de que alrededor de estos elementos se ha creado un nuevo ecosistema social y económico a tal punto de que en la actualidad se habla de una economía digital.

En este sentido, se habla de una nueva economía, adjetivada como digital, basada principalmente en el conocimiento y en la interconexión en red. Castell (2001) afirma que “la nueva economía, con el e-business como punta de lanza no es una economía online sino una economía cuyo motor es la tecnología de la información, que depende del trabajo autoprogramable y que está organizada en torno a redes informáticas” (p.134). En términos concretos, ante la omnipresencia de la tecnología y del internet, las relaciones de producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios se ven impactadas, lo que genera una ruptura respecto al modelo imperante desde la revolución industrial. Lo anterior conlleva a plantear nuevas reglas de juego que permitan a mediano y largo plazo, maximizar la riqueza y minimizar las desigualdades de las personas, países y regiones.

Bajo esta perspectiva, uno de los sectores que se ha visto fuertemente impactado es el financiero. En la actualidad es casi imposible pensar en el mismo y no asociarlo con la tecnología. Desde el hecho de realizar transacciones en plataformas web, enviar y recibir dinero a través de dispositivos móviles, e incluso comprar y vender cripto activos, son parte de la cotidianidad de muchas personas alrededor del mundo. Sin embargo, en muchas partes del mundo, muchas personas prefieren optar por el uso del efectivo como forma de pago, unidad de cuenta y reserva de valor. Las causas de esto son varias: i) Baja bancarización, ii) baja penetración de la tecnología, iii) creencias relacionadas con la tenencia del efectivo, entre otros.

En el contexto colombiano, la situación no es diferente que en el resto del mundo, más aún cuando el sector agrícola aún es representativo para la economía del país. A este respecto, de acuerdo con Colombia Productiva (2019), en referencia al sector cafetero señala:

De acuerdo con la información de la Federación Nacional de Cafeteros, el sector del café en Colombia es sin duda uno de los principales sectores de la economía nacional, aporta 22% del PIB agrícola y 12% del PIB agropecuario. En 2018 se produjeron 13,6 millones de sacos, de los cuales se exportaron 12,8 millones de sacos del total de la producción (p. 1).

Si bien el país cuenta con un alto nivel de organización del sector cafetero a través de la Federación de Cafeteros de Colombia (FCC), muchos productores no están agremiados y no disfrutan de los beneficios que ofrece la organización. Uno de ellos, y de los más relevantes es la cédula cafetera. De acuerdo con la FCC este instrumento (S/f):

Es un medio de certificación gremial que da a quienes la poseen acceso a servicios, así como el derecho a elegir y ser elegidos en las elecciones cafeteras. Fue establecida en 1931. En la actualidad, la cédula cafetera es un instrumento para hacer transacciones, recibir el pago por la venta del café y hacer compras con esos recursos en comercios de cada municipio, al mismo tiempo, los poseedores de ese documento pueden retirar dinero en establecimientos afiliados (p. 3).

Pero, a pesar de los beneficios que puede otorgar la cédula a los caficultores, muchos no la utilizan en su día a día. Algunas de las razones pueden ser la falta de cultura financiera, el desconocimiento de las bondades de la misma, la baja bancarización en las zonas agrícolas y rurales o la preferencia por el efectivo.

## Inclusión financiera

De acuerdo con el Banco Mundial (2022) “La inclusión financiera se refiere al acceso que tienen las personas y las empresas a diversos productos y servicios financieros útiles y asequibles que atienden sus necesidades —transacciones, pagos, ahorro, crédito y seguros— y que se prestan de manera responsable y sostenible” (p. 1). Es decir, es la forma como los gobiernos y las instituciones financieras garantizan el acceso a los servicios financieros a sectores históricamente excluidos. Por ejemplo, minorías, grupos indígenas o personas que residen en zonas rurales.

Por su parte, la *Appui au Développement Autonome* (ADA) (2021) establece que “la inclusión financiera es el conjunto de mecanismos para luchar contra la exclusión bancaria y financiera. Abarca toda una gama de productos y servicios financieros y no financieros puestos a disposición de los pobres” (p. 1). De esta manera, a través de las diversas acciones que lleven a cabo los organismos del Gobierno, los entes regulatorios y las instituciones financieras se puede facilitar el acceso a las personas en situación de vulnerabilidad al sistema financiero nacional. A este respecto, no se trata solo de que puedan dirigirse a los bancos, sino que estos puedan llevar sus servicios hasta dónde se encuentren estas personas. De acuerdo con la ADA (2021) entre los servicios financieros se pueden mencionar: microseguros (seguros inclusivos) con todas las variantes posibles relacionadas con los seguros (riesgo climático, muerte, etc.), varios productos de crédito, pensiones, productos de ahorro y transferencia de dinero.

Por otra parte, la ADA (2021) señala que entre los servicios financieros a los que pueden tener acceso las personas que logren ser incluidas están los siguientes: formación (en gestión empresarial, riesgo, gobernanza, etc.), programas informáticos de toma de decisiones (SIMFI, Microfact, etc.), asesoramiento y experiencia técnica, y educación financiera y sensibilización. Estos permiten a las personas fortalecer sus conocimientos financieros, una mejor toma de decisiones, así como consolidar una cultura económico – financiera. Esto es de mucha relevancia en un mundo en el que el dinero es fundamental para acceder a bienes y servicios.

El Banco Mundial (2022) señala que “tener acceso a una cuenta de transacciones es un primer paso hacia una mayor inclusión financiera, ya que permite a las personas guardar dinero, y enviar y recibir pagos. Una cuenta de transacciones también sirve como vía de

acceso a otros servicios financieros” (p. 1). Es decir, la inclusión financiera que requiere que las personas que no utilizan los instrumentos financieros, tengan la posibilidad de tenerlos y acceder a otro tipo de ellos, tales como tarjetas de débito y crédito, canales electrónicos o documentos mercantiles.

Este organismo, el Banco Mundial (2022), expone:

El acceso a servicios financieros facilita la vida diaria y ayuda a las familias y las empresas a planificar desde objetivos a largo plazo hasta emergencias inesperadas. Como titulares de cuentas, es más probable que las personas usen otros servicios financieros, como el crédito y los seguros, para iniciar y ampliar negocios, invertir en educación o salud, administrar riesgos y superar conmociones financieras, lo que puede mejorar la calidad general de sus vidas (p. 2).

Por su parte, la ADA (2021) señala lo siguiente:

La inclusión financiera permite a los pobres financiar sus actividades, ahorrar, mantener a sus familias y protegerse de los riesgos de la vida. Su distribución en el mercado corre a cargo de diversas organizaciones financieras: instituciones de microfinanzas (IMF), cooperativas, proveedores de microseguros, bancos, etc. Es esencial que estos distribuidores operen de manera socialmente responsable para cumplir el objetivo principal de la inclusión financiera: luchar contra la pobreza. Sin embargo, estos distribuidores siguen teniendo muchos retos: el desafío es servir a los intereses de los pobres y, al mismo tiempo, garantizar su propia viabilidad económica (p. 2).

En un mundo mediado por la tecnología, constituye un hecho relevante el que las personas puedan ser incluidas en lo financiero. No es solo la posibilidad de tener una cuenta bancaria, sino todo lo que permite el poder hacer uso de esos servicios. Por ejemplo, desprenderse de la necesidad de utilizar dinero en efectivo, realizar inversiones, acceder a créditos que les permitan incrementar su consumo, invertir en sus negocios o actividades productivas y eventualmente, crecer en lo económico.



## Inclusión financiera rural en Colombia

De acuerdo con ASOBANCARIA (2020):

El indicador de inclusión financiera en Colombia alcanzó un 85,9% de la población adulta en junio de 2020. La pandemia generada por el Covid-19 ha sido, sin duda, un catalizador de este resultado. Sin embargo, el indicador de inclusión financiera para zonas rurales (66,1%) y rurales dispersas (55,3%) sigue siendo uno de los focos de atención del sector público y privado, ya que es importante trabajar en cerrar la brecha urbano-rural en materia de acceso a servicios financieros (p. 1).

Con base en las cifras que maneja la asociación que agrupa a las instituciones financieras del país, la inclusión financiera en el sector rural no alcanza el 70%. A este respecto, es necesario realizar un esfuerzo sostenido para que los habitantes de esos espacios puedan acceder a los productos y servicios. En este orden de ideas, ASOBANCARIA (2020) afirma:

Es importante trabajar en innovación y transformación digital, por ser componentes fundamentales para mejorar la eficiencia en actividades de producción agropecuaria. En este sentido, las habilidades financieras móviles y el Agrotech son estrategias que las entidades financieras pueden adoptar para avanzar en el propósito de inclusión financiera rural (p. 1).

Es decir, a través de la inclusión financiera, las actividades agropecuarias pueden experimentar una mejora cuantitativa y cualitativa, en relación con las transacciones comerciales, acceso a crédito e inversiones.

ASOBANCARIA (2020) expone que de acuerdo con la metodología implementada por la banca de oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia, la inclusión financiera se mide por: (i) el indicador de acceso, (ii) el indicador de uso y (iii) el indicador de porcentaje de actividad.

En el estudio llevado a cabo por ASOBANCARIA y MeasurementMatters (2020) se identificaron como barreras a la inclusión financiera, las siguientes condiciones: i) el perfil de riesgo del ciudadano rural, ii) la educación financiera, iii) la infraestructura, conectividad y acceso a internet.

Bajo esta perspectiva, los elementos asociados a esos tres aspectos que dificultan la inclusión financiera son la alta informalidad laboral en el área rural, en este sentido, la mayoría de las personas se desempeña por cuenta propia sin que medien contratos laborales. A este respecto de acuerdo con Reyes et al.; citado por ASOBANCARIA (2020) señalan:

El bajo número de usuarios rurales y la poca frecuencia de sus actividades bancarias genera barreras para el perfilamiento del cliente rural, lo cual no permite crear nuevos productos y servicios financieros de acuerdo con las necesidades en zonas rurales. Asimismo, la falta de infraestructura física y tecnológica en el sector agrícola representa altos costos de transacción, así como una baja productividad, lo que a su vez se traduce en ingresos bajos e inestables, y en la ausencia de una huella en el sistema financiero. De este modo, en ocasiones no se cuenta con la suficiente información sobre la capacidad financiera de esta población (p. 5).

Con base en la cita precedente, se puede afirmar que la inclusión financiera rural en el país, no implica solo el hecho de que las personas no tengan acceso a cuentas bancarias, sino que hay razones estructurales que dificultan la misma. A este respecto, las instituciones financieras deben hacer un esfuerzo para perfilar al cliente rural, identificar sus necesidades y apoyar infraestructura tecnológica para que los trabajadores rurales y habitantes de la zona puedan abrir cuentas bancarias, acceder a los servicios y educarse financieramente.

## **Bancarización rural en Colombia**

La Agencia Nacional de Desarrollo de Uruguay (ANDE) (2020) establece que la bancarización:

Es el proceso mediante el cual se incrementa el nivel de utilización de los servicios financieros por parte de la población en general, estableciendo una relación de largo plazo. Existe mayor grado de bancarización cuando aumenta el volumen de las transacciones realizadas por los agentes económicos (que se constituyen tanto por las personas físicas, como por las personas jurídicas) a través del sistema financiero (p. 1).

La bancarización es parte del proceso de inclusión financiera, solo que se restringe al uso de los productos y servicios ofrecidos por un tipo particular de institución financiera,

es decir, los bancos. Estas organizaciones, son intermediarios entre los ahorristas y quienes requieren dinero en calidad de préstamo.

La ANDE (2020) establece como objetivos de la bancarización: i) Permite una “rentabilidad” del dinero: darle mayor valor a través del interés cobrado cada mes por los depósitos en el banco. ii) Facilita el sistema de pagos y reduce el riesgo vinculado al uso del dinero en efectivo. iii) Permite tener un historial crediticio y entonces ser potencial cliente de préstamos. iv) Da la posibilidad de solicitar préstamos y así mejorar su negocio.

La bancarización implica facilitar el acceso a los productos que ofrecen los bancos a las personas que no los poseen. Por ejemplo, cuentas de ahorro y corrientes, depósitos a plazo, tarjetas de débito y crédito; así como la posibilidad de acceder a financiamiento a corto y largo plazo. Como parte fundamental de la inclusión financiera, la bancarización es una forma básica de potenciar a las personas y de avanzar en la lucha contra la pobreza y la informalidad. En este orden de ideas, ANDE (2020) especifica que los beneficios de utilizar un banco son: i) Seguridad (el dinero está seguro). ii) Liquidez (para ahorros). iii) Confiabilidad, iv) Privacidad, v) Ganancias (el dinero genera intereses). vi) Muchos productos disponibles (varios tipos de préstamos y cuentas de ahorro). vii) Posibilidad de tener un historial crediticio, viii) Protección por las leyes bancarias. ix) Acceso a asesoría financiera por parte de personal especializado.

Con base en lo anterior, se puede afirmar que la bancarización rural es la inclusión de personas que residen en zonas rurales en una importante parte del sistema financiero. A este respecto, la finalidad es que los habitantes de esos espacios tengan acceso a cuentas, productos y servicios ofrecidos por los bancos.

¿Cuál es la situación en el ámbito de la bancarización en Colombia? De acuerdo con Beltrán y Mercado (2018):

Según cifras de la Superintendencia Financiera de Colombia y la Banca de las Oportunidades, el 69 por ciento del sector rural cuenta con al menos una oficina bancaria, mientras que la cobertura de los corresponsales cubre el ciento por ciento de los municipios del país. A pesar de lo anterior, el sistema financiero tradicional no ha logrado solucionar las necesidades rurales ni romper algunas barreras que hace que sus habitantes le tengan aversión y prefieren seguir usando efectivo o incluso, confiar en un prestamista o un gota a gota. Para un campesino resulta frustrante pagar las cuotas de manejo y tener que

desplazarse, en ocasiones incluso hasta por horas, para conseguir un cajero automático, que por lo general está en los cascos urbanos (p. 2).

En este sentido, se observa que si bien los corresponsables de las instituciones bancarias, están presentes a lo largo y ancho del país, aún persiste en la población rural, la preferencia por el uso del efectivo. Se infiere que es por las dificultades que se les presenta al momento de utilizar los instrumentos financieros y obtener dinero en efectivo. Otro de los aspectos que se reconocen como traba en la bancarización es lo relacionado con los costos que representan las agencias o las sedes en las zonas rurales. A este respecto Beltrán y Mercado (2018) indican:

Así mismo, para los bancos también es difícil llevar sus servicios fuera de las ciudades. Los costos transaccionales de montar una oficina en un sector rural, con menos de 1.000 habitantes, son altos. Por eso han optado por la figura del corresponsal bancario, que permite abrir cuentas de ahorro, hacer transferencias, e incluso retirar dinero, sin necesidad de ser una oficina bancaria habitual (p. 3).

Se puede inferir que para las instituciones financieras, la rentabilidad es una limitante. Por consiguiente, en zonas en las que la cantidad de usuarios de los servicios es baja, no resulta beneficioso para las agencias ya que, una vez descontados los costos asociados (salarios, servicios, costos financieros, entre otros), el margen de beneficios es bajo. Por otra parte, los clientes en las áreas rurales pueden tener asociados ciertos riesgos, tales como la informalidad, el nivel bajo de ganancias y su baja capitalización (en este orden de ideas, muchos no son propietarios de la tierra, sino pisatarios o arrendatarios).

### **Uso del efectivo. Ventajas y desventajas**

Sánchez (2018), respecto al efectivo señala “se habla de efectivo al estado en el que el dinero puede encontrarse en el ámbito económico en curso legal, pudiéndose contar con ello en el corto plazo para asumir distintas obligaciones de pago” (p. 1). El efectivo está integrado por monedas y billetes de curso legal en el país. En el caso de Colombia de Pesos, pero también de monedas que tienen amplia aceptación en la población como los Dólares Estadounidenses o Euros, sobre todo en billetes.

El efectivo es la forma tradicional como se presenta el dinero. De acuerdo con *Jhon Maynard Keynes* citado por Eggers (2007), éste –el dinero- es aquel elemento o factor que cumple con tres condiciones, unidad de cuanta, medio de cambio y reserva de valor. Desde esta perspectiva, el efectivo es el medio de cambio con más amplia aceptación en todos los lugares. De igual manera, se asume como reserva de valor, en economías en las que la inflación sea baja.

Con la difusión de la tecnología y el uso intensivo de la misma, en algunos lugares se ha abogado por la eliminación del dinero en efectivo por la facilidad del uso de los medios de cambio electrónico. Esto, sobre todo en Dinamarca, pareciera ser una tendencia. Sin embargo, en muchas partes del mundo, en los que prevalece el subdesarrollo económico, resulta un poco difícil pensar en la eliminación del uso del efectivo. En este orden de ideas, de acuerdo con Navarro (2015), las posibles consecuencias de acabar con el efectivo pueden ser:

1. La vida sería más complicada para los pueblos pequeños sin sucursal bancaria. También se perderían muchos empleos asociados a la gestión del efectivo. Tanto de cajeros como de transporte y custodia del efectivo y de herramientas (cajas de seguridad, máquinas de contar dinero, etc.).
2. Existiría un problema grave en aquellas naciones con muchos inmigrantes ilegales, a los que no se les podría pagar el sueldo en efectivo. Eso podría suponer un problema social bastante grave que de repente millones de personas con muy pocos recursos se encontrarán que se les niega su modo de ganarse la vida.
3. Las personas sin hogar y por tanto sin capacidad de tener una cuenta bancaria, dejarían de poder ser ayudadas con monedas o billetes. Los más pobres dependerían más de lo que el estado o las ONGs quisieran darles, y menos de la ayuda espontánea que reciben de la que muchos dependen para sobrevivir.
4. Los bancos se encontrarían con muchas transacciones muy pequeñas, que tendrían que procesar, creando un problema informático sobre las mismas. También habría que ver hasta qué punto ciertos clientes muy pequeños o de bajo volumen como niños y estudiantes serían clientes interesantes. Hasta ahora los bancos han aceptado a cualquier cliente, pero eso no significa que vayan a seguir haciéndolo o que no opten por cobrarles comisiones.

5. Sería un problema para personas mayores o discapacitados que son incapaces de usar efectivamente el dinero de plástico. Un invidente no tendría forma de saber si le están cobrando diez o cien euros, porque los terminales no están adaptados. Tampoco facilitaría las cosas a la población no alfabetizada o con conocimientos muy básicos. Como saben trabajadores de sucursales bancarias, muchos van a primeros de mes a cobrar su nómina o pensión y se administran poco a poco con el dinero en efectivo.

Como se expuso, eliminar el efectivo tiene varias desventajas, pero también de acuerdo con Navarro (2015) esta acción, puede tener aspectos positivos:

1. Una ventaja de acabar con el efectivo sería que muchas transacciones deberían de salir a la luz, de modo que se aumentara la capacidad recaudatoria del estado. También supondría una forma de limitar la capacidad de la economía sumergida y la actividad ilegal, que actualmente se mueve con efectivo.
2. Se fomentaría la innovación tecnológica de los métodos de pago.
3. La existencia del efectivo limita la capacidad de los bancos centrales de aplicar la política monetaria.

## **Sector cafetero en Colombia**

García y Olaya (2006) en referencia al sector cafetero, señalan lo siguiente:

La cadena de abastecimiento agroindustrial del café está constituida por una serie de etapas que conforman su proceso de transformación desde el cultivo hasta el café procesado: cultivo, recolecta, despulpado, descascarado, lavado y limpiado de grano entero y separación de las dos mitades –etapa en la cual el grano es conocido como pergamino–, presecado –café pergamino mojado– y secado al sol –pergamino húmedo y en máquina pergamino seco–. En la etapa de trillado se le extrae, por medio de máquinas especiales, el endocarpio que lo cubre, etapa en la cual toma el nombre de café verde no clasificado, el cual posteriormente se clasifica por tamaños y calidades (p. 1).

En ese momento el café puede ser comercializado; sin embargo, dependiendo de las necesidades del mercado, puede ser tostado y molido para consumo en su forma tradicional, o se procesa para lograr productos como descafeinado o soluble. En síntesis, dentro de las formas o estados del café se encuentra el pergamino –al quitarle la película que lo cubre–, que puede ser comercializable como verde, tostado, y que se puede transformar en diferentes productos terminados como café molido, descafeinado, liofilizado, líquido y soluble.

Los procesos asociados con la cadena de valor del café son varios. Abarcan más allá del cosechar y vender. Es necesario seleccionar, secar, procesar, empaquetar, tostar, moler y combinar (por ejemplo, café con canela, con vainilla) para generar un producto con la capacidad de satisfacer la necesidad del cliente. ¿Cuál es esa necesidad? Contar con una bebida aromática, que puede ser consumida como producto final o con un bien que puede ser utilizado en otras preparaciones (como tortas, postres, entre otros) e incluso en la industria cosmética.

De acuerdo con la Federación de Cafeteros de Colombia (2018) la información estadística del área se puede observar en la Figura 1.

**Figura 1. Balance Cafetero – Colombia.**

**Millones de sacos de 60 kg.**

| Año                                  | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------------------------|------|------|------|------|------|
| <b>1. Producción e Importaciones</b> | 12,5 | 14,4 | 14,5 | 14,6 | 14,5 |
| Producción                           | 12,1 | 14,2 | 14,2 | 14,2 | 13,6 |
| Importaciones <sup>(1)</sup>         | 0,4  | 0,2  | 0,3  | 0,4  | 0,9  |
| <b>2. Expo y Consumo Int.</b>        | 12,5 | 14,2 | 14,6 | 14,6 | 14,6 |
| Exportaciones                        | 11,0 | 12,7 | 12,9 | 13,0 | 12,8 |
| Consumo interno                      | 1,5  | 1,5  | 1,7  | 1,7  | 1,8  |
| <b>3. Balance</b>                    | 0,0  | 0,2  | -0,1 | 0,0  | -0,1 |

Fuente: Fuente: FNC y (1) DIAN - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

*Fuente: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2018, p.6).*

Se puede observar que la producción es mucho mayor que el consumo interno. Éste representa, respecto a la producción los siguientes porcentajes: 2014: 12 %; 2015: 10,42 %; 2016: 11,72 %; 2017: 11,64 %; 2018: 12,41 %. La industria cafetera colombiana exporta la mayor parte de la producción de sacos de café de 60 kilogramos. En términos del comercio internacional esto constituye una fortaleza porque las exportaciones

constituyen un ingreso en divisas para el país, a la par de que generan empleos directos e indirectos en Colombia.

De acuerdo con la Revista Semana (2020):

Según informó la Federación Nacional de Cafeteros, en el mes de abril la producción de café cayó un 28 %, y en los primeros cuatro meses, 17 %. La entidad explicó que la producción de la variedad arábigo suave lavado, de la cual Colombia es el mayor productor mundial, fue de 744 mil sacos en abril. Lo que deja en evidencia una caída de 287.000 sacos (28 %) con respecto al mismo periodo de la vigencia anterior. Además de la caída en la producción, el sector también sufrió efectos negativos en sus exportaciones, pues estas cayeron a 592 mil sacos frente a los 872 mil sacos exportados en abril del año anterior. Esto, según la Federación, se debe a las restricciones propias de la actual emergencia que ha causado la pandemia de covid-19 en el país (p. 1).

Con base en la cita que antecede, la pandemia generada por el COVID-19, ocasionó una caída en la producción de café y en las exportaciones. Esto es significativo por el efecto que tiene el sector en los ingresos en divisas del país. En consecuencia, los efectos de la pandemia en el sector café son: Caída en la producción y en las exportaciones. A corto plazo es importante revisar el efecto en el consumo interno y el impacto en las finanzas de restaurantes, cafés y negocios afines.

En la Página Web Expansión – Datosmacro.com, se señala que el PIB de Colombia para el año 2019 fue de 289.239 Millones de Euros. En consecuencia, si el Café Aporta el 22 % del PIB Agrícola, esto es indicativo de que lo que suceda en el sector cafetalero afecta a la economía del país en su conjunto.

## **Federación Nacional de Cafeteros y Fondo Nacional del Café**

La Federación Nacional de Cafeteros se crea en el año 1927 con el fin de crear una organización que los representara nacional e internacionalmente, y que velara por su bienestar y el mejoramiento de su calidad de vida. Desde ese mismo año, ha sido el principal gremio de Colombia, con presencia en todas las zonas rurales donde se produce café en el país.



En 1928, se crea el servicio de asistencia técnica por el cual los agrónomos visitaban las fincas y haciendas con el fin de guiar programas y nuevas tecnologías que para el siguiente año se organizó “La granja escuela central del café” con el objetivo de extender la tecnología del café ya que en territorio colombiano existen muchas clases de este producto.

Los recursos de la federación son por producción de café del cual se exporta el 95% y solo el 5% se queda en Colombia porque se paga más alto en el exterior y por el reconocimiento de la calidad. Además, por cada libra que se exporta son 6 centavos de dólar que se destinan al fondo nacional del café que lo administra la federación.

El Fondo Nacional del Café se constituyó en el año 1940 y es una cuenta parafiscal alimentada principalmente por la contribución cafetera pagada por cada libra de café exportado, lo cual le permite financiar los bienes y servicios públicos que benefician al conjunto de los caficultores colombianos, como la Garantía de Compra, la investigación científica y tecnológica, la asistencia técnica brindada por el Servicio de Extensión, así como las labores de promoción y comercialización que han contribuido a posicionar al Café de Colombia como el mejor café suave lavado del mundo.

Para el 2016 en el mes de agosto, el Gobierno colombiano firmó con la Federación Nacional de Cafeteros un nuevo contrato de administración, por diez años más, del Fondo Nacional del Café (FoNC). El FoNC es un instrumento que ha sido ficha clave no sólo en la política cafetera de Colombia como país productor, sino para llevar bienestar a los caficultores y posicionamiento del Café Colombiano en diversos mercados.

De igual manera, ingresan recursos por las gestiones realizadas con gobernaciones, ONG, ministerio de agricultura y las tiendas Juan Valdez que son la insignia y marca internacional de reconocimiento de las cuales hay cerca de 300 tiendas en el mundo, sus ganancias anuales van al fondo nacional del café y en ese mismo año se direcciona recursos ya sea para crear más tiendas o realizar estrategias de mercadeo.

Se resalta que la Federación Nacional de Cafeteros cuenta con un sistema de información Cafetera llamado SICA Web, el cual permite que se analicen periodos de tiempo de acuerdo a los censos que se llevan a cabo en los departamentos. A continuación se muestra la tabla desde el censo del año 2007 hasta el 2013 en el mes de julio.

## Cooperativas del caficultor

Los caficultores de Colombia tienen el apoyo de las cooperativas las cuales son un motor de desarrollo regional en medio de las comunidades cafeteras de 595 municipios a lo largo y ancho de todo el país; son aliados estratégicos para implementar la garantía de compra, uno de los servicios más valorados por los caficultores, entendida ésta como la compra permanente, cerca de los sitios de producción, con pago de contado y al mejor precio posible.

En 1958, Nace la garantía de compra siendo un recurso para asegurar la comercialización del café a un precio justo y transparente ya que ofrece un pago de contado y en lugares cercanos a donde se produce. Este proceso se realizó por medio de las cooperativas de la Federación y a esa fecha había más de 500 puntos en todo el país.

En 1959, se crea la primera cooperativa de caficultores siendo pionera la cooperativa de Pereira, hoy en día de Risaralda, y su origen se dio de la mano de la Federación, la base social de las cooperativas está conformada por 82.000 caficultores, quienes han sido el soporte para su consolidación.

En 2011, operaron 34 Cooperativas de Caficultores con una red de 540 puntos de compra distribuidos en todo el país cafetero. Estas organizaciones contaron con el apoyo del FoNC mediante una línea de crédito especial, para cumplir con la Política de Garantía de Compra del café, a través de la cual realizaron el 41% de las compras efectuadas durante el año.

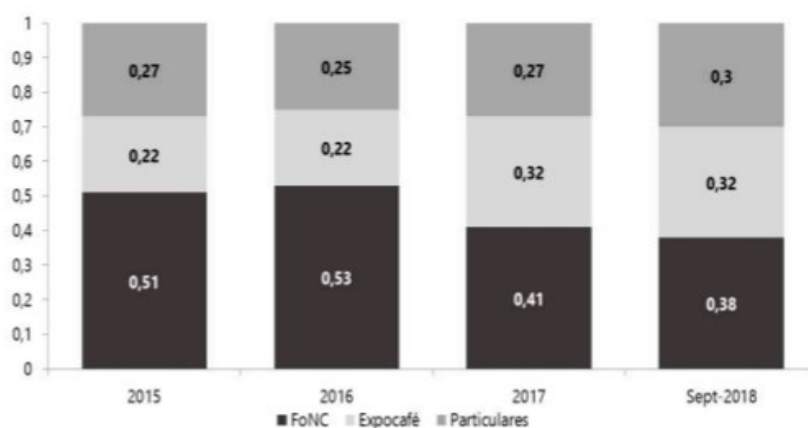
Además, gracias al apoyo de la Federación, cinco cooperativas de Antioquia y Caldas obtuvieron un importante avance tecnológico representado en su integración al sistema SAP para la administración y gestión del negocio. Este logro permitió a la Federación obtener el galardón de mejor portal SAP, entregado por la Asociación Colombiana de Usuario SAP-ASUG.

Durante esa transición se pasó de las 50 cooperativas que existían en 1989 a 33 al día de hoy. Según Javier Sanín, director nacional de cooperativas de la Federación explica que “Quedaron solo las más competitivas, pero su cobertura sigue siendo la misma, a

través de una red de 536 puntos de compra para atender a los 540.000 caficultores del país”.

Para asegurar la comercialización del café, la institucionalidad cafetera colombiana cuenta con una red de cooperativas de caficultores, cuya base social está conformada por todos los productores que, por iniciativa propia quieran asociarse; estas cooperativas cumplen un papel fundamental para garantizar la transparencia en el mercado doméstico del café.

**Figura 2.** Distribución de las ventas de las cooperativas.



Fuente: FNC

Fuente: Federación Nacional de Cafeteros. (S/f).

De igual manera, el Banco de Bogotá cuenta con un canal Cafetero que es una plataforma para realizar transacciones y ahorrar tiempo y dinero evitando riesgos para los caficultores. Todas las transacciones que se realizan a través de este canal Cafetero no tienen ningún costo para el caficultor ni el almacén, además, el traslado de los recursos a la cooperativa ocurre en tiempo real.

Figura 3. Canal Cafetero.



Fuente: Federación Nacional de cafeteros. (S/f).

## Cédula cafetera

De acuerdo con la Federación, esta representa a más de 540 mil familias cafeteras las cuales se han caracterizado a través de los años por ser profundamente democráticos esto generó un desarrollo en una estructura de representación gremial para tomar decisiones que consulten las prioridades de la base del gremio, los productores de café y sus familias.

Figura 4. Línea de tiempo de la cédula cafetera.



Fuente: Federación Nacional de cafeteros. (S/f).

En el año 1931, se expide la primera cédula cafetera como documento de identificación gremial para que los productores pudieran recibir el pago por sus ventas de café y a partir del siguiente año se mantuvo el diseño de la cédula cafetera hasta 1968, en el cual se empezaron a realizar distintos diseños en cuanto a color y material evolucionando para convertirse en un documento primordial del negocio de los cafeteros.

En 1998, la cédula cafetera por primera vez introduce el formato para la foto verificando el documento de identificación gremial lo que conlleva a que en el año 2005, la Federación decida agregarle valor a la Cédula Cafetera, por eso nace la Red Cafetera Inteligente, para brindarle servicios transaccionales con total seguridad a los caficultores federados como recibir el pago por las ventas de café en las cooperativas, disponer de dinero con seguridad a través de la red cafetera inteligente, realizar compras sin necesidad de cargar efectivo.

Así mismo, en 2006 la Federación realiza el convenio con el Banco de Bogotá y así crea una cédula personalizada con banda electrónica y un chip inteligente para realizar solo transacciones comerciales.

Para el año 2013, este mecanismo contaba con 420.000 tarjetas emitidas, que operaba con 2.500 datáfonos, y con acceso a los cajeros automáticos de todo el sistema financiero. Posteriormente adaptado a la banca móvil, que le otorga la posibilidad al caficultor de hacer las transacciones desde su finca, trasladando los recursos de su cédula cafetera al establecimiento de comercio. Puede el agricultor, por medio de su tarjeta adquirir minutos de celular sin desplazarse al pueblo, y recibir el pago de su café sin necesidad de cheque, evitando el riesgo de manejar efectivo.

La federación y el banco asociado volvieron a lanzar la Cédula en el año 2014 para ofrecer una cuenta de ahorros con el Banco de Bogotá, una tarjeta de débito con acceso a todos los cajeros automáticos, puntos de venta en el país y demás servicios del sistema financiero. Es decir, la Cédula Cafetera Inteligente es un producto asociado a una Tarjeta Débito Electrón de la franquicia Visa y brinda acceso a todos los canales electrónicos y físicos del Banco de Bogotá: oficinas, red de cajeros automáticos ATH, corresponsales bancarios, internet, Banca Móvil, Servilínea, entre otros.

El servicio de extensión de la Federación es un equipo que realiza la promoción y capacitación en torno a este instrumento y a la Tarjeta inteligente para lograr que se

vinculen más campesinos a la red financiera. Sin embargo, hay cafeteros que deciden no tener la cédula cafetera con su cuenta de ahorros y esto se debe a que muchos tienen cuentas en otros bancos y los costos de transacción aumentan al tener más de dos cuentas bancarias abiertas.

De igual manera, el chip de la Cédula del agricultor contiene 17 variables provenientes del Sica, Sistema de Información Cafetera, que son fundamentales sobre su finca y su familia. Esta base de datos es exclusiva de los cafeteros, y un activo muy valioso que mantiene actualizados 37 datos: la composición familiar, la vivienda, el número de árboles, la edad, la distancia entre árboles, el tipo de sombra, etc, todos indispensables para estimar la producción del predio y con la información agregada, diseñar políticas de apoyo a la familia campesina. A su información puede acceder el productor por internet.

Para el año 2018 en el mes de septiembre, la labor formativa de los extensionistas alcanzó una cobertura de 439.925 cafeteros atendidos de forma individual, lo que incluyó 276.707 visitas a finca y 163.218 visitas recibidas en oficina. En cuanto a metodologías grupales, el Servicio de Extensión reportó 39.222 eventos con 533.980 cafeteros atendidos.

Además, se siguió ofreciendo la Cédula Cafetera (sin cuenta bancaria) como una opción para los cafeteros que cumplen los requisitos de los estatutos de la FNC para ser federados y no desean la cuenta bancaria asociada; 750 productores cuentan con este tipo de identificación gremial.

### **Datos sobre el uso de la cédula cafetera**

Para el año 2014 hubo un incremento promedio en la utilización de este instrumento financiero ya que, en ese mismo año es cuando se realiza el contrato con el Banco de Bogotá en el que la Cédula cafetera se convierte en cuenta de ahorros para los cafeteros que cumplen con todos los requisitos de la federación (Federados). Además, fue el lanzamiento de la Tarjeta Cafetera Inteligente para los cafeteros no federados pero con los mismos beneficios transaccionales del banco.

**Figura 5.** Compras de café a través de la cédula y tarjeta cafetera inteligente.

| <b>Compras de Café a través de CCI y TCI</b> |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|
| <b>Año</b>                                   | <b>PROMEDIO Cantidad</b> | <b>PROMEDIO millones</b> |
| 2011   | 790                      | \$ 900                   |
| 2012   | 1.206                    | \$ 1.028                 |
| 2013   | 1.307                    | \$ 1.012                 |
| <b>2014</b>                                  | <b>2.624</b>             | <b>\$ 2.086</b>          |
| 2015   | 1.326                    | \$ 1.740                 |
| 2016   | 1.386                    | \$ 2.123                 |
| 2017   | 1.012                    | \$ 1.512                 |
| <b>2018</b>                                  | <b>5.494</b>             | <b>\$ 5.864</b>          |
| 2019   | 4.207                    | \$ 4.803                 |

*Fuente: Los autores (2022).*

De igual manera, el servicio de extensión ha venido realizando una labor formativa hacia los caficultores para incentivar el uso de estos mecanismos y lograr una mayor cobertura, lo cual se puede observar en la tabla anterior que presentó un aumento desde el año 2014 hasta el año 2019.

Se confirma con el balance que presentó la Federación de Cafeteros ya que expone que el 75% del gremio está bancarizado el cual corresponde a 388.997 caficultores mientras que 128.681 cafeteros faltan por estar bancarizado, estos datos muestran únicamente a los caficultores activos en el sistema SICA.

Los auxilios del gobierno al campesino han llegado a través de la cédula, y las compañías internacionales compradoras de café especial han utilizado la Cédula Cafetera para garantizar que el sobreprecio llegue directamente al agricultor.

En 5 meses del año 2013, ya se habían entregado subsidios para 3.877.000 sacos de café, prácticamente toda la producción registrada en el periodo, beneficiando a 192.285 cafeteros con 936.449 facturas tramitadas.

Como la Cédula Cafetera Inteligente es un producto asociado a una Tarjeta Débito Electrón de la franquicia Visa y brinda acceso a todos los canales electrónicos y físicos del Banco de Bogotá: oficinas, red de cajeros automáticos ATH, corresponsales bancarios, internet, Banca Móvil, Servilínea, entre otros.

Además, la Federación de cafeteros en conjunto con la red telefónica Movistar constituyen el programa de banca móvil dado que en el año 2009 se presentó un auge de la telefonía móvil en Colombia el cual era del 92% lo que permitió que se usara la cédula como recursos de información móvil a través de los celulares lo cual abarca comprobantes de precios del café y últimas operaciones registradas.

Según los datos de telefónica del 2009, en tan solo un mes 127 cafeteros de 4 municipios diferentes realizaron más de 300.000 transacciones mediante mensajes de texto en un promedio de 43 operaciones diarias. Según la Federación, a septiembre del 2018, 388 mil cafeteros contaban con CCI, medio al cual se han abonado en promedio \$20.114 millones al mes, 17% más que el año anterior.

Desde el 25 de agosto de 2016 se registraron 47.447 transacciones de compra de fertilizantes a través de la Cédula y Tarjeta Cafetera Inteligente, como consecuencia a la lucha por la reactivación de cafetales afectados por tiempo seco. Programas de reactivación que también se ejecutaron para el año 2007. Esto teniendo en cuenta que la cosecha de café se produce una vez al año.

Al 30 de noviembre del 2018 el 75 % del gremio está bancarizado, hablando así de 388 mil caficultores y como datos a destacar en los últimos 5 años el Banco de Bogotá logró la visita en más de 277 municipios a nivel Nacional, más de 41.466 personas capacitadas en aulas móviles y más de 70.392 en educación financiera.

En el 2018 la nueva Oficina Móvil (furgón), llegó a 40 municipios en zonas en donde por infraestructura vial el bus actual no puede ingresar, sin descartar la continuación de la ruta con la Oficina Móvil (bus).

Para el 2019 se esperan aperturas digitales de cuentas de ahorro en punto a través de Internet y/o Banca Móvil en las Oficinas Móviles. Y con un proyecto de movilidad se esperan optimizar tiempos en captura de datos, apoyará la gestión comercial.

En relación con la bancarización, la Federación desarrolló un proyecto en el área para aprovechar el auge de los teléfonos móviles y el sistema de banca móvil para impulsar la bancarización de los cafeteros no afiliados al sistema financiero tradicional.

En 2012, la idea fue “implementar servicios de acceso Banca Móvil a través de la red celular de Movistar en Colombia, al gremio caficultor, como complemento a la red física



de la Cédula Cafetera Inteligente, de forma que los caficultores desde sus equipos celulares tengan acceso en línea a consultas y transacciones de su Cédula Cafetera Inteligente y acceso a la información que se pueda proveer por el canal transaccional móvil, incrementando su productividad agrícola, evitando entre otros, el desplazamiento de los caficultores a las zonas urbanas, para disponer de más tiempo para sus cultivos”, esto lo señala la Federación a través de Luis Fernando Samper, Director de Comunicaciones y Mercadeo de esa fecha.

Entre los servicios disponibles para los campesinos no bancarizados se encuentra la realización de transacciones desde el teléfono celular, la consulta de saldos y abonos, y el pago de servicios públicos. Adicionalmente, uno de los grandes plus del proyecto es la inclusión de un sistema de consulta vía mensajes de texto – SMS, del precio del café en el mercado internacional y el intercambio de los mismos mensajes entre los caficultores y la Federación para aclarar todas las dudas y hacer los reportes de roya y otros riesgos y oportunidades para el sector.

Otro proyecto de inclusión de los caficultores en las TIC es el Sistema de Información Cafetera - SIC@ Web conformado por dos bases de datos consultables. La primera se encarga de referenciar el número y los datos básicos de cada uno de los campesinos agremiados por la Federación, incluyendo los datos de su finca y el tipo de café producido.

La segunda base permite la ubicación geo-espacial de los lotes cafeteros con coordenadas geográficas y altitud sobre el nivel del mar, generando mapas satelitales que permite a los caficultores conocer exactamente los límites y el estado de sus propiedades, y a la Federación prever las condiciones que podrían afectar la producción en una determinada región. Estas consultas se pueden realizar en cualquier lugar del país a través de cualquier dispositivo con conexión a internet.

De acuerdo con la Federación de Cafeteros, el 75% del gremio está bancarizado el cual corresponde a 388.997 caficultores mientras que 128.681 cafeteros faltan por estar bancarizado, estos datos muestran únicamente a los caficultores activos en el sistema SICA.

## **Entrevistas a profundidad realizadas a los caficultores sobre el uso de la cédula cafetera**

Se realizaron entrevistas en profundidad a una muestra de cafetaleros del Departamento del Tolima para determinar las razones del uso o no de la cédula cafetera. En este orden de ideas, se seleccionaron 5 personas para realizar la entrevista.

Todos los productores de café entrevistados cuentan con la cédula cafetera inteligente desde hace varios años y han estado en el proceso de cambio entre la cédula con banda magnética y chip a la cédula inteligente asociada a la cuenta de ahorros del Banco de Bogotá, lo que demuestra que la Federación Nacional de Cafeteros en compañía del servicio de extensión han realizado procesos para difundir el funcionamiento de la cédula cafetera inteligente, su inscripción y utilización.

### Preferencia del uso del efectivo para la compra de café

Uno de los aspectos que le fue consultado a los entrevistados es sobre su preferencia sobre el uso del efectivo o de la cédula para las compras de café. De esta manera, se pudo conocer sus impresiones sobre el por qué tenían preferencia por uno u otro instrumento financiero.

**Tabla 1.** *Preferencia del uso del efectivo.*

| <b>CAFICULTORES</b> | <b>OPINIONES</b>  |
|---------------------|---|
| <b>Caficultor 1</b> | “Nosotros manejamos en efectivo lo de la finca y lo guardamos por las ranuras debajo del colchón, porque uno hace las ventas y pues uno de pronto en el pueblo tiene dónde dejar la plata porque como antes los bancos le quitan a uno” |
| <b>Caficultor 2</b> | “Pues el efectivo por lo que es el pago a diario no sé que toca vender el café y de una vez cancelarlo a los obreros y eso, entonces toca eso ligero y se hace el fin de semana”  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| <b>Caficultor 3</b> | <p>“Pues muchas veces es mejor el efectivo, porque de una vez le va a llegar a uno y en cambio hay mucho problema para llegar allá”</p>  |
| <b>Caficultor 4</b> | <p>“Se prefiere utilizar el efectivo o como se dice el colchón o guardada o mucha gente tiene sus bóvedas en la finca, eso digamos lo arisca a uno mucho con los bancos”</p>                 |
| <b>Caficultor 5</b> | <p>“El pago es en efectivo, entonces como el pago es en efectivo pues uno no necesita que le consignen en la tarjeta ni nada uno dice pues deme mi plata y yo ya me voy a hacer mercado”</p> |

*Fuente: Datos obtenidos en la entrevista a profundidad. (2020).*

El esquema de compra y venta del café que manejan los caficultores, influye en el uso del efectivo, dado que los productores le venden su café a la cooperativa y en gran medida a particulares porque obtienen un mayor precio del café en comparación a la cooperativa. Esto sucede por el factor de rendimiento que rige al café y la falta de maquinaria adecuada (soka) para preparar el café a un estándar de mayor calidad.

Estas ventas y compras se realizan en efectivo debido a que ni las cooperativas ni los particulares fortalecen el uso de la cédula cafetera, además, el pago inmediato que se debe realizar a los trabajadores de las fincas cafeteras.

### Servicios en el esquema de compra y venta del café

A través de este punto, se quiso conocer la apreciación de los cafeteros sobre las diversas actividades asociadas a la compra y venta de café. La mayoría de estos servicios son prestados por la federación.

**Tabla 2. Servicios en el esquema de compra y venta del café**

| CAFICULTORES        | OPINIONES   |
|---------------------|---|
| <b>Caficultor 2</b> | <p>“Porque nosotros llevamos el café y nos pagan en efectivo Entonces pa qué lo vamos a consignar me tocaría volver a subir y volver a retirar, no no, igual me lo pagará en efectivo, yo no tengo quien me giren, entonces yo pa que la voy a usar”</p>  |
| <b>Caficultor 3</b> | <p>“Es que por eso también toca en el comercio porque usted llegaba la semana y usted cogía un poco de café y usted para comprarlo tiene que ponerse a comprar un silo y entonces usted tiene que venderlo en el comercio mojado porque es la única parte que lo compran mojado, la Federación vaya a ver si se lo compran se lo joden a usted por donde sea y tiene que ser seco y como vuelvo y como le digo los fertilizantes son como más carísimos entonces toca comprarlos por ahí en el comercio por ahí aparte”</p> |
| <b>Caficultor 4</b> | <p>“Digamos cuando ha llegado abono o fertilizantes de la Federación, lo que hay es que le piden una fotocopia de cédula cafetera entonces, prácticamente la cargamos como pa sacar la fotocopia y reclamar el producto y ya y vuelva y guárdela”</p> <p>“Todo es en efectivo porque usted sale de una compra de café y afuera están los que le ayudaron a usted en la semana y se reparte el dinero”</p>   |
| <b>Caficultor 5</b> | <p>“Uno no escucha que lo fomenten mucho, uno llega y nadie le pregunta: ¿Ay Usted tiene cédula cafetera para consignarle en la cédula o no? y lo que uno sí ve es que hay un flujo de efectivo muy grande en esas compras entonces pues creo que eso también es hasta peligroso hasta con el mismo es compradores”</p>   |

Fuente: Datos obtenidos en la entrevista a profundidad. (2020).

Se pudo establecer que la cédula cafetera inteligente ha tenido un uso mayor en términos de subsidios, desembolsos o apoyos económicos que realiza la Federación Nacional de Cafeteros en los programas para la renovación del cultivo, ayudas por las afectaciones del cambio climático y el mejoramiento de la calidad del café.

Desde la perspectiva de los cultivadores, el costo de la Cédula Cafetera Inteligente es mayor en relación al uso y manejo del efectivo, que en el costo de utilizarla en una determinada transacción, porque los caficultores miden esa relación en el costo de desplazarse hasta una sucursal del Banco de Bogotá o un punto autorizado para retirar el dinero, la desconfianza de mantener el dinero en una tarjeta y la tradición arraigada de hacer los negocios en efectivo, el cual se ha venido usando relativamente más en relación a la alianza con el banco de Bogotá.

La decisión de realizar las operaciones con efectivo se ve influenciada por la falta de educación financiera de los caficultores, sustentado en que se genera información errónea y desconfianza en los productos financieros asociados al nivel de escolaridad que han tenido los caficultores y la zona de residencia de los mismos.

Las percepciones sobre las tarjetas financieras están basadas en las experiencias vividas de cada uno de los caficultores, ya sea con un tipo de tarjeta o banco, influyendo en la toma de decisiones financieras y su posterior uso o manejo de dichos productos financieros.

### Percepciones de los caficultores sobre diversos aspectos asociados al uso del efectivo y la cédula cafetera

**Tabla 3.** Percepciones de los caficultores sobre diversos aspectos asociados al uso del efectivo y la cédula cafetera.

| <b>CAFICULTORES</b> | <b>OPINIONES</b>   |
|---------------------|--|
| <b>Caficultor 2</b> | “Evité utilizar las tarjetas, la inseguridad, a usted la ven saliendo de un cajero y saben que usted lleva dinero porque usted no va a entrar dinero si no lo que vas a sacar, entonces es mejor no” |
| <b>Caficultor 3</b> | “La inseguridad, usted ni en esa ni en ninguna usted puede dejar plata porque van y se la sacan”   |
| <b>Caficultor 4</b> | “Tengo un millón de pesos en esa tarjeta cuento con ellos voy a retirar al tiempo tengo 850,000 vea pero si tenía 1.000.000, no  |

|                     |   |
|---------------------|---|
|                     | pero es que el costo de manejo que esto que esto tan tan tan<br>Entonces eso hace que la gente digamos la gente se retire”  |
| <b>Caficultor 5</b> | “Yo veo que hacen sus cosas pero hace falta más que trabajen más horizontal que esas estructuras no sean tan verticales tan jerárquicas en la Federación donde el campesino está en la base pero de ahí para arriba hay un montón de cargos falta que sea más horizontal” |
| <b>Caficultor 6</b> | “No, la verdad no, no conocía los beneficios que tiene ahora último sino que yo he oído comentarios”  |
| <b>Caficultor 7</b> | “por lo menos uno con la cédula no está manejando plata pues así presencial y como no tiene ningún costo pues para mí es como yo le digo qué como una cosa más segura”  |
| <b>Caficultor 1</b> | “El costo es mayor, porque usted va y consigna en un banco y para después sacarla ya entonces hay menos, entonces como uno no maneja así como mucha plata tampoco”  |

*Fuente: Datos obtenidos en la entrevista a profundidad. (2020).*

Teniendo en cuenta el contexto anterior, se puede concluir que el efectivo es una herramienta de facilidad para los productores de café por el bajo flujo de dinero que se maneja en cada una de las transacciones de las ventas de café y compra de los insumos.

Por otro lado, las entidades financieras más representativas en este sector son el banco Agrario y el banco de Bogotá, resaltando que los caficultores manejan productos del Banco Agrario con mayor frecuencia como tarjetas y créditos. Sus preferencias se soportan en las líneas finagro y recursos para el campo, la facilidad y rapidez de los trámites, la cercanía y disposición en materia de seguridad y el ahorro de tiempo, costos y eficiencia, mostrando un sentimiento de representatividad porque toda la vida ha sido el banco Agrario la referencia para el campo.

A diferencia del Banco de Bogotá, los productores de café conocen y determinan dicha entidad, pero han tenido poco uso de los productos de esta entidad como créditos y tarjetas dado que hay una lejanía de las oficinas principales, y al ser un banco privado maneja tasas más altas para créditos, razones por las cuales no lo utilizan con frecuencia.

## Percepciones frente a las entidades Financieras

Uno de los aspectos que puede incidir en la decisión de los cafeteros sobre el uso del efectivo o de la cédula cafetera es la percepción que tengan sobre las instituciones financieras.

**Tabla 4.** Percepciones frente a las entidades Financieras.

| <b>CAFICULTORES</b> | <b>OPINIONES</b>  |
|---------------------|---|
| <b>Caficultor 1</b> | “Porque ya ahora uno con un crédito de finagro ya va directamente a la Caja Agraria y tiene más facilidades, empezando que la Caja Agraria no le embarga a uno en cambio estos bancos sí porque como el Banco Agrario es del Gobierno en cambio esos otros bancos son más duros”  |
| <b>Caficultor 3</b> | “El banco más viable es el banco Agrario”   |
| <b>Caficultor 4</b> | “Pues ya tengo vida crediticia he pagado varios créditos en Banco Agrario y otras entidades financieras nunca me he llegado a quedar colgado y los créditos que maneja actualmente todos los he manejado al día pero no he ido al Banco de Bogotá”  |
| <b>Caficultor 5</b> | “Creo yo que de alguna manera hay que fortalecer el banco Agrario yo no he entendido nunca porque la Federación trabaja más con bancos privados y no fortalece al mismo banco público, qué es el banco Agrario qué es con el que se ha manejado tradicionalmente el campo, entonces, sí esa parte yo creo que debería ser mejor con el banco Agrario” |

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <p><b>Caficultor 6</b></p> | <p>“Siempre la gente ha estado y todo ha sido la caja agraria porque siempre hemos trabajado y escuchado hablar de la caja Agraria”<br/>         “Aquí en el Fresno no hay Banco de Bogotá tocaría ir hasta Mariquita entonces la mayoría se van para la caja agraria Porque si hay y les queda más cerca para todo”</p> |
| <p><b>Caficultor 7</b></p> | <p>“Para mí el banco de Bogotá ha sido bueno le dan buen manejo a la cédula”<br/>         “El banco Agrario para el campo sí ha sido buen banco, también eso le preguntaba yo alguna vez que porque no fue el banco Agrario el que hizo ese convenio con la Federación Nacional de cafeteros”</p>                        |

*Fuente: Datos obtenidos en la entrevista a profundidad. (2020).*

Existe la percepción de una relación entre el uso de la cédula cafetera inteligente y la cantidad de palos de café que hay en una determinada finca, porque posiblemente los grandes caficultores usen en mayor proporción el instrumento financiero por el alto flujo de dinero que se transe en las operaciones de venta y compra del café lo que probablemente sea beneficioso para ellos. No obstante, los caficultores entrevistados expresan que si la caficultura manejara precios más altos del café, que les generará más ganancias ellos estarían dispuestos a utilizarla e implementarla en sus transacciones.

### Percepciones frente a mayores ganancias y el uso de la cédula cafetera

**Tabla 5.** Percepciones frente a mayores ganancias y el uso de la cédula cafetera.

| <p><b>CAFICULTORES</b></p> | <p><b>OPINIONES</b></p>   |
|----------------------------|---|
| <p><b>Caficultor 4</b></p> | <p>“Pues sí siempre estuviera el café a más de del millón de pesos la carga me daría muy buenas ganancias entonces pues yo utilizaría la tarjeta que me consiguen ahí, retiro lo que es necesario y el resto lo guardo, pero, digamos que uno diga no me quedo mucha plata este fin de semana no prácticamente uno lo que le queda de ganancia, muchas veces lo traen uno en abono”</p> |



|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>Caficultor 5</b> | “Yo pues pensaría que hay una relación directa entre el flujo de manejo de dinero un caficultor grande probablemente la cédula le sirva porque le consignan ahí y no tiene que mover efectivo y exponerse”  |
| <b>Caficultor 6</b> | En dado caso de que el cultivo mejore, ¿usted sacaría la cédula?<br>“Ah sí lógico sí lógico porque de todas formas el Aguacate hay que irlo renovando y se podría sembrar café nuevo hay que ir sembrando”  |
| <b>Caficultor 1</b> | “El problema es como que yo he tenido café poco últimamente porque ya no es rentable entonces pues ya el gobierno que le va a decir a uno si no tiene suficiente tampoco no hay nada mejor dicho y para consignarle uno prácticamente, no había necesidad de que la gente le consigne nada”<br><br>En dado caso de que el cultivo del café mejore, ¿utilizaría la cédula?<br>“Sí claro” |

Fuente: Datos obtenidos en la entrevista a profundidad. (2020).

Los cafeteros entrevistados coincidieron en que si el precio del café fuese mayor, sería viable el uso de la cédula cafetera. En este orden de ideas, es necesario tener en cuenta que si bien es un instrumento financiero respaldado por la Federación, conlleva un costo para los agricultores.

### Conclusiones entrevistas en profundidad

En la Tabla 6, se muestran la tabulación de la información recabada a través de la entrevista a profundidad.

**Tabla 6. Conclusiones entrevistas en profundidad**

| NOMBRE              | TIENE CCI | USOS |  | FRECUENCIA                                  | ¿QUÉ MEDIO MANEJA? | ¿TIENE OTRAS TARJETAS? |
|---------------------|-----------|------|--|---|--------------------|------------------------|
|                     |           | HOY  | ANTES  |   |                    |                        |
| <b>Caficultor 3</b> | SI        | NO   | Si, vender café, auxilios, abono y fertilizantes | 2 / 3 veces en el año por los subsidios FNC | Efectivo           | Si, Banco Agrario      |

|                     |                          |                                  |                          |  |          |                                  |
|---------------------|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|--|----------|----------------------------------|
| <b>Caficultor 6</b> | NO, a nombre de la madre | NO                               | Si, venta café y abonos  | 2 / 3 veces en el año por los subsidios FNC    | Efectivo | No                               |
| <b>Caficultor 1</b> | SI                       | Nunca                            |                          | 0  | Efectivo | SI, cuenta ahorros Banco Agrario |
| <b>Caficultor 7</b> | SI                       | SI, para todas sus transacciones |                          | Fines de semana y viajes                       | Solo CCI | No                               |
| <b>Caficultor 4</b> | SI                       | NO                               | SI auxilios y abonos     | 1 / 2 veces en total desde que saco la cedula. | Efectivo | Si, Banco Agrario                |
| <b>Caficultor 2</b> | SI                       | NO                               | SI, Crédito Banco Bogotá | 2 veces en total desde que saco la cedula.     | Efectivo | No, tiene crédito Banco Agrario  |
| <b>Caficultor 5</b> | SI                       | Nunca                            |                          | 0  | Efectivo | SI                               |

Fuente: Datos obtenidos en la entrevista a profundidad. (2020).

## Conclusiones

Una vez revisados los elementos teóricos que sustentan la investigación y con base en las entrevistas a profundidad realizada a la muestra seleccionada de cafeteros, se puede concluir lo siguiente:

- » En relación con las características de la cédula cafetera, se puede afirmar que, en primer lugar, la cédula cafetera emerge en el contexto de un proceso social y político para la participación democrática de los caficultores, siendo un signo de representación gremial a nivel nacional como internacional. Este arraigamiento e identidad con la Federación Nacional de Cafeteros permitió la innovación financiera local con el sistema de la cédula cafetera. Durante la transición de los años, la cédula cafetera ha pasado por dos momentos claves, la implementación de una banda magnética y un chip de seguridad que luego se transformó en un instrumento financiero, que maneja una cuenta de ahorros del Banco de Bogotá,

lo que generó una transformación en el enfoque de la cédula cafetera a cédula cafetera inteligente.

- » Respecto a las ventajas y desventajas de la cédula cafetera inteligente, maneja servicios financieros con beneficios para los caficultores en comparación con otras tarjetas débitos de otras entidades financieras. La ventaja más destacada son los precios bajos para las transacciones exitosas y no exitosas en cajeros de la red aval, tarifas preferencias en cajeros de otras redes, precio más bajo del mercado para la reposición de la tarjeta y él no cobro de la cuota de manejo, entre otros beneficios.
  
- » En cuanto a la preferencia de los cafeteros por el uso de la cédula o el efectivo en su día a día, la mayoría de los entrevistados si bien reconoce la importancia de la cédula cafetera y que puede tener beneficios, prefieren utilizar el efectivo como medio de pago y reserva de valor.

## Referencias

Agencia Nacional de Desarrollo de Uruguay (ANDE) (2020). Bancarización. [https://www.ande.org.uy/images/Manual-Educacion-Financiera\\_Alumno\\_Sistema\\_Financiero.pdf](https://www.ande.org.uy/images/Manual-Educacion-Financiera_Alumno_Sistema_Financiero.pdf).

Appui au Développement Autonome (ADA) (2021). Definición de la inclusión financiera. <https://www.ada-microfinance.org/es/acerca-de-ada/definicion-de-inclusion-financiera>.

ASOBANCARIA. (2020). Banca & Economía. Edición 1261. <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2020/11/1261VF-1.pdf>.

Banco Mundial. (2022). Inclusión financiera. <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/inclusion-financiera>.

Beltrán, O.; y Mercado, B. (2018). La 'deuda' por bancarizar el campo colombiano. <https://semanarural.com/web/articulo/la-deuda-de-bancarizar-el-campo-colombiano/610>.

Castells, M. (2001). La Galaxia Internet. Barcelona, España: Random House Mondadori, S.A.

Colombia Productiva (2019). Fomento a la productividad, calidad y ventas de cafés especiales, entre las acciones de Colombia Productiva para impulsar al sector. <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-comunica/noticias/fomento-a-la-productividad-calidad-y-ventas-de-cafe-&cd=11&hl=es-419&ct=clnk&gl=ve>.

Datosmacro.com (2019). Datos Economía colombiana. Página web. <https://www.datosmacro.com>.

Eggers, F. (2007). Economía. Buenos Aires: Editorial Maipue.

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2018). Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana 2018.

[https://federaciondecafeteros.org/app/uploads/2019/10/Informe\\_de\\_la\\_Industria\\_Cafetera\\_20182.pdf](https://federaciondecafeteros.org/app/uploads/2019/10/Informe_de_la_Industria_Cafetera_20182.pdf).

Federación nacional de cafeteros. (2019). Cédula cafetera inteligente. [https://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/servicios\\_para\\_el\\_cafetero/cedula\\_cafetera-1-1/](https://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/servicios_para_el_cafetero/cedula_cafetera-1-1/)

Federación nacional de cafeteros. (2019). Cédula y tarjeta cafetera inteligente. de <https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/InfografiaCCweb.pdf>

Federación nacional de cafeteros. (2019). La cédula de los cafeteros. [https://www.federaciondecafeteros.org/static/pergamino-fnc/uploads/cedula\\_int.pdf](https://www.federaciondecafeteros.org/static/pergamino-fnc/uploads/cedula_int.pdf)

Federación nacional de cafeteros de Colombia. (22 de Septiembre de 2016). Cédula Cafetera Inteligente, Útil, segura, ágil y económica. <https://www.youtube.com/watch?v=cs45m9sYjUw>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (S/f). Página web en línea. <https://federaciondecafeteros.org/>.

Federación Nacional de Cafeteros. (S/f). Línea de tiempo federación nacional de cafeteros. <https://youtu.be/P2WndTghqv8?list=PLNntyNnLMdoyG7xIwPpGINSplmTjemOK3>.

García, R.; Olaya, E. (2006). Caracterización de las cadenas de valor del sector agroindustrial del café. <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/06/v19n31a08.pdf>.

Navarro, J. (2015). Ventajas, desventajas y consecuencias de una sociedad sin efectivo. <https://www.elblogsalmon.com/productos-financieros/ventajas-desventajas-y-consecuencias-de-una-sociedad-sin-efectivo>.

Revista Semana. (2020). Bajó 28 % la producción de café en abril por el coronavirus. Página web en línea. <https://www.semana.com/economia/articulo/baja-la-produccion-de-cafe-por-coronavirus/669449>.

Sánchez, J. (2018). Efectivo. <https://economipedia.com/definiciones/efectivo.html>.