



Tipología de mujeres en cadenas de suministro para orientar acciones de equidad de género. El caso de Volcafe en El Paraíso, Honduras

Fernanda Soto; Silvia González y Jennifer Wiegel

Septiembre de 2024

Mensajes clave

- ▶ Hoy en día, atajar las desigualdades de género en las cadenas de suministro es una prioridad para las agroempresas. Cadenas de suministro más equitativas contribuyen al bienestar social y económico de la población, a la vez que mejoran la productividad y rentabilidad empresarial.
- ▶ Uno de los mayores retos a los que se enfrentan las agroempresas es desconocer quiénes son las distintas mujeres que participan en su cadena, cómo las prácticas de la empresa las afectan de forma diferenciada y cómo esta información puede ayudar a orientar mejor las acciones que realizan en equidad de género para que sean más efectivas y eficientes.
- ▶ Este resumen presenta una metodología* que permitirá a las agroempresas y a otros actores en el sector de café a abordar los retos mencionados. Ilustra cómo la metodología ayuda a identificar acciones apropiadas y mejor orientadas para alcanzar la equidad de género.

*Para conocer en profundidad la metodología consulte la nota técnica en el siguiente enlace: <https://hdl.handle.net/10568/141515>



La equidad de género en las cadenas globales de valor y el sector privado

Las cadenas de suministro a nivel global están caracterizadas por marcadas desigualdades de género aunado a la creciente participación de las mujeres en ellas (FAO, 2023). El caso del café no es diferente. En Honduras¹, la baja proporción de mujeres propietarias (el 20% de los productores²) contrasta con su significativa participación en diversas actividades, principalmente (aunque no de forma exclusiva) durante la producción y la cosecha³. A pesar de su relevante papel, la gran mayoría no son remuneradas ni reconocidas como parte de la cadena, lo cual limita su acceso a asistencia técnica, formación, insumos y crédito. Aquellas que sí reciben remuneración tienen salarios y condiciones laborales más precarias que sus pares masculinos (Gobierno, 2020)⁴.

Las desigualdades de género que se observan en cadenas como la del café ponen en riesgo la sostenibilidad del sector en sus aspectos productivos, sociales, ambientales y económicos (Rubin et al., 2009). Hoy en día, muchas empresas agroalimentarias reconocen esto y asumen compromisos con la equidad en su cadena, reevaluando sus prácticas y modelos de suministro (IFC, 2016; IDH, 2019). Sin embargo, uno de los grandes desafíos a los que se enfrentan es desconocer quiénes son los diversos actores que participan en su cadena, en particular las mujeres, y cómo son impactadas por las prácticas empresariales.

Para responder a este reto, la Alianza Bioversity & CIAT, la organización internacional [Swisscontact](#) y la empresa [Volcafe](#) se aliaron para aplicar una metodología que, usando un enfoque interseccional, crea una tipología de las mujeres dentro de las cadenas de suministro de empresas agroalimentarias. Esta tipología ayuda a identificar tipos diferenciados de mujeres en la cadena, comprender si y cómo las prácticas empresariales las impactan de forma diferente y orientar las acciones de género que las empresas implementan en base a experiencias y necesidades particulares de cada grupo.

Construyendo tipologías con enfoque interseccional

Construir tipologías de sujetos consiste en agruparlos en distintos tipos en función de características comunes y diferencias que permitan identificar patrones en sus experiencias (Stapley et al., 2022). Las tipologías son una herramienta cualitativa, abstracta y dinámica que facilita el diseño de intervenciones adaptadas a las particularidades de diferentes grupos (Oduol, et al, 2017; Friedman et al., 2018).

La mayoría de las metodologías utilizadas para analizar la participación de las mujeres en las cadenas de suministro las agrupan en función del eslabón en el que participan. Las estrategias de intervención, por tanto, se orientan en base al rol o función que tienen en dichos eslabones, asumiendo cierta homogeneidad entre ellas (ver IDH, [2019](#) y GCP-PGE, [2017](#)).

Las tipologías con enfoque interseccional reconocen la relevancia del rol de las mujeres en la cadena y añaden factores socioculturales en el proceso de agrupación. Es decir, este enfoque reconoce que la raza, la etnicidad, la clase, la edad, la nacionalidad y el lugar de origen, entre otros, en su interacción con la identidad de género, llevan a que algunas mujeres vivan mayor exclusión o diferentes formas de marginación y privilegio en comparación con otras, aun cuando realizan las mismas funciones en la cadena.

La imbricación de elementos socioculturales, no solo el género, incide en cómo las mujeres son interpeladas por las normas de género y en cómo ellas las interpretan, influyendo en sus experiencias sociales dentro y fuera de la cadena. Asimismo, las prácticas de la empresa afectan de manera diferenciada a distintos grupos de mujeres. Por ejemplo, cuando los técnicos brindan asistencia técnica en horarios en los que solo pueden participar mujeres que tienen la posibilidad de delegar los roles de cuidado en sus hogares o para quienes dichos roles han disminuido, excluyendo a las más jóvenes y con menos ingresos, quienes también juegan un papel importante como mano de obra familiar en las fincas de café.

¹ Sexto productor mundial del rubro.

² En el ciclo 2019-2020 se registraron un total de 24,858 productoras. El Paraíso es el municipio con el mayor número de productoras registradas como tal (3,541). A este le siguen Comayagua (3,369) y Santa Bárbara (3,102).

³ En este último eslabón se estima que cerca del 50% de quienes están involucrados son mujeres (Ceballos-Sierra, 2022).

⁴ Para abordar este y otros desafíos enfrentados por las mujeres en la caficultura, el gobierno de Honduras aprobó en el 2021 la [Política de Género del Subsector Café](#).



Figura 1: La metodología desarrollada

Comprendiendo a las mujeres en la cadena de Volcafe en El Paraíso, Honduras

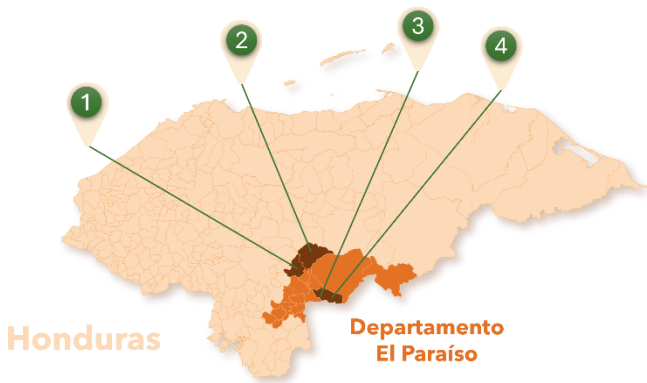
Para la construcción de una tipología en la cadena de Volcafe en El Paraíso, Honduras, aplicamos una metodología que consiste en 5 pasos (ver Figura 2), que se describen a continuación. El estudio se realizó de septiembre a diciembre del 2023 en colaboración con Volcafe y Swisscontact y buscó responder a tres preguntas:

1. ¿Quiénes son las diferentes mujeres que participan en la cadena de suministro de la empresa?
2. ¿Qué prácticas en la cadena de suministro de la empresa generan beneficios y cuáles limitan los beneficios que diferentes mujeres obtienen? Analizando si hay mujeres que, debido a su posicionalidad social, tienen limitaciones y beneficios distintos a los de otras.
3. ¿Cómo pueden las empresas crear condiciones propicias que potencien los beneficios de los diferentes grupos de mujeres dentro de la cadena?



Figura 2: Pasos metodológicos

Para el trabajo de campo, como lo muestra la Figura 3, se seleccionaron junto a Volcafe y Swisscontact 4 sitios donde se realizaron grupos focales, entrevistas y observación participante:



Criterios para la selección de lugares donde se aplicó la metodología:

- 1 El Chile**
Relevante suministro de café a la empresa
- 2 Teupacenti**
Fuerte migración masculina
- 3 El Paraíso**
Trabajadoras de viveros de la empresa
- 4 Las Delicias**
Mujeres que tienen un fuerte liderazgo

Figura 3: Sitios seleccionados para aplicar la metodología.

Las entrevistas en profundidad se organizaron utilizando nueve de los dieciocho indicadores sugeridos por el Índice de Empoderamiento de las Mujeres en la Agricultura a nivel de proyecto para la inclusión en los mercados ([Pro-WEAI-MI](#)) (Malapit et al., 2023): I) relación con la empresa; II) tenencia de activos; III) fuentes de ingresos; IV) autonomía en la toma de decisiones; V) balance de trabajo (remunerado y no remunerado); VI) roles comunitarios; VII) roles de género; VIII) actitudes ante el aprendizaje; y IX) actitudes sobre el futuro.

Realizamos diez grupos focales, seis entrevistas exploratorias, veintisiete entrevistas a profundidad con un total de 175 informantes de las cuales el 73 % fueron mujeres (ver Tabla 1).

Tabla 1: Informantes del Estudio

Actividades	Número	Informantes		
		Mujeres	Hombres	Total
Grupos focales	10	98	44	142
Entrevistas exploratorias	6	4	2	6
Entrevistas en profundidad	27	27	0	27
Total	43	129	46	175



Hallazgos

La cadena de Volcafe en El Paraíso

La cadena de suministro de Volcafe en El Paraíso está verticalmente integrada (ver Figura 4). Volcafe no solo compra café, también ofrece financiamiento, asistencia

técnica y transporte a sus proveedores. En la zona, el 97 % del café es proveído a la empresa por pequeños productores organizados en cajas rurales o en grupos de productores. El 3 % restante lo proveen intermediarios locales. Ambos se desplazan al beneficio seco de la empresa en la cabecera municipal (El Paraíso) para estar presentes durante el pesaje y recibir el cheque por la venta de café.

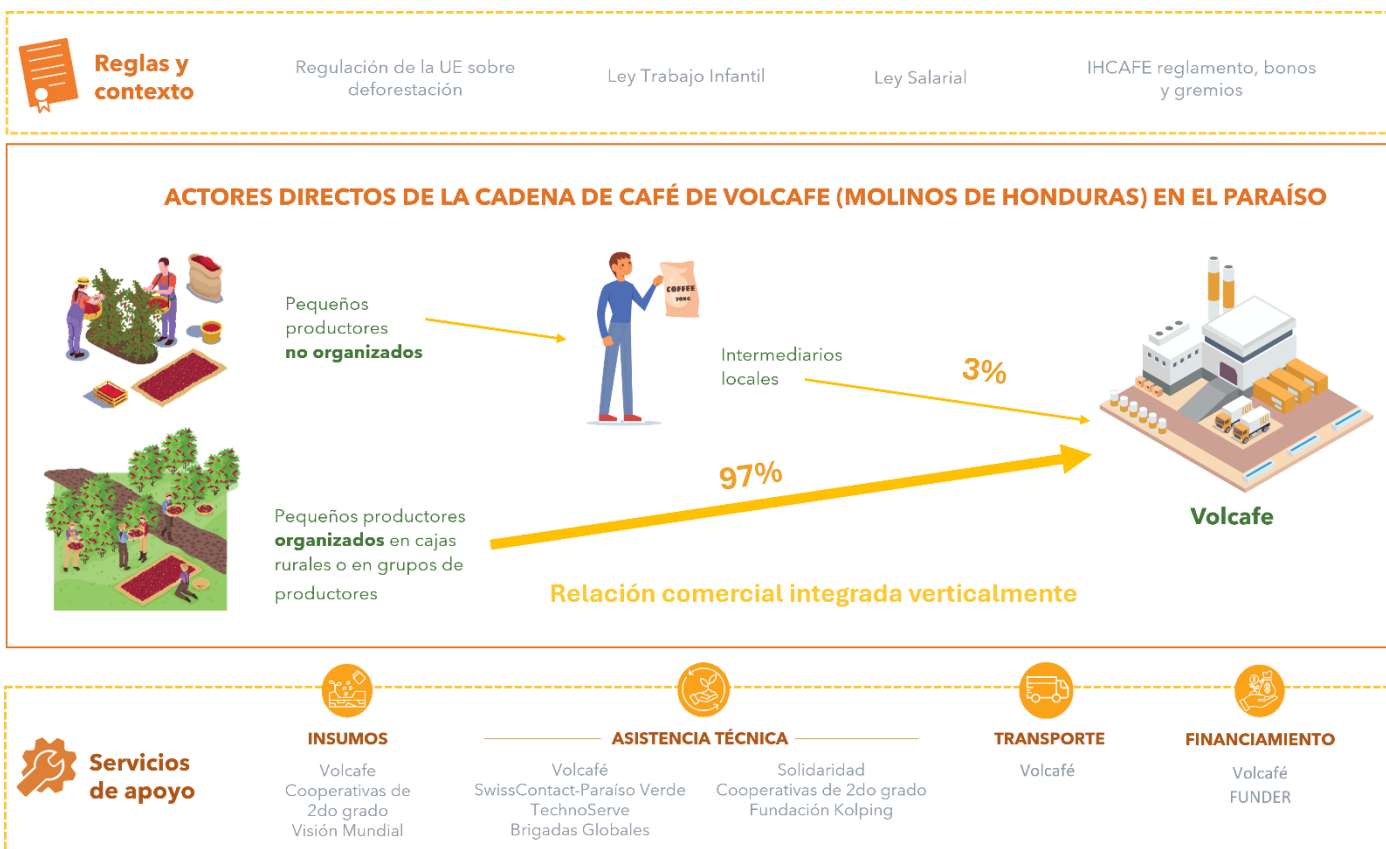


Figura 4: Mapa de la cadena

Según las entrevistas y los grupos focales, las mujeres participan en casi todas las actividades de producción y postcosecha de la cadena de suministro y realizan la transformación artesanal del café para el consumo familiar. La Figura 5 muestra las diferentes actividades realizadas en la cadena y la participación proporcional de mujeres y hombres en cada una de ellas⁶.

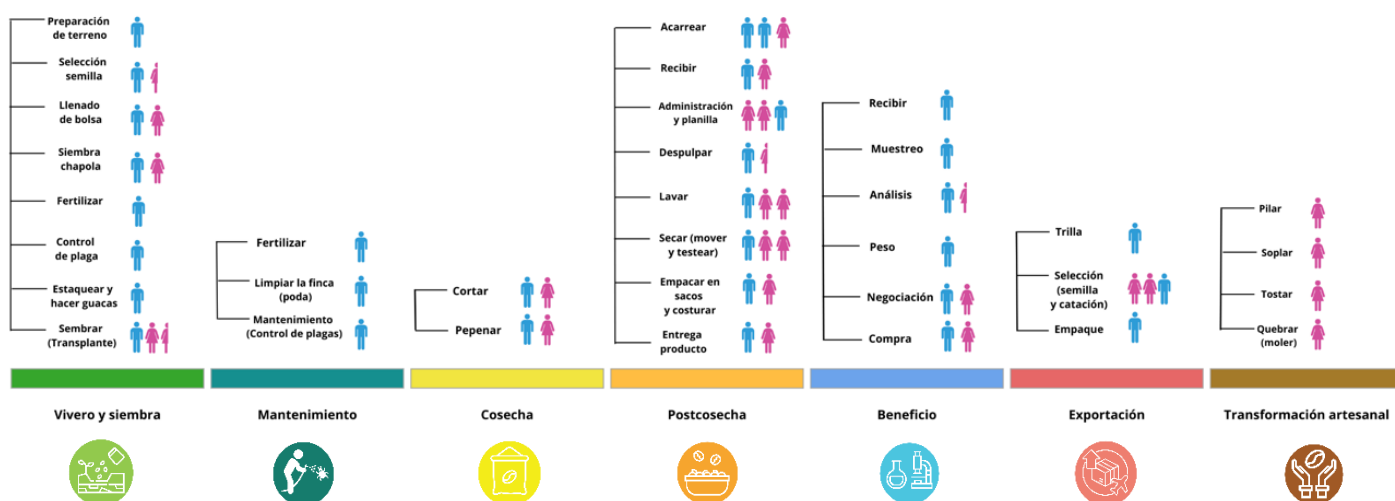


Figura 5: Participación de mujeres y hombres en la cadena de suministro de Volcafe en El Paraíso.

⁶ La altura de la columna corresponde a la cantidad de distintas labores identificados y no a la cantidad de personas involucrados en ellas.

La Figura 5 representa una división aproximada de los roles de hombres y mujeres en la cadena. La realidad es más compleja. Por ejemplo, aunque los estereotipos de género inciden en las actividades que mujeres y hombres desempeñan, en la práctica las mujeres se autoubicaban participando en más actividades que las identificadas por los hombres como “tareas de mujeres”. Al mismo tiempo, muchos hombres reconocen que cada vez más mujeres realizan actividades que tradicionalmente no hacían, como consecuencia de la migración masculina y la ausencia de mano de obra. Otros informantes enfatizan la complementariedad de los roles durante las actividades,

aunque esto no siempre ocurre en la distribución de los beneficios derivados del café.

A lo largo de la aplicación de la metodología, observamos que las transformaciones agrarias en Honduras presentan retos para mujeres y hombres en el sector. El constante aumento de la emigración rural hace que hoy en día más mujeres deban administrar las propiedades agrícolas familiares (Ríos et al., 2022), planteando preguntas sobre las barreras específicas que muchas de ellas debido al nuevo rol que asumen y el tipo de servicios que requieren.



Tipos de mujeres en la cadena de suministro de Volcafe en El Paraíso

Identificamos cinco tipos de mujeres priorizadas en base a dos dimensiones: relación con la empresa y rol en la cadena. En cuanto a la relación con la empresa diferenciamos a proveedoras directas de café versus indirectas a través de otros o de miembros de su familia; mano de obra directa (empleadas) de la empresa versus mano de obra indirecta empleadas por proveedores de la empresa). En cuanto a su rol en la cadena diferenciamos en base a rol en: viveros, producción, comercialización, cosecha. Con base en estas dimensiones identificamos 5 tipos de mujeres (ver figura 6).

Las mujeres participantes afirmaron que las variables socioculturales identificadas inicialmente, como la edad, el estatus marital o el lugar de origen, no marcaban una diferencia significativa en sus experiencias en la cadena. Por ello, estas variables no se utilizaron para definir los tipos, aunque no se perdieron de vista durante el proceso de investigación. En este momento se observó que la interacción entre: a) experiencias subjetivas (historias de vida y características personales); b) edad; y c) estatus socioeconómico, incidía en el posicionamiento social, la interpretación y el manejo de las normas de género de las participantes. Los factores enumerados arriba influyen en el rol que ellas tienen o asumen en la cadena, en las decisiones que consideran pueden tomar sobre el café y en el lugar que este rubro ocupa en sus vidas personales y familiares. Por lo tanto, la empresa debe tenerlos en cuenta para comprender el impacto de sus acciones en diferentes grupos y definir estrategias diferenciadas.



Figura 6: Tipos priorizados de mujeres en la cadena de suministro de Volcafe en El Paraíso

De estos 5 tipos de mujeres importantes para la cadena de suministro por su numerosidad y niveles de marginalización, solo exploramos 4 de ellos. No logramos entrevistar a las corteras porque el ejercicio se realizó antes de la cosecha. A continuación, describimos las características de cada tipo, los beneficios que obtienen al trabajar en la cadena de la empresa y los desafíos a los que se enfrentan en ella, haciendo énfasis en cómo las normas de género las impactan. Finalmente, utilizando el enfoque **RBET**, identificamos acciones que la empresa puede implementar (sola o en alianza con otras entidades o actores) para alcanzar, beneficiar, y empoderar a las mujeres en base a las características, necesidades y desafíos particulares de cada tipo. En algunos casos, se proponen acciones para transformar los factores estructurales que legitiman la desigualdad de género.

Tipos de mujeres en la cadena de suministro de Volcafe en El Paraíso



Tipo 1. Mujeres que trabajan para la empresa en viveros

Estrategia de trabajo: **fomentar su participación en la empresa.**

Para ellas, el café es fundamental para sobrevivir. No son dueñas de activos y dependen de la venta de su mano de obra para obtener ingresos. Tienen entre 30 y 60 años y cuentan con escasa escolaridad formal. Comenzaron a trabajar en los viveros de Volcafe en el 2023 (el año en que las entrevistamos). Trabajan de forma temporal (entre marzo y mayo) por día (desde las 6am hasta las 2pm) con un salario de 271 lempiras al día (10 USD), superior a los 170 que perciben en otras partes. Aunque las normas de género imperantes las afectan (asumiendo roles de cuidado, por ejemplo), tienen mayor autonomía que otros grupos de mujeres al decidir sobre los ingresos provenientes de su trabajo en la cadena del café, su tiempo, y su movilidad. Este grupo representa el mayor número de mujeres empleadas por la empresa en la zona.

Las mujeres en este grupo señalan el salario y el buen trato como el mayor **beneficio** de trabajar para Volcafe. Cuando hablan de buen trato se refieren a contar con media hora de almuerzo, a usar los baños de la empresa (limpios, con jabón y papel), y a ser reconocidas por el resto de los trabajadores de la empresa (que les saluden, que les pregunten cómo están). No es extraño que valoren estos temas, ya que durante las entrevistas el maltrato laboral apareció como algo común en otros espacios laborales. El mayor **desafío** al que se enfrentan es la temporalidad del empleo. Reconocen que esa es la realidad del trabajo con café, pero desearían poder contar con otro tipo de contrato.

La empresa ya tiene una positiva relación laboral con ellas. Sugerimos que **continúen haciendo lo que ya hacen:** a)

cumplir con el salario mínimo establecido por ley y b) mantener el trato respetuoso (tiempo para almorzar, acceso a servicios higiénicos equipados y limpios, y reconocerlas dentro y fuera del espacio laboral). También sugerimos **integrarlas en los procesos de formación del equipo de la empresa**, así como en **formación en temas de género** que, a la larga, podrían fortalecer su autoconfianza para asumir otros roles dentro o fuera de la empresa, si surgieran.



Tipo 2. Mujeres productoras que toman decisiones sobre ingresos

Estrategia de trabajo: **fortalecer la participación en los procesos de formación promovidos por la empresa para aquellas que deseen hacerlo.**

Para ellas, el café es una labor familiar en la que asumen un papel "secundario", definiéndose primero como amas de casa y luego como productoras. Son dueñas de propiedades (por herencia o por viudez), que en la mayoría de los casos son de pequeña extensión. En promedio, son mayores que las mujeres de otros grupos y tienen una educación formal básica (escolaridad primaria completa). Toman decisiones sobre los ingresos generados por la venta de café en sus parcelas, pero dejan la administración de la finca y la producción en manos de otros (fundamentalmente hombres). Lo hacen porque son mayores o porque consideran que no es su responsabilidad. Aunque tienen relativa autonomía para moverse, en particular las mayores, en general su esfera de acción es el hogar. Las normas de género dominantes tienen mucha fuerza en sus vidas, lo cual ayuda a comprender su escasa participación en las actividades promovidas por la empresa y en las relaciones con esta.

Ellas identifican dos **beneficios** derivados de la relación con la empresa: precios favorables y transparencia en el pesaje del café. En cuanto a los **desafíos**, señalan la ausencia de información como el mayor, aunque reconocen una cuota de responsabilidad, ya que participan poco en las reuniones promovidas por la empresa. Las más jóvenes, que recibieron tierra en herencia recientemente, **no cuentan con un registro en el IHCAFE**. Eso hace que dependan de sus esposos u otros familiares con registro para vender su café. Finalmente, en general, desconocen las **normativas** existentes sobre el café.

La empresa puede fortalecer la comunicación con ellas sobre temas que les interesen, como el registro en el IHCAFE, el reglamento de comercialización o las retenciones al café, entre otros, e integrar en esas conversaciones el tema de las relaciones de género. En estas actividades y en otras, será muy importante que la empresa tenga en cuenta el peso que las normas de género tienen en las mujeres de este grupo y su percepción sobre su rol en la cadena. Para evitar rechazo u otros riesgos, la formación de género con ellas debe realizarse en familia (junto a sus esposos, suegros, e hijos) y hacer hincapié en la complementariedad.



Tipo 3. Mujeres productoras que toman decisiones sobre producción

Estrategia de trabajo: **proveer un ambiente que fortalezca su trabajo en la cadena de suministro de la empresa (ambiente habilitador).**

Ven el café como una fuente de vida y un «negocio» que les permitirá alcanzar metas personales y familiares, aunque no dependen solo de él para subsistir. Se sienten orgullosas de lo que hacen y de lo que han construido en sus fincas, y se definen primero como productoras y luego como amas de casa. Son dueñas de propiedades que heredaron de sus familias. Tienen entre 35 y 50 años y, de los cuatro tipos, es el que tiene un nivel educativo formal más alto, ya que todas cuentan con bachillerato técnico. Ellas toman decisiones sobre la producción, los créditos, la venta y los ingresos del café. También han logrado desafiar algunas de las normas dominantes de género vinculadas a las actividades dentro de la finca; por ejemplo, son ellas quienes negocian el precio del café o solicitan préstamos. También tienen autonomía en cuanto al tiempo y la movilidad, lo que les permite participar en procesos de formación que requieren viajar solas y permanecer varios días fuera del hogar. La mayoría tiene pareja con quienes toman decisiones de mutuo acuerdo, un proceso que muchas señalan no fue fácil construir.

Este fue el grupo que más **beneficios** identificó en su relación con la empresa, lo que muestra la relación directa que tiene con esta. Por ejemplo, además de la transparencia en la relación comercial y el precio ofrecido, mencionaron la entrega de activos, el transporte al beneficio seco, el acceso a lo que llaman “crédito justo” (con un interés del 1.5 %), insumos a bajo precio, invitaciones a intercambios y capacitaciones dentro del país y asistencia técnica. Sin embargo, junto con los beneficios, también identificaron **desafíos** que consideran limitan lo que podrían lograr. En primer lugar, un modelo de financiamiento que no siempre responde a las necesidades de las productoras. En segundo lugar, la ausencia de información por parte de la empresa sobre los procesos de cata, certificación, y los mercados donde vende su café.

Las **acciones sugeridas** apuntan a adaptar los servicios de financiamiento de la empresa para productoras y a fortalecer los canales de comunicación y la información proporcionada sobre los temas mencionados anteriormente. La empresa debe continuar ofreciendo asistencia técnica, incluir a más productoras en programas de certificación e involucrarlas aún más en la formación y el acompañamiento de otras mujeres, fortaleciendo y consolidando la relación que ya tienen con ellas. En alianza con otras organizaciones, la empresa puede fortalecer las cajas rurales para que ellas y otras mujeres tengan acceso a formas de financiamiento no circunscritas al café.



Tipo 4. Mujeres en familias que venden café a la empresa

Estrategia de trabajo: **fomentar y mejorar su participación en la cadena de suministro de la empresa, en particular**

la de las más jóvenes y las mujeres con nuevos roles en las fincas debido a la migración.

No son propietarias de activos. Los propietarios son sus padres, suegros, esposos y/o hermanos. El café es importante en sus vidas, ya que sus familias dependen de él para sobrevivir. **Aunque la empresa no tiene una relación directa con este grupo, ellas son esenciales para la cadena de suministro** ya que su mano de obra es clave durante la producción y la cosecha en las fincas familiares. A pesar de ello, no tienen poder de decisión sobre los ingresos generados por el café de la finca familiar. Aquí se encuentran las mujeres más jóvenes, con mayores responsabilidades de cuidado y menor autonomía de tiempo, aunque también con un poco más de educación formal que sus pares adultos. Se trata de uno de los grupos más vulnerables en términos económicos y sociales, y también del más numeroso. Las normas de género pesan mucho en sus vidas, pero por la migración rural, muchas asumen nuevos roles y no siempre cuentan con los conocimientos, la confianza, el apoyo y las herramientas adecuadas para hacerlo.

Las integrantes de este tipo, al igual que las del tipo 2, señalaron la transparencia en el pesaje y un mejor precio como **beneficios** de trabajar con la empresa. Sin embargo, fueron las únicas que destacaron la importancia del apoyo que la empresa brinda a la comunidad, por ejemplo, apoyo con electrificación o mejorando las condiciones de la escuela. Ninguna de ellas expresó **desafíos** en su trabajo con la empresa porque no tienen vínculos directos con ésta y no siempre dialogan con sus parejas o sus padres sobre el tema. Reconocen que no suelen participar en los procesos de capacitación que organiza la empresa por diversos motivos: a) el sesgo de los técnicos hace que muchas no sean invitadas por no ser productoras; b) la limitada autonomía en el uso de su tiempo y movilidad debido a las normas de género (cuidado de hijos, celos de sus maridos o preocupación por «el qué dirán» otras personas); y c) la falta de interés, muchas prefieren participar en capacitaciones sobre actividades que les generen ingresos sobre los que tengan control, lo cual no ocurre con el café. Finalmente, la salud fue un tema enfatizado por muchas en este grupo: la escasez y precariedad de los servicios de salud tanto públicos como privados. Si bien este es un desafío estructural, sin duda tiene efectos en la vida de las mujeres y familias que trabajan en la cadena de la empresa en la región.

Entre las **acciones** sugeridas a la empresa están promover la participación de más mujeres en este grupo dentro de las cajas rurales para que accedan a crédito más allá del café y su participación en procesos de formación técnica que integren una perspectiva de género, basada en la complementariedad y enfocada en las más jóvenes. Este, junto a las mujeres que administran sus ingresos, pero no la producción de la finca es el grupo que presenta mayores desafíos en cuanto a las normas de género, pero también es un grupo en el que puede haber una mayor apertura al cambio por sus edades y por los nuevos roles que deben asumir. Por último, se recomienda a la empresa: 1) aliarse con organizaciones que identifiquen actividades (emprendimientos) que las mujeres pueden realizar en la zona y facilitar vínculos con mercados o empresas a quienes

puedan vender sus productos o su mano de obra; y 2) continuar con los programas comunitarios, en particular los servicios de educación y salud.

Conclusiones y recomendaciones

- ▶ A pesar de la homogeneidad sociocultural de las experiencias de las mujeres que participan en la cadena de Volcafe en El Paraíso, no todas tienen los mismos roles, enfrentan iguales desafíos dentro de la cadena o responden de igual manera a ellos. Las mujeres en los diferentes tipos son interpeladas por las normas de género de forma diferente y las interpretan de manera distinta. Algunas han logrado desafiar las nociones imperantes sobre «qué debe hacer una mujer», mientras que otras se sienten, en apariencia, cómodas con estas normas. Algunas se encuentran con encrucijadas, por ejemplo, estar formadas en ambientes que las relegan a lugares secundarios y luego les exigen que asuman responsabilidades en la finca cuando la familia decide migrar. En todo caso, fue evidente que las mujeres desempeñan un papel fundamental en la cadena de suministro de Volcafe, no solo como productoras, sino también como garantes de la calidad del suministro de café, ya que son empleadas directas de la empresa y parte importante de la mano de obra que siembra, cosecha, y procesa el grano.
- ▶ Si bien las empresas deben contar con una estrategia general de equidad de género, esta tipología apunta a

la relevancia de definir subestrategias específicas para cada tipo de mujeres y acciones diferenciadas no solo en función del rol o la actividad que ellas realizan en la cadena, sino también de los desafíos que enfrentan debido a su posicionamiento social (su identidad de género en interrelación con otros elementos como su edad y su condición socioeconómica). Por ejemplo, la estrategia de trabajo con mujeres productoras que administran ingresos y fincas (tipo 3) debe ser muy diferente a la utilizada con aquellas que solo administran sus ingresos (tipo 2). Sus intereses y desafíos son diferentes. Las primeras tienen mayor autonomía que otras mujeres para moverse o para tomar decisiones sobre su tiempo, así como para dialogar y negociar con sus parejas, e incidir en la toma de decisiones más allá de las «tareas convencionales de una mujer». Del mismo modo, las acciones definidas dentro de la estrategia general de género deben definirse en función de las particularidades de los tipos y las herramientas a usar deben ser diferenciadas según las características de estos.

- ▶ Finalmente, será importante continuar explorando otras constelaciones dentro de la tipología inicialmente identificada. Por ejemplo, se podría profundizar en las experiencias de las mujeres jóvenes y de las mujeres que han tenido que asumir nuevos roles debido a la migración en su hogar. Debe priorizarse comprender los desafíos de las mujeres corteras, así como profundizar en temas relevantes para todo tipo, como el cambio climático y su efecto en las fincas, y las nuevas regulaciones del EUDR.



ACERCA DE LAS AUTORAS

- ▶ **Fernanda Soto**, consultora de la Alianza e investigadora que trabaja en comprender la imbricación de identidades socioculturales y el género en espacios rurales.
- ▶ **Silvia González**, consultora y profesora en el departamento de Antropología de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH).
- ▶ **Jennifer Wiegel**, investigadora del área de Entorno alimentario y comportamiento del consumidor y gerente subregional para Centroamérica de la Alianza Bioversity International y el CIAT.

AGRADECIMIENTOS

Este estudio es una colaboración entre la Alianza de Bioversity International y el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), Volcafe y Swisscontact en el marco de las iniciativas del CGIAR: Equidad de Género y Transformando Mercados Alimentarios, ambas apoyadas por donantes del fondo fiduciario de CGIAR. Agradecemos a Tabatha Bustillo y Karyme Quezada, estudiantes del departamento de Antropología de la UNAH, integrantes del equipo de investigación de campo, así como al equipo técnico de Volcafe y Swisscontact a nivel nacional y en El Paraíso por los comentarios al texto y el acompañamiento y apoyo que nos brindaron durante el estudio.

REFERENCIAS

- Ceballos-Sierra, F. 2022. [Market Links Between Actors of the Honduran Coffee Supply Chain. Challenges and Opportunities.](#)
- Colfer, C.J.P.; Sijapati Basnett, B., and Ihalainen, M. (2018). [Making sense of 'intersectionality': A manual for lovers of people and forests \(Vol 184\). CIFOR.](#)
- FAO. 2023. [The status of women in agrifood systems.](#) Rome.
- Farnworth, C. R., Jafry, T., Bharati, P., Badstue, L., & Yadav, A. (2021). [From Working in the Fields to Taking Control. Towards a Typology of Women's Decision-Making in Wheat in India.](#) *European Journal of Development Research*, 33(3), 526-552.
- Friedman, R.; Hirons, M.A. & Boyd, E. (2018). [Vulnerability of Ghanaian women cocoa farmers to climate change: a typology.](#) *Climate and Development* 11, no. 5 (2019): 446-458.
- GCP-PGE (2018). [Gender Equity for the Coffee Value Chain: An Engagement Guide.](#)
- Gobierno de la República de Honduras. 2020. [Política de género del subsector de Café de Honduras.](#) Accessed August 2, 2023.
- IDH. (2019). [IDH Gender Tool Kit and Guide.](#)
- IFC. (2016). [Investing in Women along Agribusiness Value Chains.](#)
- Kabeer, N. (1999). [Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment.](#) *Development and change*, 30(3), 435-464.
- Lara, T. (2009). [Situación, condición y posición de la mujer cafetalera hondureña. Diagnóstico de género en organizaciones de productores y productoras de café de Honduras.](#) Green Development Foundation. Accessed July 27, 2023.
- Malapit, H.J.; Heckert, J.; Adegbola, P. Y.; Crinot, Geraud F.; Eissler, S.; Faas, S.; et al. (2023). [Measuring empowerment across the value chain: The evolution of the project-level Women's Empowerment Index for Market Inclusion \(pro-WEAI+MI\).](#) IFPRI Discussion Paper 2172. Washington, DC: International Food Policy Research Institute (IFPRI).
- Oduol, J.; Mithöfer, D.; Place, F.M.; Nang'ole, E.; Olwande, J.; Kirimi, L.; Mathenge, M. (2017). [Women's participation in high value agricultural commodity chains in Kenya: Strategies for closing the gender gap.](#) *Journal of Rural Studies*, 50, 2017, pp.228-239, Elsevier BV.
- Ríos, A. R.; Ruiz, P.; Muñoz, C.; Roblero Bogantes, A.; Noguera Marengo, J.2022. [Impactos económicos y sociales del COVID-19 y el cambio climático en la caficultura del Triángulo Norte Centroamericano.](#) BID.
- Rubin, D., Manfre, C., Nichols Barrett, K. (2009). [Promoting Gender Equitable Opportunities in Agricultural Value Chains: A Handbook.](#) USAID GATE Project, Arlington, VA: DTS.
- Rubio-Jovel, K. (2021). [Gender Empowerment in Agriculture Interventions: What Are We Still Missing? Evidence from a Randomized-Controlled Trial Among Coffee Producers in Honduras.](#) *Frontiers in Sustainable Food Systems*.
- Stapley, E., O'Keeffe, S., & Midgley, N. (2022). [Developing Typologies in Qualitative Research: The Use of Ideal-type Analysis.](#) *International Journal of Qualitative Methods*, 21.



INITIATIVE ON

Gender Equality



INITIATIVE ON

Rethinking
Food Markets



Volcafe Group / Honduras

**MOLINOS DE
HONDURAS**



swisscontact

Fernanda Soto, Consultora, sotojoya@gmail.com

Silvia González, Profesora Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), silvia.gonzalez@unah.edu.hn

Jennifer Wiegel, Coordinadora e investigadora de la Región de las Américas, j.wiegel@cgiar.org

CGIAR es una alianza mundial de investigación para un futuro sin hambre. La ciencia de CGIAR está dedicada a transformar los sistemas alimentarios, terrestres y acuáticos en medio de una crisis climática. Su labor científica la llevan a cabo 13 Centros/Alianzas de CGIAR en estrecha colaboración con cientos de socios, incluidos institutos nacionales y regionales de investigación, organizaciones de la sociedad civil, academia, organizaciones para el desarrollo y el sector privado. www.cgiar.org.

Agradecemos a todos los financiadores que apoyan esta labor a través de sus contribuciones al [Fondo en Fideicomiso de CGIAR](#).

Para saber más sobre esta Iniciativa, visite esta [página web](#).

Para conocer más sobre esta y otras Iniciativas del Portafolio de Investigación del CGIAR, por favor visite www.cgiar.org/cgiar-portfolio

© 2024 CIAT. Algunos derechos reservados.

Esta publicación está bajo una licencia de Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0).

