



**APO** Colombia  
Agencia  
Presidencial  
de Cooperación  
Internacional  
de Colombia



# FICHA-INFORME OBSERVATORIO



OBSERVACAFÉCAO



# ASOSEYNEKUN

## Asociación de Familias Productoras Indígenas Seynekun

### UBICACIÓN



### PEQUEÑA RESEÑA

ASOSEYNEKUN es una organización de 155 familias de pequeños productores indígenas legalmente constituida que cultivar sus fincas en forma tradicional con especial cuidado por el medio ambiente, produciendo el café de alta calidad orgánico Flo Seynekun certificado como orgánico desde el 2008 y Comercio Justo desde el 2009.





### DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	Asociación de Familias Productoras Indígenas Seynekun - ASOSEYNEKUN
2. NIT	900367342-7
3. Clasificación según la categorías de Negocios Verdes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes y Servicios provenientes de los Recursos Naturales <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrosistemas sostenibles <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de producción ecológico, biológico, orgánico</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
4. Datos de contacto de la empresa	
Teléfono Contacto	(5) 5898205
Dirección	Calle 19B # 7A - 15
Ciudad	Valledupar, Cesar
E-mail	asoseynekun@gmail.com
Página web	<a href="http://www.asoseynekun.com">http://www.asoseynekun.com</a>
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	Claribeth Navarro Izquierdo
Cédula	45548532
Cargo	Presidente
Teléfono fijo	(5) 5898205
Celular	3183987735
E-mail	
6. Entidades que le han apoyado	<p>Federación Nacional de Cafeteros  Programa de Cafés Especiales  Departamento de la Prosperidad Social D.P.S.  Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural  SENA  Gobernación del Cesar  Fondo de Adaptación  Procolombia  Comite Departamental de cafeteros Cesar – Guajira  Doña Panela  USAID</p>
7. Fecha de constitución de la empresa	6 de Junio de 2010



## DATOS DEL PRODUCTO

Café Orgánico SEYNEKUN, con un perfil de taza que comprende una acidez media, cuerpo alto y características con notas a nuez y chocolate.

### 8. Breve historia de desarrollo de la idea que permitió constituir la empresa

SEYNEKUN, es un programa de indígenas y para indígenas, que se encuentra bajo el conocimiento de la comunidad mayor y autoridades espirituales quienes han delegado a un miembro de la comunidad para que lidere el proceso de organización del programa, con este fin los Mamos y Autoridades tradicionales se reunieron en un lugar sagrado de consulta KANKURWA, centro ceremonial o casa del pensamiento que es utilizada para el saneamiento espiritual, además de ser el seno puro del conocimiento propio, es el lugar donde se le declara al mundo nuestra ley.

Para la comunidad indígena de JEWKWA, los objetivos y propósitos por los que se creó SEYNEKUN son amplios y hacen referencia a aspectos como el acceso y la utilización de los activos productivos, principalmente tierra, agua y biodiversidad; la valoración y mejoramiento de los sistemas productivos, la optimización de la diversidad de la oferta ecológica, el respeto, rescate y perfeccionamiento de las prácticas agroecológicas ancestrales, la preservación de la identidad de los pueblos, la construcción de nuevos programas para la diversificación productiva y la conservación de la diversidad ecológica, prohibiendo el uso de productos que afecten negativamente el medio ambiente, buscando fortalecer sus autoridades espirituales como eje central de la lucha y reivindicación de los derechos colectivos de su pueblo.

Buscaban fortalecer y perfeccionar las unidades productivas, y sus las estrategias culturales de subsistencia, en las que se reflejan los sistemas de creencias, saberes y prácticas; conservando las potencialidades de sus territorios, las condiciones ecológicas; valorando la cultura como un recurso para el desarrollo sustentable, de manera que los principios de disponibilidad, acceso y mejoramiento del nivel de vida, así como la sostenibilidad del suministro pasan por un cambiante sistema de creencias, practicas, y saberes, razón para la resistencia de su pueblo como reafirmación de la identidad propia.

En este sentido la organización es resultado de la reflexión colectiva, teniendo en cuenta los fundamentos de su ley, los espacios naturales de socialización del saber y acogiendo los mecanismos de consulta y concertación interna de acuerdo a la estructura organizativa, para la cual se desarrollaron las siguientes etapas, fases o momentos, coherentes con la lógica del pensamiento y acción de la comunidad



Arhuaca:

**1ª. Fase:** Consultas y trabajos internos para la definición de directrices y orientaciones en torno a los cursos de acción tanto en lo local, lo interinstitucional, lo comunicativo y lo productivo. Dentro de esta fase se ubican las acciones referidas a reuniones previas, consultas y análisis internos, que son los que finalmente definen los rumbos de trabajo en cada uno de los componentes.

**2ª. Fase:** Desarrollo de directrices, por parte de las autoridades internas, Mamos y líderes, de las orientaciones relacionadas con la gestión y la relaciones interinstitucionales. A esta fase corresponden todas y cada una de las acciones y gestiones realizadas por la comunidad en general, en relación con la función interinstitucional, la búsqueda de alianzas y acuerdos, y la creación de mecanismos para su cumplimiento. Es una fase que coloca el proceso desde el mundo indígena hacia la sociedad mayor y concretamente, hacia los actores sociales e institucionales relacionados con el territorio Arhuaco.

**3ª. Fase:** Desarrollo de directrices, por parte de los líderes, equipos de trabajo y comunidad en general, de las orientaciones y definiciones técnicas relacionadas con los procesos productivos.

## 9. Breve reseña del producto

Café Excelso y panela pulverizada ORGANICOS y FAIR TRADE Seynekun cultivados por indígenas de forma tradicional bajo parámetros y normas de producción ecológica que brinda especial cuidado por el medio ambiente manteniendo el equilibrio y la armonía con la madre tierra. Se ofrecen en presentaciones de 125, 250, 500 gramos.



## 10. Potencial del producto

Es un café certificado bajo estándares internacionales de agricultura ecológica, USDA ORGANIC, JAS, Europa, MAFRA KOREA, Mercado Nacional, por BCS ÖKO GARANTIE COLOMBIA S.A.S.

Es una organización que está certificada bajo los estándares y criterios del Comercio Justo por Flocer con ID 21269, que promueve entre los asociados el desarrollo de la comunidad y contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de más de 100 familias indígenas arahuacas de productoras de café.

## 11. Visión General de los principios de Biocomercio.

- 1. Conservación Ambiental:** El café se maneja con arreglos forestales mixtos, y tanto en café como en el caso de la panela se trata de pequeños productores que hacen cultivos mixtos con yuca, ñame, frijol, maíz, guineo, malanga, guandul, aguacate, naranja, caña, piña, papa criolla, batata criolla y hortalizas nativas y mejoradas (col, pepino pipón, cebollín criollo, tomate huevo gato, tomate de mesa, zanahoria, entre otros). Cuentan con manejo de aguas residuales del proceso de beneficio del café.
- 2. Uso sostenible de biodiversidad:** Se encuentran dentro de áreas de la Sierra Nevada de Santa Marta por lo que han tenido en cuenta las buenas prácticas agrícolas y han combinado con ellas el conocimiento ancestral, es una asociación que se destaca por cultivar de forma tradicional con especial cuidado por el medio ambiente. Cuenta con certificaciones orgánicas. Los arreglos forestales mixtos confieren ventajas para la conservación del suelo debido a que se disminuyen los daños (erosión) por escorrentía y vientos, mientras generan aporte de nutrientes por la descomposición natural de la cobertura muerta que se forma anualmente.
- 3. Distribución Justa y Equitativa:** El uso de la costumbre tradicional de las “manovuelas” les permite mantener bajos los costos de mano de obra. La organización está certificada bajo los estándares y criterios del Comercio Justo por Flocer con ID 21269, que promueve entre los asociados el desarrollo de la comunidad y contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de más de 100 familias indígenas arhuacas productoras de café.
- 4. Sostenibilidad socio-económica:** Las cifras de ventas evidencian la sostenibilidad financiera de la empresa.



5. **Cumplimiento de la legislación vigente:** Cumplen con los requisitos básicos para el funcionamiento de la organización. Para sus productos (panela y café) cuentan con el debido registro Invima.
6. **Cumplimiento de los Derechos Humanos:** No se evidencian contravenciones a los derechos humanos.
7. **Tenencia de la tierra:** Terrenos comunitarios ubicados dentro de un área de resguardo indígena.

### DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

#### 12. Perfil de las personas que conforman el equipo de trabajo asociado al producto.

Claribeth Navarro Izquierdo (presidenta y representante legal), estudiante de Derecho, con 11 años de experiencia en la producción de café orgánico y 5 años en la producción de panela pulverizada FAIRTRADE.

Fabian Torres Conrado (vicepresidente)

ASOSEYNEKUN cuenta con una estructura organizativa, la cual la conforman presidente, vicepresidente, secretario de asuntos organizativos, secretario de asuntos técnicos y calidad interna, secretaria de asuntos económicos, contador, área administrativa y financiera (auxiliar contable administrativa), área técnica (promotores técnicos), área organizacional (promotores comunitarios) y un área de calidad interna (auditores internos).

#### 13. Temas sociales manejados

Es una organización que trabaja por el bienestar y la autosostenibilidad de las familias de la Sierra Nevada de Santa Martha a partir del mejoramiento socioeconómico y productivo y el fortalecimiento cultural.

#### 14. Evidencias del grado de asociatividad

Realizan jornadas de salud dentro del resguardo, así como capacitaciones sobre los procesos productivos. Como parte de sus costumbres a la mano de obra no se le da normalmente un valor monetario, hace parte de la tradición llamada “manovuelas” que es cuando un familiar le ayuda a otro.



Como organización buscan mejorar las condiciones de educación de los productores asociados, brindándoles capacitaciones y demás, para que aprendan más de su oficio u otro arte que no pugne su cultura.

## DIMENSIÓN AMBIENTAL

### 15. Manejo de temas ambientales

Las familias indígenas de la etnia arhuaca han desarrollado desde hace muchos años una caficultura tradicional, bajo parámetros ecológicos y ancestrales que brinda especial cuidado al medio ambiente, manteniendo el equilibrio y la armonía de la madre tierra, en la Sierra Nevada de Santa Marta. De allí han fusionado en un Manual de Buenas Prácticas Agrícolas, su conocimiento ancestral, con las recomendaciones hechas desde la Federación.

Los objetivos y propósitos por los cuales se creó ASOSEYNEKUN tienen que ver con aspectos como el acceso y la utilización de los activos productivos, principalmente tierra, agua y biodiversidad; la valoración y mejoramiento de los sistemas productivos tradicionales, la optimización de la diversidad de la oferta ecológica, el respeto, rescate y perfeccionamiento de las prácticas agroecológicas ancestrales, la preservación de la identidad de los pueblos, la construcción de nuevos programas para la diversificación productiva y la conservación de la diversidad ecológica, prohibiendo el uso de productos que afecten negativamente el medio ambiente, buscando fortalecer a las autoridades espirituales como eje central de la lucha y reivindicación de los derechos colectivos del pueblo arhuaco.

### 16. Nivel de avance frente a la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas-BPA en los productores.

- Cuentan con plan de manejo ambiental el cual está siendo actualizado anualmente. En el proceso de beneficio del café, se evitan los vertimientos directos al ecosistema, las primeras y segundas aguas se utilizan como abono, y la tercera y cuarta se llevan a pocetas que actúan como filtros naturales evitándose la descarga directa en quebradas y ríos.
- Algunas de las unidades productivas cuentan con registro ICA.
- Tienen una mezcla de los principios de las buenas prácticas agrícolas con el conocimiento ancestral, en este sentido cuentan con un manual de procesos actualizado anualmente, al cual incorporan sus procesos ancestrales y el conocimiento técnico que han adquirido en capacitaciones.





## DIMENSIÓN ECONÓMICA: ASPECTOS FINANCIEROS

17. Información sobre ventas	
Cantidades de ventas mensuales promedio 2015	
Total ventas promedio mensuales del año 2015	
Total ventas promedio mensuales del año 2014	
18. Situación financiera actual de la empresa y el posible apalancamiento para crecer el negocio	
<p>Actualmente exportan café especial en el que destacan su carácter de ser producido por el pueblo Arhuaco, lo que sumado a las certificaciones ambientales y de comercio justo les genera un valor agregado. Asimismo, cuentan con una alianza con Doña Panela para la venta del 100% de la producción, permitiendo a la asociación una estabilidad financiera.</p>	

## PLAN DE MERCADEO

19. Barreras de entrada al mercado que ha tenido que superar o que están por superarse
<p>Es necesario realizar adecuaciones frente al tema logístico para la exportación como bodegas, basculas, laboratorio de calidad, etc. Se menciona que en ocasiones las instituciones no creen en las organizaciones cuando están iniciando y aún más con el tipo de producto que ofrecen.</p>
20. Intercambio de saberes
<p><b>Generación de Valor a otras organizaciones</b></p> <p>La persistencia en la consecución de los objetivos, a partir de la experiencia adquirida</p>



a través del trabajo de 11 años en el tema de café orgánico y 5 años en la panela orgánica.

### **Aprendizajes deseados**

- La organización considera que puede mejorar su imagen ante los productores y obtener un mayor compromiso de parte de ellos en el proceso que lidera la organización.
- Lograr articular con instituciones que actúen como aliados para apalancar las diferentes iniciativas que se tienen proyectadas para alcanzar objetivos.
- Conseguir que la asociación se consolide como una organización que lidere procesos organizativos y empresariales reconocidos por las instituciones.

### **Visibilización**

Participación en ferias, inversión en publicidad impresa y virtual.

Su página web es <http://www.aseynekun.com>

## 21. Valores agregados

### **Pertenencia a Redes**

Red de agricultura familiar.

### **Acciones de fortalecimiento PABE**

Taller de Co-creación e Intercambio de Saberes en Santa Marta, Octubre de 2016

### **Participación en eventos**

Seminario sobre exportaciones y aranceles en Uruguay, FAO Y ANDI, 2016

Foro de agricultura familiar en Colombia, 2016

Feria de Cafés especiales, Bogotá 2016

Biofact, Alemania 2011

Feria de la STAP, 2016

Taller de Co-creación e Intercambio de Saberes en Santa Marta, Octubre de 2016