

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador

Departamento de Desarrollo, Ambiente y Territorio

Convocatoria 2015-2017

Tesis para obtener el título de maestría de Investigación en Desarrollo Territorial Rural

Las formas de construcción social de los mercados, factores de éxito de las empresas comunitarias indígenas de los pueblos: Inga, Pastos y Awá en el Departamento de Nariño

Jenny Margoth Lombana Charfuelan

Asesora: Myriam Paredes

Lectores: Yubary Valero y Patrick Clark

Quito, abril de 2020

**Dedicatoria**

A mi hijo Joseph Samuel por su paciencia y amor

## Tabla de contenidos

<b>Resumen</b> .....	VI
<b>Agradecimientos</b> .....	VIII
<b>Introducción</b> .....	1
<b>Capítulo 1</b> .....	7
Marco teórico .....	7
1.2. Metodología .....	23
<b>Capítulo 2</b> .....	28
Características de las Mipymes rurales de tipo comunitario en el departamento de Nariño ...	28
2.1. Empresa de Café Kusny .....	30
2.2. Empresa Comunitaria El Cumbe .....	42
2.3. Trapiche panelero Resguardo El Edén .....	54
<b>Capítulo 3</b> .....	60
Factores que han Permitido a las Mipymes Rurales de Tipo Comunitario del Sector.....	60
Alimentario Mantenerse en los Mercados.....	60
3.1. Factores sociales .....	60
3.1.1. Capital social.....	60
3.1.2. Procesos culturales.....	63
3.1.3. Factores étnicos y capital simbólico .....	68
3.2. Factores con valores comerciales.....	71
3.2.1. Procesos de innovación.....	71
3.2.2. Financiamiento.....	72
3.3. Factores históricos y territoriales .....	76
3.3.1. Los sistemas diversos de producción- Shagras:.....	78
3.3.2. Construcción social de los Territorios y las formas propias de mercados.....	81
3.3.3. Las Mindalas- sistemas de intercambio .....	82
3.4. Las Mipymes rurales comunitarias y la construcción social de los mercados.....	84
3.4.1. Formas de gobernanza .....	85
3.4.2. El papel de los actores.....	88
<b>Discusión</b> .....	91
<b>Conclusiones</b> .....	94
<b>Lista de referencias</b> .....	115

## **Ilustraciones**

Ilustración 0.1. Cotización radial .....	27
Ilustración 2.0.1. Diagnóstico Café Kusny .....	32
Ilustración 2.0.2. Organigrama de gobernabilidad territorial del pueblo Inga de Aponte .....	35
Ilustración 2.0.3. Diagnóstico Empresa Comunitaria El Cumbe. ....	45
Ilustración 2.0.4. Diagnóstico trapiche El Edén.....	55
Ilustración 3.0.1.Redes sociales empresas comunitarias y organizaciones indígenas .....	61
Ilustración 4.0.1.Acciones Empresa Comunitaria El Cumbe:.....	99
Ilustración 4.0.2.Acciones Producción de Café Kusny .....	99
Ilustración 4.0.3.Acciones Producción de Panela- Cabildo El Edén- Pueblo Awá: .....	100

## **Fotos**

Foto 1. Galpones de producción de cuyes de la Empresa Comunitaria El Cumbe. ....	51
Foto 2. Marca y logo Café Kusny. ....	66
Foto 3.Logo Cuy Kumbe.....	67
Foto 4.Presentación de la Panela.....	67
Foto 5. El sistema biodiverso de la shagra. ....	79
Foto 6.Ceremonia de la siembra y la cosecha, Fiesta Inti Raimy (Adoración al sol). ....	83

## **Tablas**

Tabla 1.Diferencias entre las organizaciones de tipo solidario y las comunitarias.....	92
--	----

### **Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis**

Yo, Jenny Margoth Lombana Charfuelan, autora de la tesis titulada “Las formas de construcción social de los mercados, factores de éxito de las empresas comunitarias indígenas de los pueblos: Inga, Pastos y Awá en el Departamento de Nariño” declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría de Investigación en Desarrollo Territorial Rural concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

Cedo a la FLACSO Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, bajo la licencia Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NC-ND 3.0 EC), para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, abril de 2020



---

Jenny Margoth Lombana Charfuelan

## Resumen

Desde la perspectiva de la construcción social de los mercados, este estudio aborda la problemática sobre el escaso reconocimiento de los aportes sociales que hacen las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) rurales de tipo comunitario a las dinámicas económicas de un territorio. El análisis se da con base en apuestas teóricas y discusión de autores como: Long desde la perspectiva del actor, Ricardo Abramovay con el aporte de los mercados a las ciencias sociales, Fligstein con el comportamiento de los mercados y Berdegú con la construcción de las dinámicas territoriales. De esta manera se analiza como las Mipymes rurales de tipo comunitario son una muestra de cómo los mercados se construyen socialmente.

Con estos aportes y conceptos esta investigación busca identificar los factores que permiten a tres Mipymes rurales de tipo comunitario del sector alimentario mantenerse en los mercados en el departamento de Nariño. Esto a través del enfoque de la construcción social de los mercados. Las Mipymes objeto de estudio fueron seleccionadas teniendo en cuenta las características particulares como: la pertenencia a una comunidad indígena, no estar inscritas ante la cámara de comercio, tener títulos de tierra en propiedad colectiva y tener al menos 5 años de estar organizada.

A lo largo del documento se demuestra que la inserción de las Mipymes rurales de tipo comunitario del sector alimentario a los mercados es el resultado de formas de organización que combinan factores socioeconómicos más allá del valor mercantil y les permiten mantener procesos sociales que contribuyen a sus propias formas de desarrollo. Factores que se pueden clasificar en tres grandes grupos: primero los factores sociales como lo es el capital social, los procesos culturales, factores étnicos y el capital simbólico; Segundo factores de valores comerciales o económicos como los procesos de innovación, el acceso a financiamiento y tercero los factores históricos y territoriales. Dichos factores actúan de manera sistémica y dinámica para finalmente aportar en la construcción social de los mercados y la gestión del desarrollo.

Se concluye que las organizaciones objeto de estudio se han permitido la creación y consolidación de otro tipo de economía que no se enmarca dentro de los procesos económicos a los que el mundo capitalista está acostumbrado, por el contrario, son ejercicios de

solidaridad, del hacer desde lo comunitario, lo colectivo y la cosmovisión propia. En el que la espiritualidad, el sentir desde la conexión con el cosmos y la naturaleza son los ejes fundamentales para que sean posibles otras formas de vida y de convivencia.

La creación y consolidación de las empresas comunitarias son en efecto el resultado de los procesos de resistencia, organización y lucha que históricamente han dado las comunidades indígenas en Nariño y en Colombia, en este trabajo se analizan dos grandes grupos de factores que permiten la permanencia de estas empresas en el mercado: Factores sociales y factores históricos y territoriales.

## **Agradecimientos**

A mis padres Clara Charfuelan y Héctor Lombana por su amor incansable, a mis hermanos y por su puesto a mis amigos y compañeros que me alentaron a continuar cada día de trabajo.

A mis compañeros indígenas por dejarme entrar en sus territorios: a don José Alvaro Chiran y Ana Lucia Taramuel del pueblo de los Pastos, a Kelly Martinez y don Hernando Chindoy del pueblo Inga en Aponte, a Omairo Aza del pueblo Awa en Ricaurte en Nariño.

A la PhD Myriam Paredes por su paciencia y sus valiosos aportes en esta investigación.

A todos los docentes de FLACSO y su cuerpo administrativo por todos los aportes humanos y su acompañamiento en este proceso, en especial al Departamento de Desarrollo, Ambiente y Territorio.

## **Introducción**

El presente trabajo busca identificar y analizar los factores que permiten explicar cómo las empresas comunitarias indígenas construyen socialmente los mercados, desde sus formas de hacer y vivir diferente, como una contribución a sus propias formas de desarrollo.

El debate sobre la viabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en el sector rural y que funcionan bajo la tipología comunitaria en América Latina, generalmente se inscribe alrededor de su eficiencia económica pero no de la complejidad de los procesos sociales en que éstas se desarrollan. Muchos estudios sobre las Mipymes se han centrado en evaluar los rendimientos meramente económicos que éstas generan, sin indagar sobre las contribuciones sociales que realizan a nivel micro y al sector en su conjunto.

En este sentido, mientras los gobiernos le apuestan al desarrollo de la gran industria de exportación, las micro, pequeñas y medianas empresas de tipo comunitario suelen tener apoyo marginal en el mejor de los casos. Las ayudas a estas microempresas se dan en forma de subsidios y no mediante políticas adecuadas que aseguren su efectivo crecimiento. En este trabajo se discuten las condiciones en las cuales las empresas rurales comunitarias se mantienen y se fortalecen en los mercados logrando la consolidación de sus propias estrategias de vida, de producción y de intercambio que no necesariamente exigen un valor económico.

De acuerdo con estudios que señalan diferentes condiciones que definen el éxito de las organizaciones dedicadas a la producción y transformación de un producto, en esta investigación se identifican ciertos factores que han sido determinantes en los procesos de desarrollo de las empresas rurales de tipo comunitario y como estos influyen en la organización interna y las formas de producción propia que como pueblos indígenas aún mantienen.

## **Antecedentes del Problema y de la Zona de Estudio**

Soló a partir de 1991 el Estado colombiano, como un Estado social de derechos reconoce la diversidad étnica y cultural del país y confiere:

(...) las autoridades de los pueblos indígenas podrán ejercer funciones jurisdiccionales dentro de su ámbito territorial, de conformidad con sus propias normas y procedimientos, siempre que no sean contrarios a la constitución y leyes de la república. La ley establecerá las formas de coordinación de esta jurisdicción especial con el sistema judicial nacional (Art. 246 de la constitución política de Colombia, 1991).

Las funciones jurisdiccionales en cada uno de los territorios aseguran procesos autonómicos en diferentes espacios sociales, como los procesos de producción. Sin embargo, en Colombia han quedado relegadas las formas de organización propia que los pueblos indígenas han consolidado, dejando a un lado lo económicamente diferente. Es así como la clasificación de las empresas se hace únicamente con base en el número de empleados y sus activos totales (MINCIT 2016) y/o por sectores de producción.

En el presente trabajo me refiero a las pequeñas empresas comunitarias del sector agroindustrial rural como aquellas, micro, pequeñas y medianas empresas que desarrollan un agronegocio (producción, transformación y comercialización) entendido como un sistema integrado de producción, ubicado en las zonas rurales y conformadas por organizaciones comunitarias. Estas generalmente corresponden a negocios familiares y/o asociativos que hacen aprovechamiento de los recursos que provienen de la agricultura y que además buscan mercados locales o de acceso directo al consumidor con el fin de evitar o disminuir los gastos de transacción (IICA 2010).

En Colombia las organizaciones comunitarias las conforman principalmente los grupos étnicos: indígenas y afrodescendientes, los cuales son tratados de manera marginal, pues el gobierno colombiano reconoce únicamente tres formas de organización económica: las empresas estatales, las empresas privadas y las empresas solidarias. Dejando por fuera a las empresas de tipo comunitario, “aquellas que fundamentan sus procesos productivos en los principios de la cosmovisión originaria- campesina de los pueblos y naciones indígenas” (Nam 2014, 28).

La severa estructura de la normatividad legal colombiana hace que estas organizaciones tiendan a operar informalmente, especialmente aquellas dedicadas a la producción de alimentos, pues deben tener certificaciones que califiquen sus instalaciones como apropiadas para producir sus bienes agrícolas y los productos procesados (Reina y Zúñiga 2009, 138).

Dichas normas están basadas en la inocuidad de los alimentos y miden únicamente la contaminación que pueda darse durante el proceso de transformación industrial, pero no la calidad que obtiene un producto en el sistema de producción. Es de imaginar entonces que muchos alimentos podrían cumplir la reglamentación sobre manejo de empaques y proceso de transformación, pese a que tenga grandes cantidades de agroquímicos y tóxicos que derivan del proceso productivo.

Las empresas comunitarias indígenas en el cumplimiento de sus ideologías y cosmovisión propia intentan por el contrario garantizar un proceso productivo libre de químicos para no afectar la salud de las personas, y luego si buscar una adecuada transformación de los productos, quizá porque su prioridad sigue siendo la soberanía alimentaria y no conciben el alimento como una mercancía sino como una medicina esencial para la vida.

Son de interés para esta investigación las empresas comunitarias del sector alimentario que se encuentran ubicadas en resguardos indígenas y que aquí serán entendidas como organizaciones de tipo productivo, caracterizadas por hacer posibles otros tipos de economía y formas de desarrollo desde lo social más que desde lo meramente económico, quienes utilizan como principal insumo los productos agropecuarios y agrícolas que se producen al interior de sus territorios, principalmente en las zonas rurales del país y aportan de manera significativa al desarrollo local.

En Colombia la poca importancia dada a las organizaciones de tipo comunitario ha llevado a las comunidades a desarrollar diferentes estrategias que les permitan mantener sus propias formas de economía, amparados en la legislación internacional y/o bajo modelos organizativos propios, desde el fortalecimiento de sus propias formas de producción y comercialización, “en la que las fuerzas externas del mercado son mediadas siempre por las estructuras locales” (Long 2007, 202). En las que las acciones no mercantilizadas juegan un papel importante.

Por ejemplo, en Nariño las Micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) agroindustriales del sector alimentario de tipo privado y solidario, hacen su registro mercantil en las cámaras de comercio en las tres ciudades principales: Pasto, Ipiales y Tumaco. En la ciudad de Pasto, capital del departamento y en sus zonas aledañas, es en donde se concentra la mayor actividad

comercial y agroindustrial, ya que diferentes factores de infraestructura física y financiera permiten el fácil acceso a las materias primas y mano de obra (Argoti 2008).

Por el contrario, las empresas comunitarias se encuentran en los límites de la legalidad, y algunas optan por adecuarse a la legislación existente y se registran como asociaciones sin ánimo de lucro, afectando sus propias formas de organización, en las que la mano de obra familiar y los procesos sociales son de gran importancia. Otras empresas en cambio prefieren mantenerse en la “ilegalidad”, lo cual impide, en muchos casos, la comercialización libre de sus productos. De estas últimas no existe un censo a saber ni a nivel nacional ni departamental.

Para la presente investigación se tomarán tres casos de estudio en tres pequeñas empresas comunitarias indígenas dedicadas a la producción de alimentos: una en el pueblo Awá dedicada a la producción de panela, otra en el pueblo Pasto dedicada a la producción de cuy y una tercera en el pueblo Inga de aponte dedicada a la producción de café. Quienes vienen participado desde el año 2014 en los encuentros nacionales de economías propias. Un programa adelantado por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, que busca propiciar espacios de comercialización con criterios de mercado justo, fortaleciendo las “economías propias” de los pueblos indígenas históricamente excluidos. Quienes aprovechan la producción local, sus propias tecnologías y la mano de obra familiar.

### **Problema de Investigación**

El departamento de Nariño es una zona que se destaca por la producción de café, caña, papa, arveja, hortalizas y leche. Las Mipymes rurales de tipo comunitario del sector alimentario, se dedican a la transformación y/o comercialización de estos productos, pero poseen escasa participación en los mercados locales y poco reconocimiento del impacto social positivo que estas generan en sus territorios. En general estas empresas han sido segadas de la economía nacional por no generar índices de rentabilidad económica de gran impacto, y por el contrario estas Mipymes han tenido que competir con las grandes agroindustrias, no solo por precios, sino también por mano de obra y recursos. Con intereses de desarrollo completamente diferentes, en condiciones también muy distintas.

Dependiendo de su vocación las Mipymes rurales comunitarias cumplen roles importantes en la dinamización de territorios rurales mediante la generación de empleo y autoempleo,

crecimiento económico, estabilidad social, cultural y política. Aportes que son desconocidos incluso por el mismo Estado colombiano, son empresas invisibilidades, seguramente porque las economías que ellas aportan no encajan en las acostumbradas formas capitalistas de acumulación y sobre producción.

Los modelos de desarrollo económico han calificado como viables las economías de escala que se basan en la producción tipo exportación, como el azúcar, la minería, el café, la leche, la carne, los cereales y los biocombustibles, con modelos que están basados en la organización de la producción con grandes inversiones de capital, que restringen las posibilidades de la formación de mercados locales, limitando el análisis del desarrollo a la dimensión económica, dejando de lado lo histórico, lo cultural y lo social (Furtado 1976). En este sentido planteamos estudiar las Mipymes bajo el enfoque de la construcción social de los mercados, como una forma de integrar las diferentes aristas desde las cuales se puede entender la problemática de las Mipymes comunitarias manejadas por grupos indígenas con diferente cosmovisión.

En Nariño existe un número importante de negocios exitosos liderados por las comunidades indígenas, los cuales han logrado mantener sus propios modelos económicos, que les permite niveles de ventas considerables y aportar al desarrollo de los territorios en los que se ubican. Nuestro interés es conocer que factores permiten que las Mipymes rurales del sector alimentario de tipo comunitario se consoliden y participen en los mercados.

### **Pregunta de investigación**

¿Cuáles son los factores que permiten a las Mipymes rurales de tipo comunitario del sector alimentario de Nariño mantenerse en los mercados?

### **Objetivo General**

Determinar en base a la construcción social de los mercados, los factores que permiten a tres Mipymes comunitarias del sector alimentario en el departamento de Nariño, mantenerse en los mercados.

### **Objetivos específicos**

1. Caracterizar a tres Mipymes comunitarias del sector alimentario rural de los pueblos indígenas Pastos, Ingas y Awa en el departamento de Nariño.

2. Identificar los factores que permiten a las tres Mipymes, de los pueblos indígenas Pastos, Ingas y Awa, construir socialmente los mercados.

### **Hipótesis de trabajo**

La vinculación de las Mipymes comunitarias del sector alimentario rural a los mercados es el resultado de formas de organización que combinan factores sociales y económicos más allá del valor mercantil, lo cual les permite impulsar procesos sociales y comunitarios que contribuyen a sus formas de desarrollo propio.

## Capítulo 1

### Marco teórico

Para poder explicar los factores que permiten el éxito de las pequeñas y medianas empresas de tipo comunitario en esta tesis se toman diferentes teorías. Primero desde la sociología económica con elementos expuestos por Fligstein se explica el comportamiento de los mercados y con Berdegue; cómo estos se construyen gracias a las dinámicas territoriales.

Se analiza como la construcción social de los mercados combina las relaciones mercantiles y no mercantiles, tal como lo presenta Polanyi, para entender que las acciones que pasan o no por el mercado son decisiones que asumen los diferentes actores. Al respecto Norman Long explica como los actores modifican y crean los mercados, en los que el valor social de las cosas tiene gran importancia. Esto último puede explicar el éxito de las empresas comunitarias como una prueba empírica de que: “los procesos mercantilizados toman forma por medio de las acciones de una serie heterogénea de actores sociales eslabonados, y se componen de constelaciones específicas de intereses, valores y recursos” (Long 2007, 207).

Este estudio considera que, dado que uno de los múltiples objetivos de las Mipymes comunitarias es entrar en el mercado, esta será una característica para definir que la Mipyme sea exitosa. La definición de mercados se enfoca desde la discusión teórica de la economía y la sociología económica. Por un lado, la economía explica que la producción dentro del capitalismo se da a través de los mercados los cuales se consideran “un mecanismo en el que compradores y vendedores interactúan para determinar precios e intercambiar bienes y servicios” (Samuelson y Nordhaus 2006, 25). Por otro lado, la economía de mercado es un sistema de comunicación en el que las personas con diferentes intereses solucionan los problemas de producción y distribución de bienes y servicios (Samuelson y Nordhaus 2006).

Esta visión le atribuye al propio mercado el poder de estabilización de precios. La llamada “mano invisible”. Que explica que “en la economía de mercado no hay un solo individuo u organización que sea responsable de la producción, el consumo, la distribución o la fijación de precios” (Samuelson y Nordhaus 2006, 29). El mercado es considerado un proceso impuesto y no creado,

que desconoce el papel de los individuos en la toma de decisiones, en el que el precio es la única variable que regula los procesos de negociación.

Por lo cual se puede afirmar que las formas tradicionales de ver los mercados al no considerar la importancia de los individuos en la consolidación de estos sistemas, también desconocen por completo las formas diferenciadas y heterogéneas de los territorios y/o lugares en los que se desenvuelven, provocando que se desconozcan los niveles de desigualdad que genera las transacciones de capital, y sus causas no solo económicas sino también sociales, porque los aspectos no económicos interdependistas actúan de manera permanente en las relaciones locales (Elías 1982).

La falta de explicación a muchos problemas de la economía crea la necesidad de abordar desde las ciencias sociales dichos problemas, dando origen a la sociología económica. Ricardo Abramovay (2004) en su texto “Entre Dios y el diablo (mercados y la interacción humana en las ciencias sociales)”, muestra cómo avanza la definición de los mercados desde una perspectiva netamente económica hacia una perspectiva que involucra la sociología económica. En esta nueva definición los mercados son considerados procesos socialmente construidos.

Uno de los pioneros de la sociología económica es el conocido trabajo de Karl Polanyi (1957) quien concibe la economía como una esfera dependiente de la vida social, que puede funcionar sin las leyes únicamente económicas, pero si desde el comportamiento de los actores, dando origen a la sociología económica que intentará explicar los problemas sociales con la ayuda de la economía. A partir de este momento las ciencias sociales entran a abordar temas económicos y se empiezan a concebir los mercados como instituciones que resultan de las interacciones entre actores individuales, corporativos o colectivos. Basando las investigaciones en un campo interdisciplinario, desde los actores y sus diferencias de poder, permite dejar de pensar los mercados como maximizadores del equilibrio y estabilidad, como eran vistos hasta principios de los años 80 y pasan a ser entendidos como procesos de construcción social.

Son muchos los aportes que hacen diferentes autores a la sociología económica, aquí tomamos solo algunos. El concepto de habitus de Pierre Bourdieu, el concepto de “arraigo” como la

economía de la inmersión en la vida social de Karl Polanyi, la explicación de las relaciones de los mercados con los territorios rurales de Abramovay y Fligstein y los mercados como un medidor de la desigualdad desde el concepto de libertades de Sen.

Pierre Bourdieu (2000a) enuncia que las ciencias económicas “se basan en una abstracción original, que consiste en disociar una categoría particular de prácticas o una dimensión particular de cada práctica, al orden social en el que se encuentra inmersa toda la práctica humana” (Bourdieu 2000a, 11). Esto implica que las estructuras de mercados funcionan en un territorio específico, en un espacio geográfico con incidencia directa de la interacción e intercambio entre los diferentes actores. Los mercados son dinámicos y están influenciados por otras variables sociales como por ejemplo la política y la cultura. De ahí que existirán diversas formas de mercado tanto como diversos territorios. Fligstein (2001) propone un enfoque político-cultural a la cuestión de la construcción y consolidación de los mercados, caracterizándolos como "campos sociales," de acuerdo con Bourdieu (2005).

Según Abramovay (2006) los mercados tienen sus propios protagonistas, quienes buscan estabilizar las relaciones entre proveedores y clientes, para reducir el riesgo que genera la exposición a todas las oscilaciones en el sistema de precios. Según el autor en los territorios rurales caracterizados por poseer información limitada, es más útil el concepto de “lógica subyacente” (información oculta entre los cercanos), en el funcionamiento del mercado, quizá porque la cercanía entre las instituciones permite procesos de intercambio más cercanos.

Abramovay (2006) toma la propuesta de Fligstein, para explicar que un mercado se estabiliza cuando tiene cuatro tipos de reglas, que puedan establecerse formal e informalmente:

- Los derechos de propiedad de los agentes que intervienen en el mercado, los cuales deben estar claramente definidos.
- Deben estar claramente definidas las estructuras de gobernanza; es decir las reglas que regulan las relaciones de la competencia y la cooperación entre los agentes económicos en el mercado y orientan la forma en que las empresas se organizan internamente.

- El establecimiento de acuerdos en cuanto a las reglas de intercambio que van desde pesos y medidas hasta la manera como se hacen los pagos y los mecanismos que aseguran el cumplimiento de los contratos.
- Los mercados estables consolidan ciertas concepciones de control, una concepción de mundo que permite que las relaciones entre dominantes y dominados pueda ser establecida y reproducida a lo largo del tiempo (Abramovay 2006, 65-66).

Estas cuatro reglas actúan en la consolidación de los mercados, pero también en su vulnerabilidad, sus reglas son definidas socialmente por sus agentes y la transformación de los mercados estará definida por la manera en que estos operan, las relaciones de poder entre los grupos y las coaliciones entre ellos.

Los mercados como instituciones se convierten en un elemento determinante en la construcción de los territorios en los que se desenvuelven "Las reglas por las que los mercados en una determinada región reflejan la correlación entre los diferentes grupos sociales que participan y dependen de ellos" (Abramovay 2006, 66).

Los mercados cuando se establecen relaciones territoriales y extra- territoriales, que permiten el ingreso y la interacción con nuevos agentes de mercado. Estas relaciones llegan a impactar los territorios en el campo social, económico, productivo, cultural y político (Fligstein 2001), generando cambio en la misma institucionalidad del territorio. Entendemos esta institucionalidad como las reglas establecidas y socialmente aceptadas.

De esta manera podríamos decir que los mercados permiten una serie de posibilidades de acceso a los recursos que requieren los territorios, acercando estas formas de acceso. Sin embargo, estos mecanismos de mercado no llegan a todos los habitantes de un territorio. Las razones de estas limitaciones pueden ser explicadas por el concepto de libertad de Sen: "la libertad tiene al menos dos facetas valiosas; la faceta de la oportunidad y la faceta de proceso. Una evaluación global de la libertad ha de tener en cuenta ambas facetas" (Sen 1997, 128).

En este sentido los mercados para muchos presentan una faceta de oportunidad, entendida como la capacidad real para obtener las cosas. La faceta de proceso se refiere a tener en sus manos los

mecanismos de control para decidir libremente. Esta segunda faceta explica muchas formas de comportamiento de los mercados, porque si bien existe una gran cantidad de necesidades no siempre las personas tendrán la libertad de decisión para optar y procesar y superar sus necesidades.

Con este planteamiento Sen critica la visión tradicionalista de ver los mercados como maximizadores de bienestar y establece las relaciones del mercado con la facultad del ser humano para poder o no decidir libremente sobre su comportamiento de consumo. Así, podemos analizar que actualmente los sistemas de mercado en los territorios enfrentan problemas en la distribución equitativa de libertades (desigualdades). Esta perspectiva sociológica de ver los mercados, permite entender que, si bien la conexión de los territorios con los mercados no es suficiente, si es un factor central para lograr desarrollo económico.

La probabilidad de que los territorios disfrutarán de manera incluyente y sostenible la dinámica del crecimiento económico depende de la forma de las estructuras, instituciones y formas de interactuar en una agencia en un pequeño grupo de dominios críticos: la estructura de acceso y uso de la tierra y otros recursos naturales, la conexión con las ciudades, estructuras productivas, y su interacción con los mercados, y la naturaleza del gasto público y la inversión (Berdegué, Escobal y Bebbigton 2015, 55).

En este marco de ver los mercados como instituciones socialmente construidas, centramos el análisis de las Mipymes rurales de tipo comunitario, para analizar sus formas de inserción.

### **Las Mipymes rurales de tipo comunitario y su inserción en los mercados**

Las organizaciones que son de interés en este trabajo son aquellas pequeñas empresas que por un lado desempeñan actividades de alimentos y además se encargan de liderar procesos sociales y comunitarios en sus territorios. Las empresas que no son ni estatales ni privadas en Colombia se asignan a la economía solidaria, las economías comunitarias, no son consideradas. A continuación, se muestran las diferencias entre estas dos últimas formas de economía para entender los problemas que enfrentan este tipo de organizaciones y los mecanismos que han desarrollado para lograr insertarse en los mercados.

El termino Economía Solidaria ha tenido diferentes interpretaciones a nivel mundial. Este término surge como economía social a mitad del siglo XIX, para referirse a las organizaciones creadas por los mismos trabajadores en forma de cooperativas y mutuales, en las cuales el Estado ha jugado un papel determinante cuando busca integrarlas a las economías del mercado dominante. “La economía social la conforman organizaciones cuya especificidad es la de combinar dos estructuras: una asociación de personas y una empresa, cuya producción está destinada a satisfacer las necesidades del grupo de personas que son sus propietarias” (Bastidas y Richer 2001, 5).

Los estados adoptan una posición a favor de las empresas multinacionales, perdiendo capacidad de regulación y poder para solucionar los problemas sociales que deja el capitalismo. Este contexto ha llevado a que las organizaciones basadas en la ayuda mutua y la solidaridad se unan con las organizaciones más institucionalizadas como mutuales y cooperativas, para desarrollar nuevas formas organizativas en forma de cooperativas de trabajo y nuevas iniciativas asociativas que nacen con el objetivo de generar soluciones a problemas que no logra solucionar el mercado ni el Estado (Bastidas y Richer 2001).

Las organizaciones de tipo comunitario guardan relación y cierta semejanza con las organizaciones de tipo solidario en las siguientes características:

- a. Realizan algún tipo de actividad económica
- b. Están jurídicamente constituidas
- c. Fomentan la participación de los actores involucrados
- d. Las personas priman sobre el capital
- e. Están orientadas a procesos de construcción social
- f. Están basadas en el trabajo y no en el capital

Una de las diferencias entre una empresa comunitaria y una de tipo solidario es que en la primera los bienes son de tipo comunitario; los cuales se pueden vender, prestar y/o ceder únicamente entre los integrantes de una comunidad determinada. Dichos integrantes son reconocidos previamente en censos o registros correctamente avalados por la misma comunidad o sector de la

sociedad. Las segundas son organizaciones que benefician a grupos pequeños de personas que se organizan y tienen reconocimiento principalmente legal, aunque no social. Para el presente estudio las empresas comunitarias seleccionadas son organizaciones con reconocimiento otorgado por las comunidades indígenas en tres pueblos de Nariño- Colombia.

Existen muchas organizaciones que se ubican en los límites de la economía solidaria y otras que no podrían identificarse como tal; las empresas comunitarias son una de estas. Esta falta de inclusión ha llevado a varios países a incluir el término economía popular para referirse a aquellas empresas que no son de tipo privado y además difieren en algunos aspectos de las de economía solidaria; por ejemplo: las agremiaciones de trabajadores, los trabajadores informales, las empresas comunitarias, entre otras. En Latinoamérica las cooperativas, empresas comunitarias, cajas de ahorro, mutuales, empresas auto gestionadas de 24 países están organizadas en la Confederación Latinoamericana de Cooperativas y Mutuales de Trabajadores (COLACOT), fundada en 1975, con el fin de agrupar a las empresas caracterizadas por utilizar mano de obra familiar, en la que sus dueños son las propias familias (Bastidas y Richer 2001). En la presente investigación se profundiza en las diferencias entre las formas de organización comunitaria de la asociativa y en general de la privada que puede radicar en las unidades de trabajo familiar y la repartición de ganancias.

El comportamiento de las empresas comunitarias en América Latina, está siendo mejor explicada por los regímenes izquierdistas, el llamado socialismo del siglo XXI” (Nam 2014). Países como Bolivia y Ecuador intentan impulsar modelos productivos con bases comunitarias y sociales. Estas formas de economía exigen el reconocimiento legal de los procesos comunitarios y con ello el uso y la tenencia de tierra comunal. En el caso colombiano el gobierno reconoce dos formas de organizaciones comunitarias: resguardos indígenas y consejos comunitarios, los cuales escrituran títulos colectivos para la tenencia de tierra, hasta ahora han conservado derechos de propiedad gracias a las luchas sociales y los procesos autónomos de organización, caracterizadas por tener una fuerte participación de los actores y sus propias instituciones.

La inserción que hacen las Mipymes rurales de tipo comunitario a los mercados, puede explicarse desde la perspectiva del actor, propuesta por Norman Long y su debate sobre la mercantilización

de los factores de producción. Para este estudio centraremos el trabajo en cuestionar las relaciones y formas en las que las empresas de tipo comunitario se mantienen en los mercados. Analizando cómo estas formas de economía logran combinar formas mercantiles y no mercantiles, para vender sus productos y mantenerse en el mercado.

Long (2007) cuestiona la propuesta de Friedman (1981) de que todas las relaciones de producción están mercantilizadas, asegurando que se puede hablar de economías mercantiles generalizadas sin que esto implique que todos los elementos de trabajo están totalmente mercantizados, y que los procesos productivos, no implican necesariamente relaciones exclusivas entre capital y trabajo.

La intención de esta investigación es demostrar empíricamente que entre los factores socioeconómicos que han permitido que las Mipymes rurales de tipo comunitario se mantengan en los mercados, encontraremos los que tienen valor mercantil y otros sin valor mercantil tales como: el capital social, procesos de innovación, procesos culturales, factores étnicos, financiamiento, así como los factores históricos y territoriales que pueden o no estar afectando su inserción a los mercados y la institucionalidad de los mismos.

Los valores sin cuantía comercial se pueden explicar con la teoría del capital social y cultural de Bourdieu y Coleman. Según Bourdieu (1985) “El capital social es el agregado de los recursos reales o potenciales que están vinculados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de mutuo conocimiento y reconocimiento; en otras palabras, la pertenencia a un grupo” (Bourdieu 1985, 51). Mientras que “Para Coleman el capital social son los recursos socio-estructurales que constituyen un activo de capital para el individuo y facilitan ciertas acciones de individuos que están adentro de esa estructura. Así pues, el capital social es productivo, posibilitando el logro de ciertos fines que no serían alcanzables en su ausencia” (Durstun 2000, 45).

Son entonces las relaciones sociales las que determinan el comportamiento de los mercados, Karl Polanyi hace algunos aportes desde lo económico, que permiten explicar el comportamiento de las empresas de tipo comunitario que participan en la construcción social de los mercados.

Polanyi incluye el concepto de lo "económico" en las actividades humanas como una mezcla de dos significados que tienen raíces independientes, las cuales tienen un llamado "significado real" y "significado formal" (Polanyi 2015). El primero se fundamenta en los hechos empíricos y el segundo en la lógica. La decisión para trabajar con una forma u otra no está sujeta simplemente a la escasez de recursos, sino que existen una serie de condiciones sociales que las atribuye.

Las relaciones sociales que construyen los mercados están determinadas por las acciones que realizan cada uno de los individuos quienes actúan como agentes de cambio. Norman Long (2007) cuestiona la teoría de la mercantilización cuando se estudia el valor social de las cosas, el mismo que está dado por los individuos o colectividades que participan en las transacciones. “La teoría de la mercantilización revela varias limitaciones fundamentales centradas en la falta de atención al papel activo que desempeñan los campesinos, agricultores y empresarios en pequeña escala en el mismo proceso de mercantilización” (Long 2007, 187).

Los conceptos de mercancía y mercantilización son determinantes para explicar el funcionamiento de las Mipymes comunitarias rurales. “La mercantilización es el proceso por el cual el valor de intercambio asume un papel importante en la economía” (Long 2007, 189). Las mercancías son los elementos que se tranzan en el mercado, los cuales con la inclusión de valores sociales moldean la práctica social. En las prácticas de las Mipymes comunitarias intervienen una cantidad de actores involucrados: gobierno, empresas, productores agrícolas, empresarios, consumidores, tiendas y supermercados. La mercantilización es promovida por las acciones específicas de los actores y no está dada simplemente por una fuerza abstracta de los mercados.

De esta forma se puede explicar que las cosas pueden estar entrando o saliendo del estatus de mercancía “y pueden ser consideradas como encarnando tanto valores mercantiles como no mercantiles” (Long 2007, 207). Las Mipymes de tipo comunitario son un ejemplo claro para explicar las formas no tradicionales de insertarse en el mercado en las que el valor de intercambio es reinterpretado frente a otros tipos de valor social.

El trabajo y el tiempo cuando se transforman en productos y/o servicios, generan un valor de uso y un valor de cambio, pero no siempre el trabajo puede ser evaluado con valor monetario o en

términos mercantiles, si no que pueden ser transables con valores sociales y culturales, en los que los diferentes intereses de actores se entretajan para lograr arreglos sociales y construir instituciones, que implican relaciones de poder y autoridad resultando una red-actor, que incluye “compromisos e interpretaciones de actores, cosas y representaciones, que solo perduran mientras los miembros de la red no desafíen los arreglos establecidos” (Long 2007, 213).

Para resumir el proceso productivo y de comercialización que realizan las empresas comunitarias podemos decir que existen dos tipos de acciones y factores de producción, aquellos que se tranzan en el mercado mediante la contabilización y mercantilización; es decir, que se les tiene asignado un valor comercial y otras que no son monetarizadas o que no tienen un valor comercial, pero seguramente si un valor social.

En este sentido para las Mipymes se analizarán indicadores como nivel de organización, relaciones de las Mipymes con organizaciones públicas o privadas, las actividades realizadas por los trabajadores durante todo el proceso de producción y como estos logran procesos sociales de trabajo conjunto. Igualmente se debería trabajar el tema de valor de intercambio y valor de uso en las diferentes partes del proceso.

Con el análisis de los actores que permiten determinar el comportamiento de los mercados podemos entender los factores que determinan el éxito de las Mipymes comunitarias. Uno de los actores importantes en la construcción de los mercados es el Estado. Al respecto, Stiglitz hace un análisis detallado de sus formas de intervención. Aquí analizamos como dicha intervención es relevante para las Mipymes.

Una economía de competencia perfecta presupone: una distribución inicial igualitaria de la renta y un mercado con suficientes compradores y vendedores (óptimo de Pareto). Frente a estos supuestos se han levantado una serie de cuestionamientos, que han contribuido a un análisis más profundo de los mercados. Uno de los grandes aportes lo hace la sociología económica, al reconocer que existen muchas otras relaciones, factores y actores que inciden en la construcción de los mercados. Cuya construcción y consolidación contiene un enfoque político-cultural que caracteriza a los "campos sociales" (Fligstein 2001). Es decir, los mercados como instituciones

socialmente construidas, reguladas por normas entre empresas, hogares, sociedad y Estado. Aunque Inicialmente el mercado reconoce la oferta y la demanda como generadores del mercado, hoy se acepta que existen elementos sociales que lo construyen (Fligstein 2001).

En este sistema de construcción social, el Estado juega un papel importante, porque como agente económico, está obligado a ejercer acciones de control sobre los mercados cuando estos no son eficientes, al no poder asignar recursos de manera óptima por alguna de las siguientes razones: “fallo de competencia, bienes públicos, externalidades, mercados incompletos, información incompleta o paros y otras perturbaciones económicas” (Stiglitz 1986, 107). Lo que justifica la intervención del Estado.

Los fallos de competencia se presentan cuando este no es perfecto y se genera un monopolio; es decir, un único oferente de un producto que puede establecer libremente el precio, o quizá unas pocas empresas compitiendo con unas cuantas pequeñas que no son capaces de incidir o ejercer efecto alguno sobre el precio. En muchos de estos casos el Estado pierde margen de intervención y se limita aún más su accionar cuando declara patentes sobre ciertos procesos y/o productos, porque el mismo hecho que las empresas logren amparos para reservar información, impide que exista competencia perfecta, obligando a las pequeñas a disminuir sus niveles de producción.

Los bienes públicos son aquellos bienes o servicios que el mercado no es capaz de suministrar, o lo hace de manera insuficiente. Se asume como falla porque existen demanda, pero no oferta y en este caso el Estado es quien debe asumir la responsabilidad de generación de beneficios gratuitos a los demandantes del bien.

Las externalidades son las afectaciones positivas o negativas que puede generar la producción de un bien o servicio, generando costos a otras empresas o individuos que no serán compensados. “Siempre que esto ocurra la asignación de recursos que realiza el mercado no será eficiente” (Stiglitz 1986).

Los mercados incompletos ocurren cuando los mercados privados no suministran adecuadamente un bien o un servicio, pese a que los costos de producción sean inferiores al valor que el consumidor está dispuesto a pagar.

Otra falla de mercado se da cuando los consumidores no cuentan con la información completa, en ese caso se dice que existen fallos de información. En ese momento Nuevamente el estado debe asumir esta responsabilidad y generar la información, esta vez como un bien público. Aunque el estado puede ejercer cierta presión para que las empresas emitan información sobre los bienes y/o servicios ofertados, en muchos casos estas no lo hacen o la información que suministran es insuficiente. Por lo tanto, el consumidor sesga su decisión y el mercado deja de ser perfecto.

Por último Stiglitz asegura que los paros y otras perturbaciones económicas, son otro fallo de mercado y este se genera por las mismas inconformidades que genera el sistema. Estas fallas de mercado no son excluyentes y pueden combinarse de una u otra manera, alterando los niveles de producción e incumpliendo de esta forma los aspectos de eficiencia para el óptimo de Pareto: eficiencia en el intercambio, eficiencia en la producción y eficiencia en la combinación de productos.

Con base en estos conceptos se puede decir que las empresas agroindustriales de tipo comunitario demuestran fallas de mercado, incluso puede mencionarse como fallas del Estado porque muchas de las intervenciones que este hace a favor de las Mipymes no benefician a las Mipymes comunitarias. Y surge entonces la pregunta ¿Qué factores permiten que estas empresas de tipo comunitario accedan y se mantengan en el mercado?

Esta permanencia e incluso éxito en el mercado se puede explicar desde la teoría de la acción colectiva, la cual se logra mediante arreglos institucionales propuestos y supervisados por los mismos usuarios para el manejo adecuado de los recursos comunes (Ostrom 1990) además, la teoría del actor expuesta por Long resalta la importancia de estudiar las diferentes formas de agencia en estos procesos.

En un escenario que presenta todas las fallas de mercado, cobran importancia las Mipymes capaces de permanecer y sostenerse. En el presente estudio se busca determinar qué factores permiten que los agricultores campesinos, indígenas y afros organizados en Mipymes comunitarias, logren su permanencia dentro del sistema de producción de alimentos, y la inclusión de sus productos en los mercados, con prácticas de producción particulares que durante tanto tiempo han logrado conservar como mecanismos de resistencia y autonomía.

### **Estado del Arte**

En esta tesis se demuestra como el concepto de capital es mucho más amplio y por lo tanto el concepto de mercado debe ser ampliado. Pues el mercado es producto de las relaciones sociales que históricamente se han tejido en un territorio. Para comprender la construcción del asunto económico en Colombia es necesario remitirse a la historia económica de América Latina.

Rosemary Thorp realizó un estudio que aclara las tres etapas históricas de América Latina donde la economía se determina por una relación directa con el auge y posicionamiento del capitalismo. El desarrollo de América Latina estuvo marcado por dos condiciones: una el crecimiento económico y la otra el avance en la construcción de instituciones que fueron sustento material del modelo hegemónico. América Latina, que se caracterizó en una primera etapa por una relación de comercio basada en la exportación de bienes primarios tuvo una primera ola de expansión que correspondió entonces, a un período de crecimiento impulsado por la exportación de productos básicos (Thorp 1998).

Un segundo momento lo determinó la crisis del 29 visto como un eslabón importante para la expansión y articulación de las economías Latinoamericanas, que si bien se convirtió en una oportunidad, las estructuras sociales y políticas no fueron capaces de modificar las relaciones ya creadas en la primera fase, aunque se evidenciaron cambios importantes en el componente institucional de los países, pero una persistente desigualdad social; después de la segunda gran guerra los países Latinoamericanos avanzaron significativamente en el proceso de crecimiento económico y de industrialización, pero dependiendo significativamente de la génesis con la cual se articularon al modelo de desarrollo capitalista.

América Latina registró un progreso considerable en el transcurso de un siglo en términos de modernización, ingreso real, sanidad y alfabetismo... Tras esta evolución hubo un desarrollo considerable de las organizaciones e instituciones, desde bancos centrales a sistemas de seguridad social y programas de inmunización ... Sin embargo, al mismo tiempo, continuó la exclusión basada sobre todo en la modalidad de la expansión económica y su efecto sobre el desplazamiento de las actividades tradicionales, las oportunidades limitadas de empleo y la presencia de diversas estructuras institucionales y actitudes que incorporan elementos de discriminación (Thorp 1998, 47).

La tercera etapa en 1980 indica que América Latina entra en la década muerta, época de estancamiento económico, crisis de la deuda externa, bajos niveles de acumulación de capital, descapitalización de las economías. Así Stiglitz explica cómo influye Estados Unidos en la construcción económica de América, con el impulso y aumento de las tasas de interés y con ello una nueva agenda de reformas que atacarían de forma efectiva la crisis, basado en los siguientes principios: la privatización, la liberalización y la estabilización, si bien, existieron en los primeros años niveles óptimos para las economías latinoamericanas, esto no duro mucho, "...las políticas del conceso de Washington prometían un crecimiento que no se concretó, el consenso se refirió muy poco a las repercusiones que tendrían esas políticas en la inestabilidad" (Stiglitz 2003, 11), que se expresaron en aumento de la pobreza y la desigualdad (desempleo, competencia desequilibrada del campesinado de países desarrollados y subdesarrollados, menores ingresos, aumento de la brecha social, desmonte de subsidios), la inseguridad económica y personal (débil colectivización de la información para acceder a mercados y auge de la violencia social), pobreza, exclusión social y política (democracia electoral y no toma de decisiones frente a temas estructurales como la política macroeconómica, aumento significativo de los pobres y despreocupación del medio ambiente).

En ese sentido Stiglitz indica tres fallas críticas de las reformas: "Las reformas, incluidas las diversas formas de liberalización, aumentaron la exposición de los países al riesgo, sin acrecentar su capacidad de hacer frente a ese riesgo; las reformas macroeconómicas no eran equilibradas, porque asignaban demasiada importancia a la lucha contra la inflación y no atendían lo suficiente a la lucha contra el desempleo y la promoción del crecimiento; y las reformas impulsaron la privatización y el fortalecimiento del sector privado, pero dieron muy poca importancia al

mejoramiento del sector público; no mantuvieron el equilibrio adecuado” (Stiglitz 1986, 11). Los fracasos de las reformas agrarias llevaron a varios investigadores y académicos a sugerir nuevas formas de reforma agraria, unas implementadas otras simplemente dejadas en archivos.

Yama explica la llegada del cooperativismo a Colombia, a partir de la reforma agraria. Las cuales fracasaron porque fueron reformas excluyentes, que beneficiaban a tenedores de tierras y desprotegían a campesinos e indígenas. “En Colombia para los años 60 influenciados por los programas reformistas como la llamada Operación Panamericana, programa de desarrollo económico para el continente se plantea un proceso de reforma agraria que al igual que en muchos países no llegó a su cumplimiento, generando “una cantidad de organizaciones de base: campesinos, terrajeros, guasipungueros” (Yama 2012, 56), con formas de organización socialista que no le conviene a países como Estados Unidos quienes promulgan el capitalismo. Dicha preocupación hace que en Colombia se implementen acciones sugeridas por la llamada alianza para el progreso.<sup>1</sup> Una de esas acciones consistió en el fomento del cooperativismo.

El cooperativismo en las comunidades indígenas, es decir se empieza a formar a líderes sindicales y cooperativistas. A través de la ley de reforma agraria se obliga a los indígenas y campesinos a organizarse de forma comunitaria y a adquirir personería jurídica, lo cual implicaba por un lado recurrir al reconocimiento legal por parte del Estado y este de alguna manera empieza a ejercer control sobre ellas. Por otro lado, esto fomentaba el trabajo comunitario y organizativo (Yamá 2012, 58).

Muchas de las organizaciones indígenas estuvieron lideradas por indios que recibieron formación en temas de cooperativismo y organización. Las cooperativas facilitaban el acceso a tierras y capitales desde el Estado. Pero la reforma agraria no distinguía indígenas de campesinos, en cierto sentido intentó campesinizar a los indígenas institucionalizando una única forma de acceso a tierras, desconociendo la tenencia de tierras colectivas y títulos coloniales<sup>2</sup> con los que usufructúan la tierra los indígenas (Yamá 2012).

---

<sup>1</sup> La Alianza para el Progreso era un programa cooperativo global y conjunto de los Pueblos de América, para el desarrollo de planes específicos y concretos en búsqueda del mejoramiento de las condiciones de vida de los Pueblos latinoamericanos.

<sup>2</sup> Los títulos coloniales son escrituras que la colonia española entregó a los indios para que fueran propietarios de tierras.

El Estado con el ánimo de ejercer control sobre los campesinos e indígenas en 1970 aprueba la conformación de la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos ANUC, al tiempo que crea el Instituto Nacional Colombiano de Reforma Agraria, que buscó durante la reforma agraria la dominación de los campesinos e indígenas a través de la dominación de sus tierras, las cuales fueron vendidas y entregadas mediante créditos a cooperativas.

Esta decisión estatal de vender las tierras mediante créditos no fue bien vista por muchos líderes indígenas, quienes estuvieron convencidos que el camino es la recuperación de tierras y no la venta como lo planteaba el gobierno. Este descontento y el apoyo que ejercieron algunos padres católicos y blancos indigenistas, quienes educaron a los indígenas en el reconocimiento de sus derechos, la historia del movimiento indígena mundial y la promulgación de la ley 89 de 1890 que establece la adjudicación de resguardos, impulsaron la consolidación de los movimientos indígenas en Colombia, quienes utilizaron la ANUC como espacios de encuentro y reuniones, en las que cada vez eran más evidentes las diferencias ideológicas entre campesinos e indígenas.

Es así como en 1971 se inicia la creación del consejo Regional indígena del Cauca CRIC, quienes asumen en 1972 la secretaria técnica indígena de la ANUC, un espacio que fue creado previamente con el ánimo de que los indígenas tuvieran participación. Sin embargo, las ideologías y los intereses siempre fueron diferentes y en el 4to congreso de la ANUC en 1977, el CRIC decide romper relaciones con la ANUC. Para entonces internamente dentro del CRIC ya habían nacido otras organizaciones de otras regiones y/o con ciertas ideas diferentes, entre ellas las Autoridades indígenas en marcha hoy Autoridades Indígenas de Colombia AICO. En el gobierno del presidente Belisario Betancur se reconoce a las organizaciones indígenas en cabeza de la Organización Nacional Indígena de Colombia ONIC, un paso importante para las comunidades indígenas porque lograron hacer parte de la Asamblea Nacional Constituyente (Yama 2012) y se inicia la conformación de otras organizaciones locales como la Unidad Nacional Indígena del Pueblo Awa- UNIPA.

Solo hasta 1991 el Estado colombiano reconoce en la constitución política los derechos sociales y culturales de los pueblos indígenas, y es el momento en que las organizaciones indígenas

empiezan a hacer visibles sus formas de vida, con el ánimo de que sus derechos desde las formas de pensar diferente sean respetados.

En Nariño El pueblo de los Pastos hace parte del Movimiento de Autoridades Indígenas de Colombia AICO, el pueblo Awá está representado por la Unidad Nacional Indígena del Pueblo Awá- UNIPA y los ingas están representados por el CRIC.

Estas formas de organización nacional son importantes porque determinan las formas de organización al interior de los resguardos en cada uno de los pueblos originarios, con ciertas diferencias ideológicas y culturales, que se juntan en algunos procesos de luchas por los derechos colectivos que los cobijan.

La historia del proceso económico y político nacional permite entender el comportamiento de las organizaciones locales como el caso de las empresas comunitarias indígenas, fruto de los procesos sociales que se gestan en el país, empresas que desde su agencia defienden su ideología, su cultura, su lengua y su raza en el marco del respeto por la diferencia y la inclusión, en este caso fundamentados en las formas de producción y economías

### **1.1. Metodología**

La metodología tuvo tres etapas: la primera etapa fue de preparación, antes de salir a campo, en esta se definió los conceptos básicos, y se revisaron investigaciones anteriores referentes al tema; en la segunda etapa se realizó el trabajo de campo con tres empresas comunitarias de tres pueblos indígenas: Inga, Pasto y Awá; y en la tercera etapa se realizó la sistematización, organización y análisis de los datos obtenidos.

#### **Tres etapas**

1.- Etapa de preparación y previa a la fase de campo, escritura de marco teórico, revisión de investigaciones similares.

2.- Etapa de campo

Se desarrollaron varias herramientas para obtener la información que permitiera abarcar los objetivos del estudio.

**Primer objetivo: 1.** Caracterizar a tres Mipymes comunitarias del sector alimentario rural de los pueblos indígenas Pastos, Ingas y Awa en el departamento de Nariño. Estas tres organizaciones se seleccionaron porque fueron las empresas que participaron y participan del proyecto de Economías Propias, que adelanta el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en concertación con los pueblos indígenas a nivel nacional. Si bien de Nariño han participado también otras empresas, por facilidad de acceso se decidió trabajar con estas tres, las cuales son comunitarias, lideradas por comunidades indígenas, hacen parte del sector alimentario y han permanecido por más de cinco años en los mercados.

Para validar los factores de éxito de las Mipymes rurales de tipo comunitario, se realizó un estudio de caso que comenzó con la caracterización de tres Mipymes con el fin de escoger el caso más exitoso para mantenerse en el mercado. Robert Stake (1994) señala que el método del estudio de caso es útil para optimizar la comprensión del fenómeno, más que para la generalización de leyes de aplicación universal. La elección de este método busca identificar los temas y variables que ayuden a validar los factores que tienen incidencia mayor en el éxito de estas Mipymes y las condiciones para su impulso.

La identificación de los tres casos se realizó con una encuesta (Anexo 1), que permitió evaluar diferentes variables como el número de años de permanencia del negocio, el número de socios (empresarios), abordando las 5 áreas de una empresa (organizativa, administrativa, financiera, productiva y de mercadeo), para conocer el comportamiento y el estado de desarrollo.

Todas las familias seleccionadas para el desarrollo del estudio se autodefinen como indígenas, en consideración a que el territorio elegido se sabía previamente que era territorio de resguardo. Los tamaños de las organizaciones se dieron de forma aleatoria, es decir que no fueron una variable considerada previamente. Al reconocerse como indígenas las personas en Colombia asumen ciertos deberes y adquieren derechos que son atribuidos desde la Constitución política de 1991. Entre sus deberes está el cumplimiento al plan de vida, el cual se desarrolla en cada uno de los territorios con sus particularidades y legislación propia. En dichos planes de vida se estipulan las formas de organizar los territorios, las formas de administración de recursos y la protección de los mismos.

Se realizó una segunda encuesta a algunas familias que integran cada una de las empresas. La encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de una población más amplia, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (García Ferrando; Manuel, 1992).

Las poblaciones para la primera encuesta son todas las Mipymes rurales de tipo comunitario que existen en los tres resguardos de estudio: Aponte, El gran Cumbal y El Edén en el departamento de Nariño y las familias que las conforman. La muestra son tres empresas comunitarias de tres pueblos indígenas de Nariño; una por cada municipio, la empresa comunitaria Cumbe del resguardo indígena El Gran Cumbal, en el municipio de Cumbal. La empresa de producción de panela del resguardo El Edén en el municipio de Ricaurte, con el pueblo Awa y la empresa de producción de café especial del resguardo Inga del municipio de Aponte. Las empresas fueron seleccionadas por la investigadora, por condiciones de acceso y comunicación directa con los coordinadores de las tres organizaciones La unidad de análisis son las Mipymes rurales de tipo comunitario.

La población para la segunda encuesta fueron todas las familias de las tres Mipymes rurales de tipo comunitario previamente seleccionadas. La muestra fue al menos el 10% de las familias de cada empresa comunitaria. 4 de 10 familias en la empresa de producción de panela del resguardo El Edén en el municipio de Ricaurte en el pueblo Awa, 30 de 315 familias de la empresa de producción de café especial del resguardo Inga del municipio de Aponte y 6 de 10 familias de la empresa comunitaria El Cumbe del resguardo de Cumbal. Las familias fueron seleccionadas por la investigadora, por condiciones de acceso y por el deseo de participar de las mismas familias. La Unidad de análisis en este caso son las familias rurales que hacen parte de la Mipyme de tipo comunitario. Las familias fueron escogidas por disponibilidad de tiempo de las mismas, quienes de manera voluntaria accedieron a brindar la información.

Después de caracterizar los tres casos (que corresponden a tres Mipymes), se trianguló la información y comparó los resultados con los cuales se analizó el segundo objetivo: Identificar

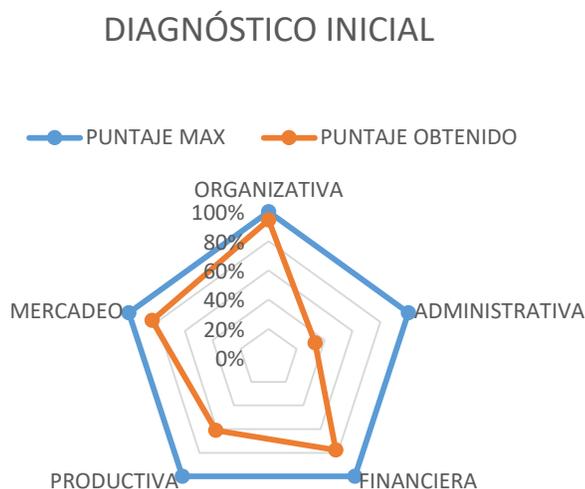
los factores que permiten a las tres Mipymes, de los pueblos indígenas Pastos, Ingas y Awa, construir socialmente los mercados. para ello se realizó un acercamiento con entrevistas a profundidad con diferentes actores que intervienen en la gestión de las empresas comunitarias (anexo 2 con guía de entrevista) y se realizó un trabajo etnográfico con una familia de cada una de las empresas comunitarias. La población son las 335 familias que hacen parte de las tres Mypimes indígenas del sector alimentario de tipo comunitario de Nariño, la muestra fueron 3 familias seleccionadas por la disponibilidad que muestran las familias en recibir a la investigadora, quien hizo contacto directo con ellas. La unidad de análisis es la familia, familias que están vinculadas a cada empresa. El trabajo etnográfico se realizó de 3 a 4 días en cada una de las familias, con base en la guía etnográfica tomada del proyecto Ekomer (2016) (ver anexo 3), lo cual permitió tener datos para analizar los mercados desde el enfoque de construcción social, aportando de manera directa al cumplimiento del objetivo general. La selección de cada una de las familias objeto de estudio se realizó por recomendación directa de los representantes de cada empresa, con quienes se concertó los horarios y el alcance del trabajo.

### **3.- Etapa de Análisis**

Posterior al trabajo de campo se hizo necesaria la presentación y análisis de los resultados, “esta sección comprende tres partes fundamentales: los hechos, su análisis y su interpretación, estos se presentan en forma de textos, cuadros, gráficos y/o figuras” (Ander-Egg 1995, 410). Para sintetizar la caracterización de las Mipymes exitosas en los mercados se tomará como exitosa aquella que en la encuesta puntúa por encima del 50% en las variables de desarrollo en las áreas: financiera, administrativa, organizativa, de mercadeo y productiva, la cual se presenta en la herramienta tela de araña como se muestra en el ejemplo.

## Ilustración 0.1. Cotización radial

Método gráfico para interpretación de resultados



Fuente: Resultados de la aplicación de encuesta

Por cada una de las organizaciones se presenta este resultado y el puntaje obtenido por cada una de las áreas. El gráfico de cotización radial, es una representación gráfica de los resultados obtenidos y permite hacer comparaciones entre las diferentes categorías de estudio, este gráfico también es conocido como gráfico *tela de araña*. Por cada una de las categorías se ha fijado una meta del 100% y a partir de ahí se analiza cuales están más o menos cerca.

Los factores de éxito de las Mipymes se analizaron por cada uno de los factores encontrados a la luz del marco teórico, luego se hizo una triangulación de los datos de la encuesta, la entrevista y el trabajo etnográfico, para obtener las conclusiones del presente trabajo.

Finalmente “las conclusiones se agruparon por temas, ordenándolas según su orden de importancia, resumiendo los principales hallazgos, el significado de los datos obtenidos y las sugerencias para investigaciones futuras” (Ander 1995, 410).

Con la caracterización de la Mipymes comunitarias y la identificación de los factores, será viable analizar la construcción social de los mercados, en cualquiera de los sectores productivos que se decida analizar.

## Capítulo 2

### Características de las Mipymes rurales de tipo comunitario en el departamento de Nariño

En el Departamento de Nariño hacen presencias 6 pueblos indígenas: Cofanes, Ingas, Pastos, Awá, Quillacingas y Eperara Sipidara. En cada uno de estos pueblos indígenas se han configurado y estructurado formas de organización y producción propias, conservando sus particularidades, prácticas y características. Las tres empresas objeto de estudio, reflejan esto en la producción de alimentos. Estas apropian en sus procesos formas de organización, estrategias de producción y de comercialización acordes a su cosmovisión indígena; lo cual permite, el capital social y cultural, el posicionamiento y permanencia en las dinámicas del mercado. En el presente capítulo se expone el proceso de identificación de las empresas y la caracterización de cada una de ellas, en el marco del proceso de estudio de esta investigación.

Un primer criterio para escoger las empresas objeto de estudio ha sido su participación en los encuentros de economías propias impulsado por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo de la República de Colombia, los cuales se vienen adelantado desde el año 2015; dichos encuentros buscan fortalecer los procesos de comercialización de los productos agroindustriales y artesanales que los pueblos indígenas de Colombia producen. El programa valora la identificación de los procesos de producción y economía propias. De Nariño participan el pueblo Inga, Pasto y Awá.

El segundo criterio para seleccionar estas empresas, es que cumplan con la condición de ser empresas comunitarias,<sup>3</sup> para validar este criterio se revisó las bases de datos de las cámaras de comercio de los municipios de Pasto e Ipiales, dicha entidad es la encargada de hacer el registro mercantil de diferentes entidades de carácter público, privado y mixto (CONFECAMARAS s.f.), y se evidenció que efectivamente estas organizaciones comunitarias que ofertan algún tipo de bien y/o servicio en el mercado no se hallan registradas.

---

<sup>3</sup> Empresa comunitaria: creadas a partir de la reforma agraria, como empresas del sector rural, que hacen actividades en las que aportan trabajo familiar en la producción, comercialización y transformación de los productos agropecuarios, con el ánimo de cubrir necesidades de los integrantes de la empresa y la comunidad en la que viven.

El tercer criterio fue su condición étnica, lo cual determina la pertenencia a un pueblo indígena, a un régimen de propiedad particular y a una organización político-administrativa autónoma. En Colombia según la ONIC<sup>4</sup> existen 102 pueblos indígenas registrados, los cuales tienen autonomía, régimen jurídico especial y propiedad colectiva.

El último criterio es la permanencia de estas empresas en el mercado regional y la producción de alimentos en el mismo. Según datos de la Superintendencia de Sociedades en Colombia cada año se liquidan en promedio 137 empresas de todos los sectores económicos, las empresas identificadas tienen al menos 5 años de estar en funcionamiento y trabajan algún producto alimentario.

Las empresas que cumplieron estos criterios y fueron seleccionadas para esta investigación fueron:

La empresa de café Kusny, la cual produce y comercializa café en pergamino y café tostado y molido, actividad realizada por la comunidad que hace parte del resguardo Inga ubicado en el corregimiento de Aponte en el Municipio de El Tablón de Gómez-Nariño, proceso impulsado por el Cabildo<sup>5</sup> Inga de Aponte y liderado por el Cabildo Menor de Economía.

El segundo sujeto de estudio de esta investigación es la Empresa Comunitaria El Cumbe. Ubicada en el resguardo indígena del pueblo Pasto “El Gran Cumbal” en el municipio de Cumbal-Nariño, empresa reconocida legalmente por el ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de la República de Colombia, dedicada a la producción y comercialización de cuy.

Y la tercera empresa identificada es la impulsada por el resguardo indígena El Edén del Pueblo indígena Awá, el cual se encuentra ubicado en el municipio de Ricaurte-Nariño, La producción de esta empresa es la caña panelera, la cual es transformada en panela con la utilización de un trapiche comunitario artesanal.

---

<sup>4</sup> ONIC: Organización Nacional Indígena de Colombia.

<sup>5</sup> Cabildo: Corporaciones municipales creadas por el imperio Español para el manejo administrativo de las ciudades y que después los indios lo apropiaron en sus propios procesos de organización.

Con los tres casos seleccionados se realizó una encuesta previamente propuesta en la metodología, de la cual se analizan algunos factores empresariales de cada una de las asociaciones. Se obtuvieron los siguientes resultados.

### **2.1. Empresa de Café Kusny**

La empresa de café Kusny hace parte del resguardo Inga de Aponte. El pueblo Inga es descendiente de los Incas del Perú. En Colombia el pueblo Inga habita en los departamentos del Putumayo, Cauca y Nariño (ACNUR 2011).

En el Departamento de Nariño el municipio del Tablón de Gómez cuenta con un resguardo Ubicado en el corregimiento de Aponte, que en lengua Inga es “wuasikamas” que traduce cuidadores de territorio de la gran frontera de la nación Inca.

La Empresa de Café Kusny surge como iniciativa a la sustitución de cultivos de uso ilícito que se venía presentado en este resguardo. La problemática de la presencia de cultivos ilícitos tiene su origen en 1985 cuando hacen presencia grupos armados ilegales (guerrillas y paramilitares) en este territorio; inicialmente el M19, luego el Ejército Popular de Liberación EPL, posteriormente el Ejército de Liberación Nacional ELN, las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia FARC-EP y por último grupos paramilitares.

Las primeras muertes que se dan son hacia 1988 cuando el ELN asesina a los primeros indígenas de la comunidad de Granadillo y se generan los primeros desplazamientos internos en la comunidad. Las mujeres en esencia son las más afectadas, especialmente por el hecho de ser mamás, la sensibilidad de ver a sus hijos que mueren y que nadie puede darles explicación ni protección, y son las mujeres las que empiezan a buscar medidas de solución (Hernando Chindoy, video: capítulo 9 A Viva Voz Resiliencia, 2017).

En diciembre de 2002 se posesiona como gobernador indígena el señor Hernando Chindoy quien emprende el proceso de recuperación del territorio, a través del saneamiento de tierras del resguardo.

En el 2003 se genera el primer acuerdo de decir “No más Amapola”. Un gran paso que le permitió al pueblo Inga fortalecer sus principios en términos de tierra-organización e identidad. El 2004 se inician las mingas de erradicación manual de cultivos de amapola, mingas en las que participaban desde 25 hasta 400 personas. Había gente que lloraba, porque decía es mi esfuerzo, pero también se daba cuenta del daño que esto había causado (Hernando Chindoy, video: capítulo 9 A Viva Voz Resiliencia, 2017).

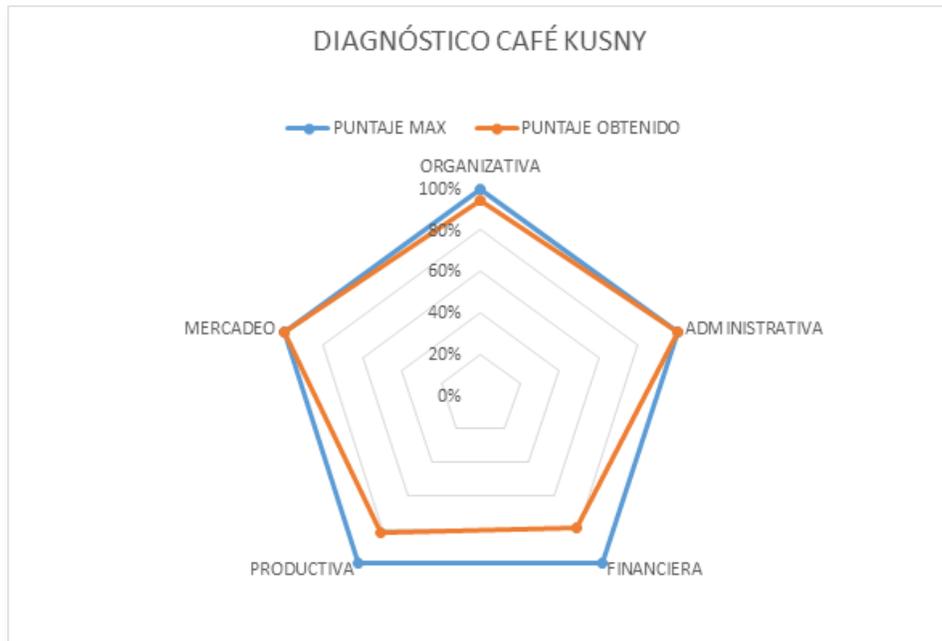
Para ese entonces se implementaba en Colombia el programa familias guarda bosques, que consistía en que a cada familia se le entregaba un incentivo económico por hacer sustitución de cultivos ilícitos, sin embargo los indígenas del resguardo de Aponte plantearon al gobierno un acuerdo diferente que consistió en entregar el incentivo individual a una bolsa colectiva o común administrada por el cabildo y con el cual se pretendió atender de manera integral a las familias que sembraban amapola en esta comunidad. Fue para esta época que se reemplazó la amapola por otros cultivos de uso lícito, siendo el café el de mayor importancia. Con el legado siempre de mantener la armonía con la naturaleza como principio de vida del pueblo Inga (JM Lombana, levantamiento de campo 2017).

Así, desde el 2002 y hasta la fecha 315 familias y alrededor de 600 hectáreas de tierra asignadas a la comunidad del pueblo Inga se dedican a la producción de café.

### **Percepción inicial de la empresa**

En el primer acercamiento que se tuvo con cada una de las empresas se aplicó una encuesta con el fin de tener un primer diagnóstico en sus niveles de organización, administración, mercadeo, financiero y de producción. En el caso de la empresa de café Kusny los resultados fueron los siguientes:

Ilustración 00.1. Diagnóstico Café Kusny



Fuente: Resultados de la aplicación de encuesta

Los datos permiten explicar que la empresa de café Kusny, tiene un alto grado de desarrollo en el área organizativa, de mercado y administrativa y un menor grado de desarrollo en las áreas financieras y productivas. En el tema organizativo la persona encuestada asegura que están organizados como empresa alrededor del negocio del café hace más de 5 años, lo que los ha llevado a establecer ciertas reglas y acuerdos, por ejemplo, que las reuniones de la organización se hacen de manera muy frecuente al menos una vez por mes.

El nivel de organización les ha permitido que como empresa desarrollen varios proyectos que van a favor de mejorar la calidad de vida de todos los socios; aunque muchos de ellos no son precisamente de producción de café. Dichos proyectos se trabajan desde la organización, logrando capacitaciones con organizaciones externas que fortalecen las capacidades técnicas y administrativas de la toda la organización.

Del área administrativa en general se puede decir que la empresa tiene organizado su archivo, cuenta con personal contratado para este tema, con reglas y funciones previamente establecidas, experiencia que la han logrado con el tiempo y esfuerzo de todos los que intervienen.

Financieramente café Kusny tiene muchas acciones adelantadas; empezando que las ventas se hacen con su respectiva factura, si así lo requiere el cliente. Los productores conocen los costos de producción y con base en ello se establece el precio de venta y las utilidades, en el área contable un profesional les apoya, existe un documento escrito que traza los lineamientos del plan de trabajo, dicho documento está contenido en el plan de permanencia de vida del pueblo Inga.

Cuando requieren financiamiento para alguna actividad Café Kusny puede acudir a las entidades bancarias y muchas veces ha sido el cabildo mayor quién les facilita el acceso a préstamos.

Con base en la encuesta se puede determinar que Café Kusny presenta algunas falencias en el área de producción porque no se ha podido establecer una forma estándar de producción en finca, pues cada uno de los agricultores siembra, cosecha y hace el proceso de beneficio (selección, lavado y secado) en condiciones diferentes; por su parte al cabildo menor de economía le es difícil hacer un seguimiento y acompañamiento técnico e incluso financiero a los 315 productores, de ahí que cada uno de los agricultores emplea agro insumos que los adquieren de manera individual, sobre los cuales tampoco se tiene un correcto seguimiento de aplicación, sin embargo hasta el momento esta situación no ha afectado la calidad de café que aquí se produce, gracias a la experiencia que tienen ya los agricultores.

Las tecnologías que emplean para la producción de café en general son adecuadas, la planta de producción de café tostado y molido utiliza máquinas y herramientas acordes a las cantidades de producción que se obtienen, pero se presentan falencias en el proceso de beneficio (lavado y secado), debido a que muchos de los secaderos son obsoletos y/o están en mal estado.

### **Organización para la producción del Café Kusny**

Para entender la producción de café en la comunidad indígena del pueblo Inga de Aponte-Nariño, es necesario entender la organización interna de esta comunidad. La organización de la

comunidad indígena está determinada por una estructura orgánica piramidal en cabeza del cabildo mayor, elegido por las comunidades para gobernar su territorio. Internamente para ejercer la gobernabilidad del territorio el cabildo mayor se apoya en 6 cabildos menores,<sup>6</sup> siendo para el caso de esta investigación el cabildo menor de economía.

El cabildo menor de economía viene impulsando la comercialización del café en articulación con la Federación Nacional de Cafeteros. El café que produce esta comunidad está catalogado con denominación “Especial”, lo cual le genera un valor agregado en la cadena de valor. Según la federación de cafeteros son cafés especiales “aquellos valorados por los consumidores por sus atributos consistentes, verificables y sostenibles, por los cuales están dispuestos a pagar precios superiores, que redunden en un mejor ingreso y un mayor bienestar de los productores” (Federación Nacional de Cafeteros s.f.).

Estas características se obtienen entre otras, por las condiciones biofísicas, pues la ubicación geográfica del resguardo hace que el café que se produce en estas zonas sea catalogado como café de altura, permitiéndole que cumpla con las exigencias de calidad en sabor y aroma, lo cual hace atractivo para los mercados más exigentes, incluyendo los de tipo exportación.

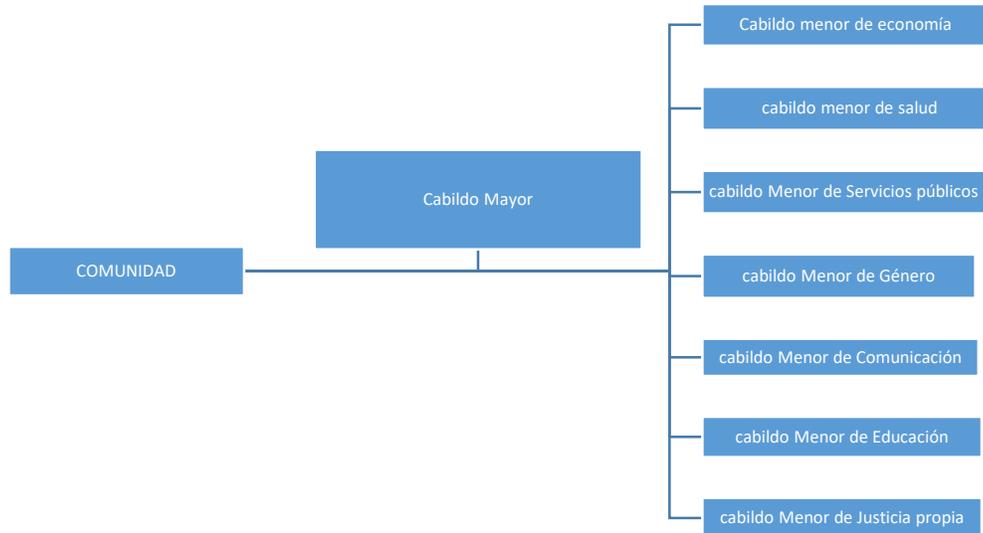
Esta forma de organización permite aumentar la participación social y política de todos los actores territoriales, que les permiten desarrollar liderazgos en diferentes áreas sociales. El cabildo<sup>7</sup> Inga de Aponte está organizado de la siguiente manera:

---

<sup>6</sup> su organización se apoya en 6 cabildos menores: género, servicios públicos, Economía, justicia, educación y salud propia. Cada uno de los cabildos menores es liderado por un coordinador y han desarrollado diferentes gestiones en aras de fortalecimiento del cabildo mayor. Las funciones y alcance de todos los cabildos está expuesto en el Mandato Integral de Vida para la Pervivencia del Pueblo Inga de Aponte (2009).

<sup>7</sup> Cabildo: Es la autoridad mayor que representa a los indígenas de un Resguardo.

Ilustración 2.0.2. Organigrama de gobernabilidad territorial del pueblo Inga de Aponte



Fuente: Datos tomados de esta investigación

### **Cabildo menor de Justicia**

La justicia propia para el pueblo Inga de aponte es un tema importante en los propios modelos de gobernanza, este cabildo es el encargado de velar por dar cumplimiento al mandato de vida, a mantener la unidad y los procesos de hermandad dentro y fuera de la comunidad. Quién incumpla las reglas ya institucionalizadas es sancionado a usos y costumbres propias del resguardo Inga, amparados en la legislación especial indígena.

### **Cabildo menor de comunicaciones**

Su principal objetivo es fortalecer los temas de cultura y educación, que a través de la emisora indígena fortalece los procesos comunitarios y la lengua propia.

### **Cabildo menor de salud propia**

Este cabildo está liderado por los médicos tradicionales, los sabedores y ex cabildantes. Desde su cosmovisión fortalecen los procesos de salud basados en la espiritualidad y el uso de plantas medicinales, así como el cuidado de la alimentación propia.

### **Cabildo menor de servicios públicos**

Se encarga del cuidado y administración de los servicios de agua potable, alcantarillado y manejo adecuado de las basuras de las cuales se aprovechan los residuos orgánicos en una planta de abonos construida y administrada por los mismos comuneros del resguardo.

### **Cabildo menor de educación**

Fundamentado en el sistema de educación propia, liderado por los étno educadores quienes desde las instituciones educativas tienen como misión el fortalecimiento de la cultura, la lengua y las formas de vida propia.

### **Cabildo menor de género**

Se encarga de los procesos que adelantan las mujeres y sus familias, desde aquí se coordinan acciones y programas a favor de las familias indígenas, en cabeza de las mujeres ingas.

### **Cabildo menor de economía**

Tiene como misión el fortalecimiento de los procesos de producción propia y las formas de otras economías.

El desarrollo de la presente investigación se coordinó con el cabildo menor de economía con apoyo del cabildo mayor.

### **Producción**

La producción de café se realiza en parcelas entregadas<sup>8</sup> en posesión a los caficultores, el sistema de siembra es policultivo, intercalando con otros productos como plátanos, frutales y árboles

---

<sup>8</sup>Territorio colectivo: en Colombia, a partir de la constitución de 1991 se reconoce a las comunidades indígenas el derecho a la propiedad colectiva de la tierra y el derecho al fuero indígena que es el derecho a impartir justicia y educación propia con base a la ley de rigen (El derecho mayor); en el caso de las comunidades indígenas además se reconoce a sus territorios como Entes Territoriales lo que implica la toma de decisiones con recursos propios que les otorga el Estado. A partir de esto se han afianzado los territorios indígenas como territorios colectivos ya que la toma de decisiones la hace la comunidad indígena y a partir de esto se ejecutan y de esta manera se transforman los territorios de manera colectiva. A partir de 1993 se da el reconocimiento a las comunidades afro descendientes y a sus territorios sin otorgarles el reconocimiento de Entes Territoriales, lo que significa que se auto determinan pero sin recursos.

nativos. Ninguna de las parcelas visitadas maneja la producción de café como monocultivo. Las características de las parcelas visitadas son las siguientes:

Tienen una extensión de al menos una hectárea de tierra, con cultivos intercalados de café, plátano y frutales; la distancia entre siembra entre mata y mata de café es de un metro y medio, en terrenos mayormente inclinados. Algunas parcelas poseen reservas de agua que ellos mismos cuidan.

(...) en el cultivo de café también hay guineo, aguacate, plátano, limón, naranja, plantas medicinales y una parte de bosque nativo. El bosque se conserva para poder tener agua para los mismos cultivos y animales. El predio tiene 2 arroyos que abastecen de agua a toda la finca. En la parte de arriba de la finca don Bolívar tiene 5 cabezas de ganado y un caballo. subimos y les dio a beber agua, cerca del ganado tiene su antigua casa en la que asegura que vivió más de 20 años con su esposa y sus 3 hijos, pero tuvo que huir del lugar porque la guerrilla saqueó su vivienda y los obligó a salir (Diario de campo miércoles 17 de mayo, 2017).

### **Tecnologías**

El cabildo Inga cuenta con una planta de procesamiento de café, con una infraestructura que permite obtener café tostado y molido. El proceso de recolección, despulpado y beneficio del café lo realiza cada familia en su finca, para lo que se utiliza principalmente mano de obra familiar y formas propias de cosecha y post cosecha; si bien la principal mano de obra que se usa en las parcialidades de los integrantes del resguardo para la producción de café es la familia, se observa que en periodos de cosecha se emplea mano de obra de afuera o se apela a prácticas tradicionales como la minga, la mano prestada, el concertaje o la contratación de mano de obra de las familias vecinas.

Se realizó una encuesta a las 30 familias dedicadas a la producción de café, con el fin de caracterizar sus sistemas de producción. El 44.6% de los productores tenía más de 50 años de edad de los cuales el 100% aseguró dedicarse a la producción de café desde hace más de 5 años. La encuesta la respondieron mayoritariamente los hombres, quienes dedicaban más tiempo a las labores de cultivo, cosecha y post cosecha del café, mientras que las mujeres preparan los alimentos para los trabajadores en tiempos de cosecha de café. El café en Aponte se combina con

otros árboles frutales, mayoritariamente cítricos. Las familias en promedio tienen  $\frac{1}{4}$  de hectárea dedicada a la producción del café. El 95% cuenta con sistema de secado en regular estado, solo el 5% asegura tener un sistema de secado eficiente y en condiciones adecuadas. Los cultivos de café de este territorio no presentan enfermedades de broca, ventaja atribuida a la altura, las condiciones climáticas y riqueza del suelo. Las familias destinan en promedio 2 kilos de café mensuales para autoconsumo y el 85% para venta. El 96.2% de los encuestados aseguraron haber recibido algún tipo de asistencia técnica y/o capacitación, en temas de producción, beneficio, citación y calidad del café. El 95% dijo haber hecho solicitudes de créditos para la producción en finca. El 100% de las familias aseguran que su tenencia de tierra es por escritura de cabildo y aseguran que hacen cuidado de las fuentes de agua y propagación de árboles nativos.

La mano de obra que emplean es familiar y de afuera, en promedio están vinculadas 20 personas durante 5 meses, tiempo en el que se hace recolección y cosecha del cultivo de café. Ninguna de las familias se dedica exclusivamente a la producción de café, por el contrario la producción es diversificada. Entre los productos con los que se intercala está la producción de ganado de doble propósito, especies menores como cuyes, gallinas ponedoras, producción de caña panelera, plátano y frutales como limón, naranja, moras, entre otros. El café es un cultivo permanente y las plantas de la comunidad Inga fueron plantadas en promedio hace más de 8 años.

### **Comercialización**

El proceso de comercialización de café se hace mediante tres canales de comercialización que son: venta directa, a través de los intermediarios y por medio del cabildo menor de economía. Los intermediarios son personas encargadas de recolectar el café de los pequeños productores y los llevan a la federación de cafeteros que tiene sede en la cabecera municipal del municipio Tablón de Gómez.

Por su parte el Cabildo menor de economía con el ánimo de fortalecer los procesos productivos y económicos, basados en los principios de autonomía alimentaria, desarrollo autónomo y auto gestión, en coordinación con el cabildo mayor promueven la comercialización de productos como: café, huevos semi-criollos, panela y artesanías, a través de cambalaches (trueques),

Mindalas y ferias. Los cuales se comercializan bajo la marca propia “Herencia” logrando hasta el momento participar en diferentes espacios y ferias tanto locales, como regionales y nacionales.

En el caso del café se pudo observar que las familias producen su café en sus fincas y lo llevan hasta el poblado de Aponte, el cabildo menor realiza la prueba de calidad y hace la compra con dinero en efectivo. Para el año 2017 el kilo de café en pergamino se compró a un precio promedio de \$7.200 pesos, desde ese momento el cabildo es quien hace la negociación directa con los clientes. El café pergamino se comercializa con la misma federación de cafeteros y el café tostado y molido es llevado a las ferias y clientes directos que ya conocen el producto y hacen sus pedidos. La libra de café tostado y molido se vende en \$12.000 pesos. La venta del café permite el costeo de gastos de mantenimiento y funcionamiento de la planta de café, así como los gastos básicos del personal que hace parte del cabildo menor de economía. Las utilidades se distribuyen a través de proyectos productivos que benefician a todos los comuneros del resguardo.

A manera de síntesis podemos decir que esta empresa se caracteriza por tener los siguientes elementos que permiten que el café Kusny sea exitoso y mantenerse en el mercado.

En aponte las 315 familias que producen café, lo hacen en cada uno de sus predios y después de la cosecha se reúnen para hacer la transformación y posterior comercialización.

Si referenciamos a Long quien habla sobre la importancia de los actores en la mercantilización podemos observar que en el proceso de producción, transformación y comercialización del café Kusny del cabildo inga de Aponte, son muchos los actores que intervienen. Primero en la parte de producción los productores y sus familias, así como el cabildo inga de Aponte por medio del cabildo menor de economía quien es el encargado de toda la organización y seguimiento a los productores. Segundo en el proceso de secado y transformación es determinante la participación del cabildo menor de economía en alianza con la federación de cafeteros a través de cafés especiales quienes establecen el mercado del café en pergamino y/o tostado y molido.

Finalmente, en el proceso de comercialización los actores que hoy intervienen son; el gobierno local, el gobierno nacional a través de los ministerios como el de Agricultura y Desarrollo Rural, El Ministerio de Comercio Industria y Turismo, que han propiciado ferias y mercados para que el

café y los productos del cabildo de aponte logren más y nuevos mercados. (Datos obtenidos del trabajo etnográfico), tal como lo narra en entrevista el coordinador de Justicia:

Recuerdo que se tenía en pie un proyecto bueno que venía, sino que a veces en el manejo de las autoridades los que están de paso en los cabildos, un año, dos años, sino se gestiona durante ese tiempo se pierde. Yo me recuerdo en el 2011 había un proyecto en la *Gobernación de Nariño*, cuando estaba el doctor Navarro, no recuerdo el nombre del proyecto como tal, pero era para los productores de café, y se decía que cada cafetero iba a ser beneficiado como con dos millones de pesos, para que la gente mejore su calidad de café, los patios de secado, las máquinas despulpadoras, iba a ser un proyecto bueno, incluso en algunas partes, que si se podía hacer renovación se entregaban semillas, le daban todo. Suministrarle lo necesario y más aún en la parte técnica también traían los ingenieros para que se hagan las cosas bien, pero como le digo, han habido tiempos, donde los gobernadores se han descuidado, (...) que cuando se cambia mucho al personal de los cabildos menores, muy a menudo, se está un año, se está avanzando en tal cosa, y si lo cambian ese avance se corta y no va a seguir, personas nuevas, con otra mentalidad o con otro propósito, entonces mire que en el 2011, 2012, se hizo la gestión con café de Nariño, las ZAS le decíamos nosotros, en la gobernación nos aprobaron un proyectico de 30 túrbeles para lo de esos secadores que hacen de plástico y 30 despulpadoras de café, eso estaba avalado por cerca de 100 millones de pesos, proyecticos que en ese tiempo estuve yo al frente del *cabildo menor de economía*, hicimos esa gestión y se logró y se llevó a cabo, pero de ahí para acá, pues yo no he visto cosa que a los cafeteros les hayan dado, por parte de los miembros del cabildo menor de economía (CJ – 02 líder indígena, en entrevista con la autora, abril 2017).

Lo anterior permite explicar también las relaciones más o menos institucionales que se establecen en los territorios en torno a los mercados, el tipo de relaciones a las que se refiera Abramovay (2006). Café Kusny institucionaliza relaciones directas con organizaciones públicas o privadas, con las entidades territoriales como: el cabildo Inga en una relación de identidad y autonomía, que fortalece su forma de organización; la Gobernación de Nariño una relación de cooperación que les permite acceso a recursos públicos y la Federación Nacional de Cafeteros una alianza de tipo comercial.

Las dinámicas territoriales a las que se refiere Berdegué, Escobal y Bebbington pueden ser explicadas por varios elementos; primero la Estructura de acceso y uso de la tierra y otros

recursos naturales, en Café Kusny por ejemplo, la tierra es de propiedad colectiva, las tierras poseen títulos colectivos o comunitarios, basados en el principio de que *la tierra no se vende solo se hereda*. Lo más importante es que esta forma de tenencia de tierra es reconocida y aceptada por los habitantes en el territorio, así lo refieren en entrevista Fidencio Ordoñez: “como acá no se tiene títulos de tierra sino solo las adjudicaciones, entonces hay que llevar las certificaciones que les da el cabildo, así le hacen el préstamo, sino es complicado” (CJ – 02, líder indígena, en entrevista con la autora, abril 2017). El reconocimiento legal también lo ha otorgado el Estado, ejemplo de ello es el acceso al sistema financiero, quienes otorgan créditos bajo este tipo de tenencia, aceptando el reconocimiento de los documentos que internamente tramitan los cabildos.

Lo anterior además permite explicar un segundo elemento: las estructuras productivas y su interacción con los mercados, se puede analizar como las dinámicas que se gestan alrededor de la producción de café determinan acciones frente al mercado financiero, en entrevista se asegura que: “A los cafeteros los créditos se los hacen los bancos, más el Banco de Bogotá, que es el que respalda a los cafeteros, con el mismo técnico del municipio se hace la gestión para que cuando uno tenga una renovación de un cultivo de café, le otorguen prestamos en el banco” (CJ – 02, líder indígena, en entrevista con la autora, abril 2017). Y en el caso del cabildo menor de economía, quien le otorga los créditos es el mismo cabildo mayor. “Lo hace el mismo cabildo por medio del cabildo mayor, como tiene su propio Número de Identificación Tributaria- NIT,<sup>9</sup> su personería jurídica, donde está reconocido a nivel nacional como cabildo, entonces si el cabildo menor de economía dice que necesita un préstamo, el cabildo mayor de economía le sirve como fiador o el puentecito para poder conseguir ese recurso” (CJ – 02, líder indígena, en entrevista con la autora, abril 2017).

Otro de los elementos fundamentales que plantean los autores es la importancia de la conexión con las ciudades a la hora de establecer los mercados; al respecto Café Kusny está en cercanía al centro poblado del Municipio Tablón de Gómez a una distancia de 11 km, los cafeteros para vender su producto y/o entregarlo a la cooperativa ya sea de manera directa o a través del Cabildo Menor de Economía, deben llevar el café hasta la cabecera municipal, sólo cuando la producción

---

<sup>9</sup> Número de Identificación Tributaria: asignado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacional DIAN, de manera única para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos con obligaciones tributarias, administrativas y de control.

de café es muy poca se prefiere entregar el producto a los intermediarios, con el único fin de evitarse gastos de transporte. La ciudad más cercana al resguardo es San Juan de Pasto, a una distancia de 80 kilómetros, un tiempo aproximado de viaje de 3 horas.

Al respecto uno de los caficultores se refiere:

J: ¿Para venderlo a la cooperativa, se lo compran acá o tienen que sacarlo?

A: No. toca llevarlo.

J: ¿Hasta dónde?

A: Al tablón

J: ¿Y allá quien establece el precio?

A: Eso viene de allá. Ya de la Federación.

K: Según la calidad.

A: Si. Por factor<sup>10</sup> (AM – 04, productor de café, en entrevista con la autora, abril 2017).

En general como lo conceptualiza Abramovay existen en Kusny algunas reglas de un mercado estable, que se explican por los derechos de propiedad ya definidos a través de los títulos colectivos de los resguardos, la estructuras de gobernanza que se coordina con el Cabildo Menor de Economía, en respuesta al plan de permanencia de vida, así como los acuerdos de intercambio ya definidos (peso, medidas, pagos, asegurar cumplimiento de contratos), en el caso del café principalmente en alianza con la Federación Nacional de Cafeteros. Aunque se pudo observar en varias ocasiones durante el trabajo de campo que de manera permanente el cabildo busca espacios en nuevos mercados y logran participar en diferentes ferias y mercados satelitales que organiza tanto el gobierno local como el gobierno nacional de Colombia a través del Ministerios de Comercio, Industria y Turismo y El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, que les permiten a largo plazo establecer internamente estrategias de control sobre los productos y los proceso de organización.

## **2.2. Empresa Comunitaria El Cumbe**

Para entender las formas de producción y organización de la Empresa Comunitaria El Cumbe, es necesario entender los procesos de conformación Territorial en la que esta se ubica. Así entonces

---

<sup>10</sup> Factor: Aspectos específicos que determinan la calidad del café.

es necesario contextualizar la forma de organización del Pueblo indígena Pastos, en el que está inmersa la empresa.

El Territorio del Gran Pueblo de los Pastos es un pueblo milenario, tal como lo narra el cronista Pedro Cieza de León, quien llegó a este territorio y dice al respecto: "esta villa de Pasto digo que tiene más indios naturales sujetos que ninguna ciudad ni villa de toda la gobernación de Popayán y más que Quito y otros pueblos del Perú... y cierto sin los muchos naturales que hay antiguamente debía ser muy poblado porque es admirable de ver que con tener grandes términos de muchas vegas y riberas de ríos y cierras, altas montañas no se andará por parte que no se vea y parezca haber sido poblada y labrada del tiempo que digo..., También comarcan con estos otros pueblos cuyos nombres son: Ascual, Mallama, Túquerres, Sapuyes (Zapuyes), Iles, Gualmatán, Funes, Chapal, Males, Ipiales, Pupiales, Turca, Cumbal, Guaca y tuza... todos estos pueblos tenían y tienen por nombre Pastos, que quiere decir población hecha en tierra de pasto" (Cieza de León citado por Mamian 1993, 9).

Mamian evidencia la riqueza paisajística y cultural del pueblo de los Pastos, que explica "una diversidad de identidades étnicas que luego adquirieron una nueva identidad bajo un nombre agrupador eliminando las unidades étnicas ancestrales" (Yamá 2012, 102), explicación que sustenta las transformaciones territoriales, modos de vida y de producción que hoy existen en los resguardos<sup>11</sup> indígenas que hacen parte del pueblo.

En Nariño el pueblo de los Pastos limita con el departamento del Cauca y está conformado por 23 resguardos indígenas distribuidos en 15 municipios.<sup>12</sup> En el Municipio de Cumbal- Nariño se ubican cuatro resguardos indígenas: Gran Cumbal, Panam, Chiles y Mayasquer. Según el Censo del Resguardo indígena El Gran Cumbal se registra una población de 6.000 indígenas.

---

<sup>11</sup> Los resguardos son las tierras indígenas reconocidas por el Estado como propiedad comunitaria, para uso de una comunidad. "Constituye la unidad político-administrativa (el área territorial). Validado por la ley 89 de 1890" (Pastas 2017).

<sup>12</sup> El municipio es la entidad territorial fundamental de la organización político - administrativa del Estado Colombiano. Goza de autonomía política, fiscal y administrativa dentro del marco establecido por la Constitución Política de 1991 y la Ley.

El interés de esta investigación se centra en el estudio de caso de la Empresa comunitaria Cumbe ubicada en este resguardo. El territorio del gran Cumbal se formaliza como resguardo según título colonial N° 228 de 1908, que enmarca los cuatro resguardos que existen hasta hoy, y que luego, estos mismos linderos sirvieran para delimitar el municipio de Cumbal” (ALCALDIA MUNICIPAL DE CUMBAL 2008, 14). Su nombre es en honor al cacique “Cumbe”.

El resguardo indígena del Gran Cumbal basa su economía en la explotación del sector primario, se destaca principalmente la producción de leche, papa, pastos, hortalizas, haba, ganadería, porcinos, gallinas, cuyes y ovejas; productos que se obtienen mayoritariamente en las zonas rurales, mientras que la zona urbana el principal renglón de la economía lo ocupa el comercio, seguido por el sector servicios, la industria y el otras actividades como el procesamiento de alimentos, el expendio de alimentos y bebidas, almacenes agropecuarios, estaciones de servicio, clubes e instituciones de servicio educativo y de salud y la venta de servicios farmacéuticos y cosméticos como droguerías, salones de belleza, peluquería y barbería. (Plan de desarrollo 2008-2011).

En general la producción agropecuaria del sector primario se caracteriza por ser minifundista, con sistemas de producción artesanal, que no generan economías de escala. Las tierras son ocupadas para la producción de diferentes cultivos como los transitorios. La papa por ejemplo ocupa 225 hectáreas sembradas y el haba 30 hectáreas. En hortalizas la arveja es el cultivo que más se cosecha con 5.975 ha, seguido por el repollo con 368 ha, la coliflor 316 ha, el cilantro 279 ha y la remolacha 62 ha. (Consolidado agropecuario de Nariño, citado por Plan de Desarrollo 2008-2011).

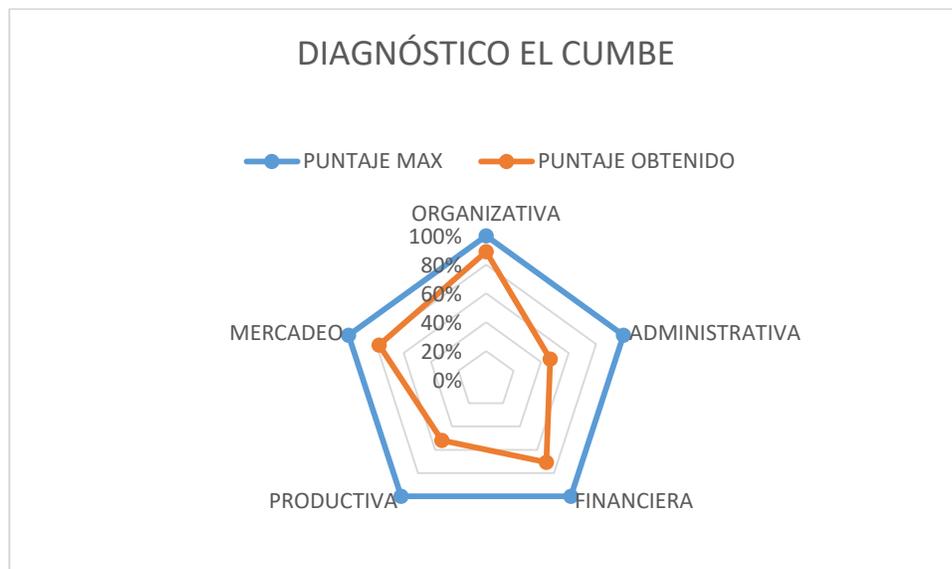
En el sector pecuario se destaca la producción de ganado y especies menores, con 2.307 predios de explotación bovina registrados en el año 2007, 11.450 especies porcinas explotadas, 140.000 truchas arcoíris cosechadas. En lo que refiere a especies menores se reporta para el 2007; 7.200 aves de postura, 13.500 aves de engorde y 38.000 cuyes (Consolidado agropecuario de Nariño, citado por Plan de Desarrollo 2008-2011).

La producción de pasto es distribuida entre las diferentes actividades, 550 ha de pasto destinada para corte, 12.700 ha, para pradera tradicional, 4.200 en pradera mejorada y 3.880 área beneficiada con riego. Los productores agrícolas tanto campesinos como indígenas emplean la asociatividad como principal forma de organización. Para el año 2017 la Unidad de Asistencia Técnica Agropecuaria UMATA del municipio de Cumbal, registra un total de 60 asociaciones de tipo agropecuario, de las cuales al menos 10 de las que se hallan activas se dedican a la producción de Cuy.

### Primera percepción de la empresa

En el primer acercamiento que se tuvo con la empresa se aplicó la encuesta con el fin de tener un primer diagnóstico en sus niveles de organización, administración, mercadeo, financiero y de producción. La encuesta de esta empresa fue respondida en reunión general de todos los socios, quienes adicionalmente hicieron algunas apreciaciones a las preguntas, las cuales permiten explicar el funcionamiento de la empresa. Los resultados se presentan a continuación:

Ilustración 2.0.3. Diagnóstico Empresa Comunitaria El Cumbe.



Fuente: Resultados de la aplicación de encuesta

El gráfico deja ver que la empresa comunitaria El Cumbe, presenta mayores fortalezas en el área organizativa, seguida por el área de mercado, financiera y en menor medida las áreas administrativa y productiva. Según datos de la encuesta la empresa lleva más de 5 años de estar

organizada alrededor de la producción de cuy. Las reuniones se hacen de manera periódica cada mes, por mutuo acuerdo de todos los socios, en las cuales se tratan temas claves para la organización.

La Empresa Comunitaria Cumbe ha trabajado varios proyectos en aras de mejorar las condiciones de vida de todos los socios, entre los que más recuerdan están; un proyecto de vivienda, la construcción de las instalaciones de la empresa que consta de 5 galpones y el salón de eventos dotado de jaulas y algunas herramientas de trabajo, y un proyecto que se obtuvo con el ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural llamado “Oportunidades Rurales”, con el que se logró avanzar en la construcción de la misión, visión, política empresarial y capacitaciones en la estandarización de la producción, diseño de marca y publicidad.

En general todos los socios se han capacitado en temas técnicos tanto en el área de producción como en temas de ventas y de mercadeo. Capacitaciones impartidas por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural a través del programa Oportunidades Rurales, la Unidad de Asistencia Técnica Municipal UMATA del municipio de Cumbal y la Fundación Panamericana para el Desarrollo FUPAD a través del programa Economías Propias del Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Los productores afirman que toda esta formación les permitió que estandarizaran en algunos aspectos el proceso de producción y entendieron que bien pueden producir en los galpones de la asociación o en cada una de sus casas, pero finalmente el cliente hace negociación con la asociación, lo que implica que todos deben tener al menos la misma raza y alimentar el cuy de la misma manera en este caso únicamente hierba sin concentrado

La comercialización aún la hacen de manera individual; los socios se juntan para cumplir con los pedidos de algunos clientes, pero cada uno recibe el dinero de la venta de manera individual y solo aporta a la asociación una cuota mínima de ahorro mensual, con la cual se cubren algunos gastos mínimos de funcionamiento. Administrativamente la asociación no tiene personal contratado y quien cumple estas funciones es el representante legal en ocasiones con el apoyo de los integrantes de la junta directiva.

En el área financiera los socios conocen de manera empírica los costos de producción de un cuy, con base en los cuales establecen un precio de venta, aunque muchas veces este precio de venta este influenciado más por las condiciones climáticas al momento de hacer la venta. Según los productores en épocas de verano la falta de hierba hace que la oferta aumente puesto que muchos productores prefieren vender a bajos precios y no esperar a tener pérdidas mayores por falta de alimento, en épocas de invierno el precio tiene a ser más estable.

La empresa no lleva un registro contable, la tesorera lleva únicamente un cuaderno de notas en el que registra los aportes de los socios y los gastos que se generan. Los encuestados aseguran que en la parte económica cuentan con respaldo de la alcaldía y el cabildo, entidades que les apoyan en la gestión de recursos.

El cuy tiene un mercado local en el sur de Colombia por lo que es difícil que se establezca alianzas comerciales en otros sectores. Sin embargo, la Empresa Comunitaria Cumbe ha logrado avanzar en la búsqueda de mercados con el municipio de Tulcán (Ecuador), logrando éxitos importantes en ventas mensuales.

### **Organización para la producción de cuy**

La empresa comunitaria “El cumbe” es una organización conformada por familias indígenas del resguardo Indígena El Gran Cumbal de la vereda Boyera, sector El Laurel, legalmente reconocida por el ministerio de agricultura y Desarrollo rural el 17 de diciembre del 2001, mediante resolución N° 00673. Los socios de la empresa se registran como núcleos familiares, por cada familia se registran de 2 hasta 3 socios, los cuales pueden ser incluso menores de edad, con un total de 12 familias. La empresa es “comunitario porque hace parte toda la familia esposo, esposa e hijos” (AC – 05, representante legal empresa comunitaria, en entrevista con la autora, 03-junio- 2017).

### **¿Cómo nace la empresa Comunitaria El Cumbe?**

A nosotros nos asesoró un señor del INCODER. La primera iniciativa que se hizo fue formular un proyecto de vivienda y en esa gestión don Marceliano Jamiroy que era el senador indígena en ese entonces, nos hizo el acompañamiento al ministerio de vivienda para ir un poco más apadrinados. En ese entonces nos acompañó por la IPS indígena de Cumbal, el colegio indígena CUMBE con

FINDETER para unas Aulas. En ese tiempo yo era el representante, no tenía mucho conocimiento andaba como apegado.

El que nos ayudó a asesorar fue el doctor Sergio Rodríguez que trabajó en INCODER, entonces desde ahí empezó, quien había sido un grande amigo con el senador Jamioy, y dijo vamos y visitamos el...como dicen con el cristo presente allá con el que va a pedir.

(...) en ese tiempo el senador entró a otra entidad, allá como que les daban por comisiones de plata yo nose como era, por dependencias y entonces dijo a parte de lo que les ayudaban para las obras del CUMBE, les sobra plata como 300 millones y dice senador en que los van a invertir? Entonces de ahí nace la idea y porque no nos ayuda a nosotros.

Entonces decía que unas aulas en el putumayo, pero de pasada nos ayudó para un acueducto pequeño. Entonces ahí fue que ya se hizo medio día.

La idea de asociación fue por la vivienda, pero a través del cabildo. Y el senador me dijo y en que queris trabajar. El cuy en ese tiempo no tenía mucho mercado, pero se trató de convencerlo que se trabaje en una empresa agropecuaria, ahora si nos dedicamos a los cuyes, pero está abierta para todo (AC – 05, representante legal empresa comunitaria, en entrevista con la autora, 03 de junio 2017).

Para la Empresa comunitaria cumbe la máxima autoridad es la asamblea, y está liderada por una junta de administración en la que actúa como representante legal el señor José Álvaro Chirán y en la que las familias tienen derecho a inscribir en la empresa a tres socios, teniendo en total 36 socios afiliados. Las reglas, derechos y deberes están claramente expuestos en los estatutos de la empresa.

El registro se logró con la oficina jurídica del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural:

J: ¿Y ante quién está registrada?

A: está registrada ante el Ministerio de Agricultura

J: ¿en qué año se registraron?

A: en el 2007 perdón en el 2001

J: ¿y ustedes cómo hicieron para hacer el registro?

Nosotros pues viajamos allá a Bogotá y ahí hablamos con una agencia de asesoría jurídica, en donde tenían conocimiento de fundaciones y empresas hacían los registros a las fundaciones que son más

grandes, y también empresas como la nuestra, allá no lo mandan a la cámara de comercio porque tiene más poder de gestionar a nivel Internacional. Entonces eso nosotros lo podemos hacer, pero como tampoco conocemos el tema de las convocatorias internacionales no lo hemos hecho, ósea que ya es por nosotros porque jurídicamente se puede. Nos asesoró un señor que anteriormente trabajo en INCORA, digamos lo que ahora es INCODER entonces se nos dijo que allá había ese programa, la misma Agencia de Tierras que se podían, pero en la misma Agencia de Tierras se tuvo que hacer el reconocimiento (AC – 05, representante legal empresa comunitaria, en entrevista con la autora, junio 2017).

### **Producción**

La empresa Comunitaria El Cumbe adelanta diferentes proyectos productivos tales como: producción de Shagras (modelo de producción Andino: sistema diversificados de alimentos en un mismo lote), gallinas ponedoras, producción de especies menores. Siendo la principal línea de producción la crianza y comercialización del cuy. El cual es producido mediante formas tradicionales sin el uso de alimentos sintéticos. El cuy que produce la empresa el Cumbe, es alimentado con pastos y plantas medicinales que se recolectan de manera artesanal en las fincas y sus alrededores.

Se pudo observar que las familias hacen la producción de pastos y producción de cuyes en cada uno de los predios familiares y a la vez en las instalaciones de la empresa Comunitaria el Cumbe, la comercialización la hacen de manera individual y en ocasiones de manera conjunta, cuando los clientes requieren altas cantidades de productos que individualmente no lograrían reunir. En entrevista con los socios de la empresa aseguran:

Estamos organizados 5 por galpón y entonces cómo cada galpón tiene sus jaulas y sus planchones Entonces eso va por filas, por decir algo una fila una familia otra fila otra familia ósea hay 6 filas en cada galpón alcanzarían 6 pero como son no son tantas familias entonces pusimos de a 5 y la que sobra queda como reserva para todos (AC – 05, representante legal empresa comunitaria, en entrevista con la autora, junio- 2017).

La producción del cuy se realiza en 5 galpones que producen al mes un aproximado de 500 cuyes, un total de 6.000 mil cuyes al año. En cada uno de los galpones se agrupan 5 familias, con

un promedio aproximado de 100 cuyes cada uno, los cuales están distribuidos según el ciclo biológico de cada una de estas especies, en ese sentido existen cuyes que están: de desparto, medianos, grandes, reproductoras y machos. La capacidad instalada en cada galón es para 600 cuyes, para un total de 30.000 cuyes en los 5 galpones.

Se observó durante el trabajo de campo que las familias de la empresa El Cumbe no solo se dedican a la producción de cuyes, sino que se dedican también a la producción de ganado para leche y engorde, cría de gallinas ponedoras y pollos, cría de ovejas y a la producción de cultivos como papa, verduras, frutales, plantas medicinales, que son obtenidos bajo el sistema productivo de la Shagra. Algunas familias conservan árboles nativos en variedades como pumamake, acacias, entre otros.

La producción de cuyes se hace, una parte en los galpones comunitarios y otra cantidad en cada una de las casas. La hierba para la alimentación es llevada por cada familia en horas de la mañana y es producida en cada uno de los predios, esto sucede porque como empresa no cuentan con un lote de terreno propio destinado para pastos.

La producción se reúne para ser comercializada de manera conjunta, ya que la empresa tiene pedidos grandes y solo es posible cumplir con el aporte de la producción de todos los socios.

Para conocer mejor los procesos de producción de la empresa se realizó una encuesta a 6 familias que hacen parte de la Empresa Comunitaria El Cumbe, con el fin de caracterizar sus sistemas de producción de cuyes. El 44.6% de los productores tenía más de 50 años de edad de los cuales el 100% aseguró dedicarse a la crianza de cuyes hace más de 5 años.

La encuesta fue respondida en su mayoría por amas de casa, quienes dedicaban más tiempo a la crianza de cuyes bajo un sistema tradicional. En promedio tienen 100 cuyes por familia, criados en jaulas y galpones, separados por: sexo, edad y gestantes. La alimentación se hace prioritariamente con pastos, hierbas medicinales y alfalfa, en muy pocos casos usan concentrado para la alimentación. La principal enfermedad reportada fue la peste o neumonía en un 90%. Las familias destinaban en promedio 4 cuyes mensuales para autoconsumo y el 28.2% para venta. El

96.2% de los encuestados aseguraron haber recibido algún tipo de asistencia técnica y/o capacitación, el 95% dijo haber hecho solicitudes de créditos para la producción en finca. El 100% de las familias aseguran que su tenencia de tierra es por escritura de cabildo. Dentro de las actividades comunitarias las familias aseguran que hacen cuidado de las fuentes de agua y propagación de árboles nativos.

La mano de obra que emplean es 100% familiar y en promedio están vinculadas 2 personas por familia en esta actividad productiva. Ninguna de las familias se dedica exclusivamente a la producción de cuyes, por el contrario la producción es diversificada. Entre los productos con los que se intercala está la producción de ganado de leche, especies menores como conejos, ovejas y gallinas. Así como cultivos de papá, arveja, verduras, frutales, plantas medicinales y árboles nativos. Los ingresos mensuales en promedio son de \$350.000<sup>13</sup> por familia únicamente por la producción de cuy (un promedio de venta de 14 cuyes al mes). En general un cuy grande pesa aproximadamente 1.200 gramos, se obtiene en 120 días y su precio de venta oscila entre \$20.000 y \$25.000 pesos en pie, mientras que los de desaparto,<sup>14</sup> es decir los cuyes de aproximadamente un mes, se venden en \$7.000 pesos en pie, un cuy asado se vende entre \$30.000 y \$35.000 pesos.



Foto 1. Galpones de producción de cuyes de la Empresa Comunitaria El Cumbe.  
Fuente: Trabajo de campo

<sup>13</sup> 350.000 corresponden a aproximadamente a 130 dólares, un dólar son 2.700 pesos.

<sup>14</sup> Desaparto: Cuando un cuy recién nacido es alejado de su mamá con edad suficiente para sobrevivir.

Como se puede ver en la fotografía la empresa comunitaria Cumbe cuenta con la infraestructura necesaria para el desarrollo de actividades productivas, como el sector el Laurel no cuenta con salón de reunión, la empresa siempre ha puesto a disposición su salón para diferentes eventos comunitarios que así lo requieran.

A manera de síntesis podemos decir que esta empresa se caracteriza por tener los siguientes elementos que permiten que La Empresa Comunitaria Cumbe sea exitosa y se mantenga en el mercado.

Se pudo observar que las familias hacen la producción de pastos y producción de cuyes en cada uno de los predios familiares y a la vez en las instalaciones de la empresa comunitaria el Cumbe, la comercialización en la mayoría de los casos, es colectiva, la hacen entre todos, esto principalmente porque los clientes requieren cantidades de productos que individualmente no lograrían reunir.

La mano de obra es familiar y no solo se dedican a una sola actividad, sino que diversifican al interior de cada familia.

Referenciando a Long sobre la importancia de los actores en la mercantilización podemos observar que en el proceso de producción y comercialización del cuy de la empresa Comunitaria Cumbe, intervienen varios actores: en la etapa de producción participan los productores y sus familias, quienes se esmeran en obtener cuyes en las condiciones que sus clientes lo solicitan. El resguardo de Cumbal, a través de sus regidores, han permitido la gestión de recursos por medio de proyectos en beneficio de todos los socios; los vecinos del sector la Boyera actúan como interlocutores entre los clientes y los empresarios de Cumbe, pero además han logrado ser beneficiarios de los logros obtenidos por Cumbe. Por ejemplo, en el uso de las instalaciones físicas, al respecto dice uno de los socios (refiriéndose al salón de la asociación):

J: ¿aquí tienen casa comunal?

S: en este sector no, toda la vereda se reúne aquí en este salón aquí les préstamos para hacer las actividades: en diciembre, reuniones políticas, las políticas cuando vienen a buscar para los votos de alcaldes y gobernadores, aquí en este salón, aquí caben todos (AC – 05, representante legal empresa comunitaria, en entrevista con la autora, junio- 2017).

La plaza de mercados del municipio de Cumbal, es un espacio en el que interactúan compradores y vendedores de alimentos; es importante porque en tiempo de sequías o verano los productores de cuy ofertan a menor precio los cuyes con el fin de evitar pérdidas por falta de comida.

Otro actor importante es el gobierno local a través de la alcaldía municipal, quien a través de la Unidad de Asistencia técnica UMATA, acompaña a los socios de Cumbe en los ciclos de producción y en ocasiones en alianza con el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, aseguran el acceso a capacitaciones en el área que la empresa lo requiera, capacitaciones que se imparten de forma gratuita. Ya en la comercialización juega un papel importante el municipio de Tulcán, zona fronteriza con el Ecuador, de donde provienen los principales clientes del producto (JM Lombana, levantamiento de campo 2017).

Sobre las relaciones más o menos institucionales que se establecen en los territorios en torno a los mercados a las que se refiere Abramovay (2006), la Empresa Comunitaria Cumbe tiene relaciones establecidas mediante acuerdos comerciales con los consumidores locales.

Las dinámicas territoriales a las que se refiere Berdegue, Escobal y Bebbington pueden ser explicadas por varios elementos; primero la estructura de acceso y uso de la tierra, en Cumbe la tenencia de tierras es colectiva, una forma reconocida y aceptada por todos los socios, el lote en el que fueron construidos los galpones es incluso de tipo colectivo; al respecto en entrevista los socios aseguran:

J: ¿y el lote de la construcción cómo lo adquirieron?

A: Nos ayudó el Cabildo, esto como es título de Cabildo entonces Ellos nos dieron a la asociación, a la empresa nos hicieron el título la adjudicación (AC – 05, representante legal empresa comunitaria, en entrevista con la autora, junio- 2017)

Un segundo elemento del que hablan los autores son las estructuras productivas y su interacción con los mercados, las cuales en Cumbe se puede analizar con las dinámicas dadas alrededor de la producción de cuy, desde la recolección de hierba hasta la comercialización, que finalmente determinan acciones frente al mercado. Si bien cada uno de los socios hace la producción de

hierba en sus predios, los cuyes son cuidados y en especial alimentados con trabajo colectivo en los galpones, el trabajo colectivo permite que puedan capturar clientes que requieren grandes cantidades de producto.

Un último elemento es la importancia de la conexión con las ciudades a la hora de establecer los mercados; al respecto La Empresa Comunitaria Cumbe está en cercanía al centro poblado del Municipio de Cumbal a una distancia de 5 km y muy cercano a la ciudad de Tulcan- Ecuador, de donde provienen sus principales clientes, así lo aseguran los socios de Cumbe:

JM: ¿ya tienen clientes?

A: Si ya cada cual tiene sus clientes. De pronto algunos que necesitan arto entonces ya nos llamamos entre todos y reunimos la cantidad que nos piden y le reunimos. Por ejemplo, el cliente dice bueno déjimos Cuántos quiere y nosotros le decimos tantos tenemos, tanto disponemos reunir se le completa El cupo que está pidiendo, cuando ya piden mucho pues ya toca decirles que no. Algunos vuelven otros pues ya no.

J: ¿Recuerdan algunos clientes?

A: Algunos clientes son de aquí, otros son del Ecuador yo creo que son de Tulcán (AC – 05, representante legal empresa comunitaria, en entrevista con la autora, junio- 2017).

Citando a Abramovay existen algunas Reglas de un mercado estable, que se explican por los derechos de colectivos que La Empresa Comunitaria El Cumbe ha logrado establecer año tras año, la estructura de gobernanza con la que logran establecer reglas internas, como la división del trabajo y las formas de hacer la comercialización. Estas reglas son el resultado de ensayos previos con otras formas de trabajo y que no funcionarios, de ahí que solo la experiencia y en ocasiones a costo de pérdidas económicas los socios de Cumbe lograron establecer acuerdos que están aprobados por todos.

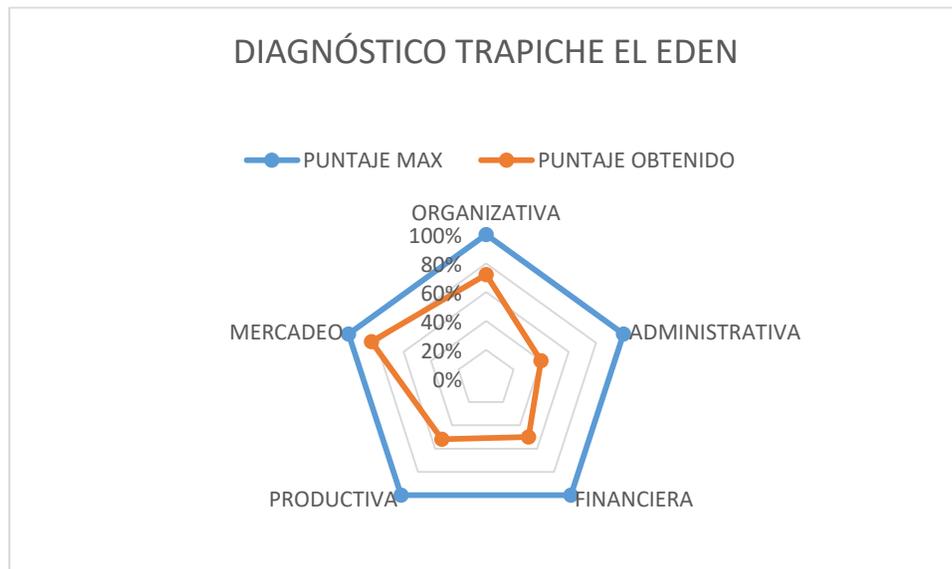
### **2.3. Trapiche panelero Resguardo El Edén**

El trapiche panelero del Resguardo El Edén hace parte del **Pueblo Awá** (Hombre de la montaña), habitantes del occidente del macizo Andino, se dice históricamente que es un pueblo originario que sobre vivió a los ataques de los españoles y descienden de las tribus que habitaban el rio Barbacoas y el pueblo pasto. Actualmente el pueblo Awá Kuaiker se ubica desde la cuenca del río Telembí hasta la parte norte de Ecuador. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE para el 2005 el pueblo Awá reporta 25.813 indígenas que pertenecen a esta

etnia, que habitan principalmente en el Departamento de Nariño 86,6%, en el Putumayo 11,3%, en el Amazonas el 0,8% y en las zonas urbanas el 7,3%. En Nariño se concentran predominante en los municipios de Ricaurte y Barbacoas (ACNUR 2011).

### Percepción Inicial de la Empresa

Ilustración 2.0.4. Diagnóstico trapiche El Edén



Fuente: Resultados de la aplicación de encuesta

El diagnóstico inicial del trapiche panelero de la comunidad Awá del resguardo El Edén, muestra que en las áreas de mercadeo y organizativa la empresa presenta mayores desarrollos que en las áreas administrativa, financiera y productiva. En el área organizativa, los comuneros trabajan hace 5 años en la producción de panela, se reúnen el último domingo de cada mes, los proyectos se buscan en beneficio de toda la comunidad con apoyo de terceros; generalmente profesionales indígenas que sienten algún grado de compromiso son las comunidades, algunos integrantes se han capacitado principalmente en la parte técnica de la producción de la panela, desde la plantación de las matas de caña hasta el procesamiento en panela para el consumo humano; sin embargo hasta el momento estos conocimientos no se han podido poner en práctica, por la falta de instalación de la maquinaria.

En el área administrativa hasta el momento no se lleva un archivo organizado del proceso de producción de panela, las tareas por ahora son repartidas entre el líder del grupo y los demás integrantes, aún no cuentan con manuales ni reglamentos de trabajo establecidos y generalmente venden sin factura.

En el área financiera en la venta de la panela los productores únicamente tienen en cuenta los costos de producción y no han establecido un margen de ganancia, no cuentan con un fondo de ahorro y hasta ahora las inversiones las han logrado con aportes del cabildo, la alcaldía municipal de Ricaurte y en ocasiones el aporte de dinero en efectivo de los socios.

No llevan contabilidad porque cada uno de los socios vende lo que produce, las ventas se hacen de manera individual y no ha sido necesaria la solicitud de créditos. Sin embargo, esperan que el proyecto de la adecuación para el trapiche panelero se dé y es en este momento el proyecto más ambicioso que ellos tienen.

El bajo nivel reportado en las áreas analizadas se explica porque el resguardo en general aún no ha podido poner en funcionamiento el proceso completo de la producción de panela, el proceso aún se hace de manera artesanal, es decir sin la maquinaria mínima necesaria para completar todo el proceso y diversificar el producto, afectando los rendimientos tanto técnicos como económicos de la organización.

Haciendo una comparación sobre el estado de desarrollo de cada una de las organizaciones, se puede inferir que la de mayor éxito en las 5 áreas analizadas es el café Kusny, seguido por la Empresa Comunitaria Cumbe y en un grado menor está el trapiche del resguardo El Edén. A lo largo del presente trabajo se explica los factores que han determinado el éxito de estas empresas.

### **Organización para la producción de panela**

El resguardo el Edén está liderado por el cabildo mayor que está integrado por 20 personas, dentro de sus actividades productivas han priorizado la caña panelera y en este momento están siendo fortalecidos a través de la asociación de paneleros El Edén.

## **Producción**

Si bien su principal producto es la panela, las familias producen Shagras integrales de frutales, yuca, maíz, frijol y alimentos del pan coger.

Se realizó una encuesta a una muestra de 6 familias dedicadas a la producción de caña panelera, con el fin de caracterizar sus sistemas de producción. El 44.6% de los productores tenía más de 50 años de edad de los cuales el 100% aseguró dedicarse a la producción de panela desde hace más de 5 años.

La encuesta fue respondida mayormente por los hombres, quienes dedicaban más tiempo a las labores de cultivo, cosecha y post cosecha de la panela, mientras que las mujeres se dedican a las labores del hogar. La caña panelera se siembra en asociación con plátano, guineo, frijol y frutales. Las familias en promedio tienen  $\frac{1}{4}$  de hectárea dedicada a la producción de caña. Los indígenas Awá del resguardo el Edén- Cartagena únicamente tienen un molino de caña en el que obtienen el guarapo de la panela y deben llevarlo a otros trapiches para ser procesado en panela. Las familias destinaban en promedio 10 cuadros de panela de un kilo para el autoconsumo, esto representa el 5% del total de la producción, es decir que el 95% es destinado para venta. El 96.2% de los encuestados aseguraron haber recibido algún tipo de asistencia técnica y/o capacitación, en temas de producción y transformación de la panela, asistencia que ha sido brindada por la Federación Colombiana de Paneleros- FEDEPANELA. El 95% dijo haber hecho solicitudes de créditos para la producción en finca. El 100% de las familias aseguran que su tenencia de tierra es por escritura de cabildo y aseguran que hacen cuidado de las fuentes de agua y propagación de árboles nativos.

La mano de obra que emplean es familiar. Ninguna de las familias se dedica exclusivamente a la producción de caña panelera, por el contrario la producción es diversificada. Entre los productos con los que se intercala esta la producción de ganado de doble propósito, especies menores como cuyes, gallinas ponedoras, pollos, plátano y frutales como limón, naranja y guayabas. La panela es un cultivo permanente y las plantas de la comunidad Awá del resguardo el Edén fueron plantadas en promedio hace más de 5 años.

## **Comercialización**

La comercialización se hace en el mismo resguardo y el excedente se lleva al mercado mayorista del municipio de Ricaurte.

## **Análisis comparativo de las tres Mipymes estudiadas**

Los tres casos de estudio presentan ciertas características básicas que los asemejan: primero la forma de organización y legalidad, que es influenciada por las propias formas de organización de los cabildos y resguardos a los que pertenecen, que además determinan las formas de producción y comercialización. A continuación, lo explica el sub secretario de agricultura de Nariño:

Haber yo creo que hay una gran diferencia en lo que son empresas comunitarias, según lo que hemos podido conversar frente a los procesos asociativos, muchos de los procesos asociativos están dentro de la filosofía de empresas comunitarias, aunque no tengan esa denominación, en el departamento de Nariño he tenido muy buenas experiencias de este tipo de organizaciones que están realizando labores sociales, labores productivas, y que han garantizado, solucionar los problemas locales de su gente, eso pienso que es bueno resaltar, que si bien es cierto, la figura jurídica, la parte legal, no las contempla como organizaciones comunitarias, si pueden estar cumpliendo un fin, que yo lo he denominado legitimidad de las organizaciones, una cosa es la parte legal y otra es la parte de la legitimidad de las organizaciones, y de esas pues, hay varias en el departamento, que se dedican a administrar distritos de riego, otras organizaciones comunitarias para mantenimiento de caminos, otras organizaciones comunitarias para solucionar la parte económica – productiva y creo que se podrían citar varias organizaciones distribuidas a lo largo y ancho del departamento (RF – 01 representante sec. Agricultura Dpto. Nariño en entrevista con la autora, mayo de 2017 ).

Se puede concluir que en general las empresas comunitarias responden a una serie de características sociales que desbordan las formas económicas del desarrollo.

Una segunda característica común es la forma de la tenencia de la tierra, que para las organizaciones indígenas es un tema fundamental, en los tres casos las tierras son títulos colectivos de resguardo, los cuales son entregados para ser usados y usufructuados a los propietarios a través de un documento de cabildo, que difiera de una escritura pública porque

quienes hacen uso de la tierra no podrán venderla a personas que no sean de la comunidad indígena, únicamente podrá cederse entre los mismos comuneros.

Esta característica de las tierras colectivas conlleva una serie de consecuencias positivas que determinan las formas de organización productiva y económica dentro de las comunidades. Se observa que en los tres casos de estudio los factores económicos como maquinaria y equipos son de carácter comunitario y están asentados en lotes de tierra de propiedad colectiva a nombre del cabildo. La condición de colectividad genera seguridad y garantías a las personas que trabajan en las organizaciones, porque saben que los recursos son de todos y que nadie podrá hacer uso de los recursos a manera individual, de ahí que todas las decisiones que afecten a la organización y/o los procesos de producción deben hacerse de manera concertada entre todos los comuneros.

## **Capítulo 3**

### **Factores que han Permitido a las Mipymes Rurales de Tipo Comunitario del Sector Alimentario Mantenerse en los Mercados**

Para dar respuesta a los factores que permiten que las Mipymes rurales de tipo comunitario del sector alimentario se mantengan en los mercados, se adelantó un trabajo etnográfico en tres familias, una por cada una de las empresas, en dicho trabajo se observó diferentes aspectos que evidencian los trabajos teóricos.

Los factores se clasifican en tres grandes grupos, los primeros tienen que ver con aspectos sociales, los segundos con aspectos económicos y los terceros con las condiciones territoriales e históricas en las que se halla cada una de las iniciativas de producción.

#### **3.1. Factores sociales**

##### **3.1.1. Capital social**

Las redes sociales que logran establecer los integrantes de las diferentes empresas comunitarias muchas veces determinan el acceso a los mercados locales, regionales y nacionales de los productos que obtienen los indígenas de las diferentes empresas comunitarias.

El capital Social Según Bourdieu (2000b) se puede evidenciar en cada uno de los tres casos de estudio, porque se han logrado consolidar redes de relaciones más o menos institucionalizadas, logrando el acceso a recursos basados en la pertenencia a un grupo, en este caso un grupo étnico.

Las redes y relaciones que logran establecer las organizaciones indígenas se generan internamente entre los cabildos y se expande a las organizaciones sociales locales y nacionales tanto indígenas como estatales, el gráfico muestra las redes que existen entre las empresas comunitarias, las organizaciones locales y nacionales indígenas.

Ilustración 3.0.1. Redes sociales empresas comunitarias y organizaciones indígenas



Fuente: Datos tomados de esta investigación

### Formas de Capital Social en Café Kusny

En esta investigación se evidenció que la empresa de Café Kusny posee un alto grado de capital social, porque tiene interna y externamente redes de relaciones institucionalizadas. Un ejemplo de ello es la Capacidad de sinergia que existe internamente entre los caficultores y la capacidad de relación de estos con la Federación de Cafeteros; que ha dado como resultado una alianza comercial importante. De esta forma se tiene establecido que el Cabildo Menor de Economía se encarga de acopiar el café, para posteriormente hacer la negociación directa con la Federación Nacional de Cafeteros, la sobre valoración en precio por calidad del café es redistribuida en proyectos sociales y educativos entre toda la comunidad Inga.

Cabe aclarar que un porcentaje de café es comercializado a través de la Federación y otro es comercializado a través de la marca propia “Kusny”. La marca con la que se comercializa es el resultado de las relaciones sociales internas que se han establecido, el hecho de tener un cabildo reconocido formalmente, inscrito ante el ministerio del Interior y de Justicia de Colombia, permite que la empresa y en general el pueblo Inga logre reconocimiento no solo nacional sino internacional.

Se observó que los Ingas participan de ferias y mercados satelitales, gracias a las invitaciones que les hacen diferentes entidades de orden local y nacional; resultado del lobby institucional que han

logrado establecer, fortaleciendo de esta manera su capital social y posicionando su marca y sus productos.

Inicialmente los ingas trabajaron por el posicionamiento de café Kusny, logrando excelentes resultados económicos y sociales. En este momento en ferias y mercados impulsan la marca “Herencia”; mediante la cual promocionan varios productos agrícolas que producen los Ingas de Aponte: huevos, panela, frutales, frijol y por supuesto el Café.

Así lo ejemplifica en entrevista el coordinador del Consejo de Justicia:

Si, se vende bajo la marca propia. El cabildo menor de economía también hace acopio de algunos lotecitos pequeños para suministrar ya el café procesado, la marca del café es “Kusny Gualimanda”, está en la lengua propia, que significa, café de altura. Ese café ha tenido buena aceptación hacia afuera, se hace el debido proceso, su tostión, molienda, empackado, y el cabildo menor siempre está ahí a la expectativa de quien lo necesita, quien quiere buena calidad de café. Se ha ido a participar a ferias desde Pasto, Popayán, hacia allá hemos ido al eje cafetero, a Bogotá, a varias partes del país a participar y -no el café siempre es reconocido por la buena calidad que tiene (CJ – 02, líder indígena en entrevista con la autora, marzo de 2017).

### **Formas de capital social en la empresa Comunitaria Cumbe**

En esta investigación se evidenció que la empresa Comunitaria Cumbe posee un grado importante de capital social, por algunas relaciones más o menos institucionalizadas, con algunas debilidades que interna y externamente se evidencian, se pudo observar por ejemplo que al menos 4 de las familias a las que se le aplicó la encuesta no se sienten conformes con algunas acciones y decisiones que de manera unilateral ha tomado el presidente de la junta; acciones que han repercutido de manera negativa en la confianza que debería existir entre ellos. Algunos de los socios manifestaron sus inconformidades (Diario de campo 29 de mayo).

Sin embargo y de manera promisorio se pueden ver algunas sinergias positivas entre los productores de cuyes y las instituciones locales como el cabildo indígena de Cumbal y la alcaldía de este mismo municipio; dicha relación les ha permitido dar a conocer el cuy que producen y

mantener relaciones estables con sus clientes, así como la participación en ferias locales y regionales en las que les es posible promocionar su trabajo.

Quizá es notorio que el capital social que se tuvo al momento de la creación de la empresa fue mucho más alto, tanto que fue posible que se diera una inversión tan importante que hoy se refleja en las instalaciones existentes de la empresa.

### **Formas de capital social en producción de panela Resguardo El Edén**

En la producción de Panela liderada por el Resguardo indígena El Edén, se pueden observar diferentes formas de capital social, se destaca por ejemplo las relaciones, reglas e institucionalidad que se dan al interior del cabildo y en un segundo nivel las relaciones que existen entre el cabildo y el Cabildo Mayor Awá de Ricaurte- CAMAWARI- organización en la que se agrupan los cabildo del municipio de Ricaurte y por otro lado las coaliciones que tienen estas dos entidades con la Unidad Nacional del Pueblo Awá UNIPA.

El trabajo conjunto de las organizaciones de nivel regional, local y nacional permiten que los procesos de producción se fortalezcan y generen impactos positivos en las comunidades.

#### **3.1.2. Procesos culturales**

Los procesos culturales hacen incidencia principalmente en la comercialización de productos que ofertan las empresas comunitarias objeto de estudio porque es a través de los encuentros como mingas de pensamiento, ferias y fiestas tradicionales, que los indígenas deciden y planifican inversiones y realizan alianzas comerciales. De ahí que la producción está determinada por sus tradiciones locales, su cosmovisión, usos y costumbres. Tradiciones que son evidentes desde el momento de la siembra como los ciclos lunares, los ritos de armonización de siembra y cosecha.

Según Bourdieu (2000b) el capital cultural presupone un proceso de interiorización, que cuesta tiempo, que debe ser invertido en el periodo de enseñanza y aprendizaje, pues no puede realizarse por medio del otro, es una acción indelegable. De ahí que la educación es esencial en la formación cultural y cuando este capital es incorporado se convierte en un habitus y pasa del “tener” al “ser”.

Las comunidades indígenas objeto de este estudio son una muestra clara de cómo han logrado mantener e interiorizar una serie de conocimientos y formas de vida que si bien se han transformado con el tiempo aún hacen parte de su ser. La lucha como siempre lo han manifestado es la defensa y la supervivencia de su pensamiento, su esencia en sus formas de vida, las cuales se heredan de una generación a otra, aunque la lucha de culturas sigue latente. Por un lado, la cultura del capitalismo y el consumismo que ha logrado permear las culturas indígenas y por el otro lado los indígenas intentando mantener el legado por el respeto a la naturaleza y de cierta forma conviviendo a través de la pluriculturalidad con las otras culturas que obligan a estar en un constante aprendizaje y des aprendizaje, hasta obtener una postura clara frente a las formas de vida.

En este sentido algunas comunidades indígenas han logrado, más que otras, mantener e interiorizar su propia cultura para lograr “ser”. El éxito puede atribuirse a muchos factores, entre ellos la planificación de sus acciones, las cuales son resultado del dialogo concertado entre todas las comunidades, a lo que muchos llaman “mingas de pensamiento”, pues ha sido a través de la oralidad que los pueblos indígenas han logrado transmitir sus pensamientos y demarcar sus formas de vida. Oralidad que a través de los años y por dar cumplimiento a la pervivencia como pueblos han sido plasmados poco a poco en documentos como: planes de vida, reglamentos internos, planes de acción, etc., como evidencias de las nuevas formas de cultura, como mandatos de vida.

Este tipo de capital a diferencia del capital económico no tiene valor comercial y resulta difícil atribuir ganancias a quien lo posee. Sin embargo, un claro ejemplo de la gran riqueza que este capital conlleva se evidencia en las tres organizaciones objeto de este estudio, para quienes su cultura es el legado más valioso y trasciende a muchos otros escenarios y es a partir de sus conocimientos que se forjan los procesos económicos, es decir que el capital cultural prima sobre el capital económico.

Los pueblos indígenas Pastos, Ingas y Awá tienen muy claro que:

(...) la acumulación de capital cultural desde la más temprana infancia -presupuesto de una apropiación rápida y sin esfuerzo de toda suerte de capacidades útiles- sólo tiene lugar, sin demora ni pérdida de tiempo, en aquellas familias poseedoras de un capital cultural tan sólido que hace que todo el periodo de socialización lo sea a su vez de acumulación (Bourdieu 2000b, 143).

Razón por la cual las organizaciones indígenas se esfuerzan por mantener e implementan mecanismos de educación que permiten que los niños y niñas interioricen su cultura y sus formas de vida, es así como de manera periódica se convocan a asambleas, mingas de pensamiento, mingas de trabajo, congresos, encuentros y reuniones en las que se planifican y toman decisiones conjuntas.

Por exigencia de los indígenas, en los territorios en que están asentados, las autoridades indígenas inciden de manera directa en los procesos educacionales a través de los étno educadores: docentes indígenas que se comprometen con la enseñanza de su propia cultura, promoviendo la educación diferencial y pluricultural.

### **Procesos culturales en Café Kusny**

Son muchas las influencias que viene ejerciendo la cultura de los Ingas en los procesos de producción de café y viceversa. Logrando materializar el capital cultura en capital económico, incorporando bienes simbólicos a lo largo del proceso de producción.

Un ejemplo claro y ciertamente notorio es la forma como el café Kusny construye su marca, su nombre y el empaque. (Imagen 3.2).

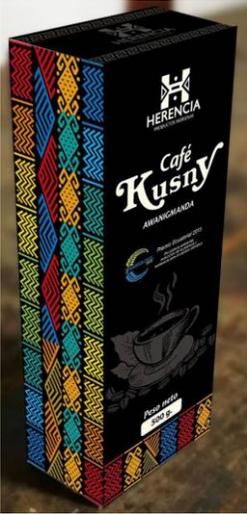
EMPAQUE	DESCRIPCIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El color blanco y negro del empaque simboliza los colores del vestido tradicional que usan los Ingas del Resguardo de Aponte.</li> <li>-Su nombre Café Kusny: en lengua propia significa café de Altura.</li> <li>- los diseños geométricos en variados colores reflejan el tejido ancestral transmisor del pensamiento, que tradicionalmente es plasmado en su vestimenta.</li> </ul>

Foto 2. Marca y logo Café Kusny. Fuente: Datos tomados de la investigación

Las 315 familias que hacen parte de la organización y producción de café Kusny, son quienes con dedicación, organización, reglas e institucionalidad han logrado dar uso adecuado al capital económico al que le incorporan capital cultural y simbólico para poder obtener productos diferenciados y de la más alta calidad, lo que les atribuye a las organizaciones un mayor poder colectivo por poseer un capital cultural sólidamente establecido.

### **Procesos Culturales de la Empresa Comunitaria Cumbe**

Para la Empresa Comunitaria Cumbe, los procesos culturales del pueblo de los Pastos son muy acentuada. En todo el proceso de producción de cuy se observaron prácticas ancestrales que aún se siguen manteniendo; las formas de crianza y alimentación. Antes de que se construyeran los galpones en la Empresa Comunitaria Cumbe, las familias producían el cuy en las cocinas de las casas, y después de entender los problemas fitosanitarios que acarrea esta forma de tenencia, las familias le apostaron a la construcción de galpones. Es así como en este momento las familias utilizan los galpones de Cumbe pero también en sus casas aunque de manera artesanal (en madera y cubiertas de plástico) la producción se hace en galpones o jaulas y no en el piso de las cocinas.

EMPAQUE	DESCRIPCIÓN
	<p>El cuy es un alimento milenario que durante siglos han consumido las comunidades Andinas. El nombre Cumbe se deriva del cacique Cumbe, fundador del Gran Territorio de Cumbal.</p>

Foto 3. Logo Cuy Kumbe. Fuente: Datos tomados de esta investigación

Las 12 familias que hacen parte de la organización han establecido acuerdos internos y han logrado dar uso adecuado al capital económico al que le incorporan capital cultural y simbólico para poder obtener un producto alimenticio 100% natural, haciéndolo diferente y de muy buena calidad, generando a la organización afianzamiento en sus prácticas culturales.

### Procesos culturales en producción de panela Resguardo El Edén

En la producción de panela en el Resguardo El Edén en el Municipio de Ricaurte-Nariño, es necesario recordar que es un proceso que se genera como una alternativa productiva después de ser desplazados de sus tierras originarias a causa del conflicto armado que se presentó para estas épocas (año 2000). De ahí que la producción de panela (Imagen 3.4) es para los indígenas de este territorio un producto relativamente nuevo que conocen hace muy poco.

Presentación	Descripción
<p>Panela</p> 	<p>Hasta el momento esta comunidad comparte un molino de caña del que obtienen el guarapo. Y el trapiche está en proceso de construcción.</p>

Foto 4. Presentación de la Panela. Fuente: Datos tomados de esta investigación

### **3.1.3. Factores étnicos y capital simbólico**

Las formas de vida de los indígenas en los tres casos de estudio están determinadas por sus creencias, su espiritualidad y sus tradiciones. El respeto que guardan por la naturaleza les permite conservar su identidad, sus formas de hacer y sus formas de administrar. Las leyes que se establecen se enmarcan en el respeto al prójimo, la lealtad y la honestidad, valores que marcan la vida de los líderes y lideresas en los diferentes espacios.

El capital simbólico según Bourdieu conlleva lucha simbólica entre clases, tal como ha suscitado durante muchos años las luchas sociales entre campesinos e indígenas en Colombia, que en principio fueron generadas por la colonia española en tiempos de dominación y que luego el mismo Estado colombiano las promueve con la inadecuada implementación de la reforma agraria en el siglo XX, y las profundiza con la constitución de 1991

Fue el proceso de resistencia que llevó a los pueblos indígenas en Colombia a estructurar, durante todo este tiempo, su identidad étnica, logrando su conservación; para con ella ejercer cierto grado de poder estructurador y de construcción de la realidad que les permite establecer formas de conocimiento y de sentido del mundo. Los sistemas simbólicos se evidencian en acciones como la espiritualidad, las prácticas religiosas, la lengua, las formas de vestir y de pensar; que luego son llevados a las prácticas diarias en sus formas de gobernanza y organización, así como en los modelos de producción, en la educación, la salud, en general de sus prácticas diarias de vida.

En la medida en que han logrado estructurarlos, es decir llevarlos a la practicidad, se convierten en estructuradores de un territorio, generando diferencias entre un pueblo indígena y otro.

A continuación, se presentan ejemplos claros para cada uno de los tres casos de estudio.

#### **Factores étnicos en Café Kusny**

Dentro de los factores étnicos que inciden las prácticas de la producción de café Kusny, se pueden mencionar algunas como:

- Las fiestas tradicionales de los ingas se celebran con el carnaval de kalusturinda ó fiesta del arcoíris y de nuevo ciclo en honor a la alpamama (la madre tierra).
- Uno de los elementos que inciden en la conservación de una etnia y más aún en los procesos de resistencia y subsistencia de los pueblos indígenas es tener su propia lengua. Los ingas aún la conservan la “lengua Inga”, un gran logro atribuido a la constante generación de espacios de fortalecimiento, difusión y conservación.

Durante el trabajo de observación se evidenció como los procesos étnicos determinan las formas de vida de los indígenas, es así como durante esta investigación,

(...) en el Colegio se estaba adelantado una reunión con toda la comunidad, sobre la reubicación del pueblo que para estos días es el tema más importante en Aponte, porque una falla geológica afectó a todo el centro poblado. Es una condición del Cabildo que todos los comuneros participen de las mingas de pensamiento porque se está diseñando el “nuevo pueblo de Aponte”; el cual será reubicado y la intención es que se conserve la comunidad Inga y se aproveche para recuperar espacios físicos y de idiosincrasia que con el tiempo se han perdido. La intención es que esta vez en el pueblo prime lo indígena sobre otras formas de vida (JM Lombana, levantamiento de campo 2017).

En el caso de los caficultores todos los problemas generados por la falla geológica como: las migraciones, las pérdidas económicas que deja este fenómeno natural y todo el esfuerzo que conlleva la reconstrucción de Aponte, les genera no solo pérdidas en todos los ciclos de producción de café, sino que también desestabilización en sus vida familiar y social convirtiéndose en catástrofe para la comunidad.

Por ejemplo, para poder asistir a las mingas de reubicación del pueblo, los caficultores han tenido que aplazar sus cosechas, la mano de obra es cada vez más escasa, las ventas de café han disminuido y si bien las fincas no fueron afectadas por la falla geológica, las casas de los caficultores sí. Uno de los encuestados asegura que: “al parecer esta finca hace parte de los lotes en los que van a reubicar el pueblo” (JM Lombana, levantamiento de campo 2017), manifestando su incertidumbre sobre sus cultivos de café y sus fuentes de ingresos.

Es importante aclarar que han sido precisamente la identidad como pueblo Inga y la claridad que mantienen frente a su proceso de supervivencia, lo que los ha mantenido en lucha después de esta catástrofe. Su idiosincrasia, su espiritualidad y su cohesión como organización en este momento los mantiene y los sostiene.

### **Factores étnicos la Empresa Comunitaria Cumbe**

Esta empresa es de los tres casos la única que conserva la producción de un producto milenario para los pueblos indígenas, siendo Nariño el único departamento de Colombia en el que más se produce y se consume cuy. Esto afecta directamente a esta Mipyme en los procesos de mercadeo, porque el producto solo ingresa a mercados locales y en este caso particular al mercado internacional por hallarse en zona de frontera; lo que explica que el cuy no pueda ser ni ofertado ni comercializado en otras plataformas como las nacionales.

### **Factores étnicos en producción de panela Resguardo El Edén**

Para los pueblos indígenas Awá, la armonía con la naturaleza en efecto es la esencia de sus prácticas productivas para quienes la influencia de los ciclos lunares y la posición del sol determinan los procesos de siembra y cosecha y con ello las fiestas en homenaje a la fertilidad. Para el pueblo Awá la fiesta más importante es la siembra y cosecha.

Para el Awá Kuaiker el territorio es un espacio de vida que permite mantener el equilibrio con los espíritus y la naturaleza, que cuenta con lugares diferenciados para trabajar, cultivar, pescar, vivir y recrear el pensamiento; generando un verdadero respeto y armonía espiritual (UNIPA). La lengua nativa de los Awá es el awapit, la cual suele clasificarse en la familia lingüística Barbacoas, aunque también se le relaciona con lenguas de la familia Chibcha (ACNUR 2011, 13).

A lo largo de esta investigación se observó que la producción de caña en las diferentes fincas no se realiza a modo de monocultivo sino en forma de Shagra. Los paneleros articulan la caña con cultivos de guineo (Plátano), pollos, gallinas, cerdos, frutales y algunas legumbres. Es evidente que la culturización de traer un producto que tradicionalmente no lo producían les genera ciertas dificultades principalmente de rendimientos, sin embargo, es interesante ver como otras empresas de caña de la misma zona y con el apoyo de FEDEPANELA, la gente se capacita y se esmera por mejorar sus procesos de producción (JM Lombana, levantamiento de campo 2017).

## **3.2. Factores con valores comerciales**

### **3.2.1. Procesos de innovación**

La palabra tecnología hace referencia a la técnica de hacer las cosas, que puede estar combinado por el conocimiento del saber hacer y el uso eficiente de las herramientas y maquinaria que las facilitan.

El acceso a tecnologías modernas en Colombia y más aún dentro de las comunidades indígenas es un tema que no cuenta con asignación presupuestal, sumado al desconocimiento de las exigencias locales para obtener tecnologías adecuadas que sean funcionales en las condiciones territoriales existentes.

Sin embargo la ausencia de recursos ha hecho que las comunidades indígenas se organicen y propongan desde su propia visión las tecnologías y maquinaria que requieran, mediante gestión y negociación directa con los gobiernos locales, regionales y nacionales, gestión que buscan además el reconocimiento de la diversidad que respete por un lado las propias formas de organización y además y, lo más importante, las propias formas de producción, formas que muchas veces no encajan en las formas capitalistas de producción y que seguramente no generan la “rentabilidad” económica que espera el Estado.

Pese a todos los tropiezos en esta investigación se puede ver que esas otras formas de hacer tecnología si existen y las tres organizaciones en este estudio son un claro ejemplo de ello.

### **Procesos de innovación en Café Kusny**

El cabildo Inga de Aponte con negociaciones directas con el gobierno logró que los recursos que querían ser destinados de manera individual a las familias que hicieran sustitución de cultivos se invirtieran en un negocio rentable para todo el territorio Inga, en este caso la producción de café con la puesta en marcha de toda la cadena: plantación de cultivos, beneficiaderos de secado y planta de producción para café tostado y molido.

### **Procesos de innovación comunitaria Cumbe**

La empresa comunitaria El Cumbe logró el acceso a un lote de terreno en propiedad colectiva del resguardo de Cumbal, posteriormente y con la ayuda de algunos padrinos políticos consiguió la construcción de los 5 galpones y una casa de capacitación. Lo interesante de Cumbe es que lograron el apoyo para un producto que en Colombia “no” tiene mercado nacional como es el cuy, pero que tradicionalmente las familias indígenas de este resguardo lo producen y hace parte de la dieta alimentaria.

### **Procesos de innovación en la producción de panela en el resguardo El Edén**

Por su parte el cabildo indígena el Edén del pueblo Awá después de sufrir el desplazamiento forzado se ubicó cerca de la cabecera municipal de Ricaurte y emprendieron la lucha por querer producir caña panelera, para que esta se convirtiera en una fuente de ingresos. Sin embargo, los Awá no conocían del proceso de producción y con el tiempo aprendieron que la rentabilidad de la producción de panela está en la transformación de la caña a panela en cuadro o pulverizada. Fue entonces cuando decidieron gestionar un trapiche panelero que se administra de manera comunitaria. Es decir, los productores que hacen parte de este resguardo pueden hacer uso del trapiche. A mediano plazo se espera que el cabildo tenga sus propios equipos de producción de panela.

#### **3.2.2. Financiamiento**

El tema de financiamiento en el caso de las Mipymes rurales de tipo comunitario objeto de estudio, está influenciado por la forma de tenencia de tierra, su propiedad colectiva mediante la titulación de resguardos define las particularidades de acceso.

Se pudo constatar que las formas más comunes del financiamiento a las que acceden las Mipymes rurales de tipo comunitario en los tres casos son: primero el acceso a crédito, segundo la inversión del Estado en territorios indígenas a través de la asignación presupuestal a los cabildos legalmente constituidos y tercero mediante subsidios y/o proyectos directos con las Mipymes.

En Colombia la banca comercial no hace créditos sobre títulos de propiedad Colectiva, excepto el Banco Agrario de Colombia,<sup>15</sup> única entidad facultada para otorgarlos sobre propiedades colectivas. En averiguaciones con esta entidad se pudo constatar que por parte del banco se han establecido ciertas restricciones a los créditos en estos casos, pues solo se conceden para actividades productivas y pecuarias; es decir que no se otorgan para: compra de tierra o predios, compra de maquinaria ni construcción de vivienda.

La razón de todas las limitantes es que básicamente el deudor en estos casos pasa a ser los cabildos y no directamente las personas dueñas del predio. En pocas palabras la deuda es también colectiva, y en caso de incumplimiento del deudor el cabildo será quien asume la responsabilidad.

En conversación informal con un funcionario del Banco Agrario, asegura que en los últimos dos años se han incrementado los créditos con título de propiedad colectiva, aunque no se refiere en que porcentaje, si lo atribuye al buen comportamiento de los indígenas al momento de pagar sus obligaciones, logrando cierto grado de confianza por parte del Banco.

La segunda fuente de financiación es la asignación presupuestal a los cabildos legalmente constituidos que, amparada en la Constitución Política de Colombia de 1991, asigna a los resguardos legalmente reconocidos por el Ministerio del Interior y de Justicia un financiamiento directo Por el Sistema General de Participación, los cuales se asignan con base en los datos censales que cada uno de los resguardos reporta anualmente a la oficina de Asuntos Indígena en el Ministerio del Interior. Los recursos consignados pueden ser invertidos de manera directa en los proyectos que las comunidades indígenas consideren prioritarios. En los tres casos de estudio se evidenció que después de la compra de tierras, el tema productivo es uno de los sectores priorizados a la hora de invertir estos recursos. En este estudio no fue posible obtener datos exactos de los montos que maneja cada uno de los cabildos porque esta es información confidencial de los gobernadores indígenas.

---

<sup>15</sup> Banco Agrario entidad Bancaria que asigna al menos el 70% de su cartera al financiamiento de actividades relacionadas al sector rural, de tipo agropecuario, agroindustrial, piscícola o forestal.

La tercera forma de financiamiento está dada mediante subsidios y/o proyectos directos con las Mipymes, a los cuales se accede generalmente por convocatoria pública o por negociación directa entre los cabildos indígenas y el Gobierno Nacional.

### **Financiamiento en Café Kusny**

Los productores de Café Kusny tienen facilidades para acceder a crédito, de los 30 encuestados todos aseguraron haber solicitado crédito en alguna entidad Bancaria para invertir en este negocio, generalmente el dinero es invertido en los secadores e insumos agropecuarios. El hecho de estar articulados con la Federación Nacional de Cafeteros les asegura mayores posibilidades de acceso; al respecto dice uno de los socios:

J: ¿Cuándo necesitan dinero, préstamos o créditos quien se los hace?

CJ: A los cafeteros, se los hacen los bancos, más el Banco de Bogotá, que es el que respalda a los cafeteros, con el mismo técnico del municipio, que hace la gestión para que cuando uno tiene una renovación de un cultivo de café, le hacen prestamos en el banco

J: ¿Y cuándo lo requiere el cabildo menor ahí quien les hace el préstamo?

CJ: Lo hace el mismo cabildo por medio del cabildo mayor, como tiene su propio NIT, su personería jurídica, donde está reconocido a nivel nacional como cabildo, entonces si el cabildo menor de economía dice que necesita un préstamo, el cabildo mayor de economía le sirve como fiador o el puentecito para poder conseguir ese recurso (CJ – 02, líder indígena en entrevista con la autora, marzo de 2017).

Para Café Kusny que son asignados a los cabildos por los recursos del Sistema General de Participación son un pilar fundamental en la consolidación de la empresa, porque es a través del cabildo menor de economía que se asignan recursos de manera anual para el adecuado funcionamiento de la producción de Café.

Y por último son muchos los proyectos que se han logrado gestionar con diferentes organizaciones del orden local y nacional buscando el beneficio colectivo de los socios que producen café, para mencionar algunos:

1. Alianza Comercial con la Federación Nacional de Cafeteros

2. Sustitución de cultivos ilícitos por productos lícitos de una manera organizada y sin afectaciones a la tierra.
3. Apoyo por parte del Gobierno a través de proyectos de impulso a la comercialización liderados por; el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Ministerio de Agricultura y el Departamento Nacional Para la Prosperidad Social DPS.

### **Financiamiento en la Empresa Comunitaria Cumbe**

En la empresa comunitaria Cumbe el acceso a crédito es un factor de gran relevancia. Del total de encuestados el 67% aseguro haber accedido al sistema financiero a través del crédito. El destino de estos recursos no se focaliza únicamente en la producción de cuy, sino que se distribuye en las diferentes actividades productivas que se manejan: cultivos de papa, cultivo de verduras, ganadería y otras.

De los recursos asignados del Sistema General de Participación al Cabildo Indígena El Gran Cumbal actualmente la organización no recibe recursos económicos. Sin embargo, en sus inicios el respaldo del cabildo fue fundamental por el aporte del lote y las buenas relaciones, elementos que fueron determinantes.

De los proyectos que desde Cumbe se han logrado gestionar se tienen los siguientes:

1. La construcción y puesta en marcha de la empresa. Apoyados por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
2. Fortalecimiento a las capacidades empresariales y productivas, con el proyecto Oportunidades Rurales también del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
3. Apoyo a la comercialización a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

### **Financiamiento en la producción de Panela Resguardo El Edén**

Para la producción de panela en el resguardo El Edén ha sido importante para los productores de caña tener el respaldo del Banco Agrario, que les otorga créditos para el desarrollo de sus cultivos.

Del Sistema General de Participación el apoyo se da desde la parte técnica, el cabildo generalmente dispone de un equipo de trabajo que apoye las labores administrativas y de producción en las diferentes áreas, entre ellas la producción de panela (JM Lombana, levantamiento de campo 2017).

Finalmente, las necesidades del resguardo sobre el tema de panela se resuelven a través de gestiones conjuntas entre productores de caña y el cabildo; logrando el financiamiento de proyectos como:

1. Oportunidades Rurales del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
2. Apoyo en la producción de panela con la gestión de registros ante el Instituto Nacional de Vigilancia y Control en el Manejo de Alimentos INVIMA, así como la comercialización por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
3. En este momento se desarrolla un proyecto liderado por la Gobernación de Nariño por aporte del Sistema General de Regalías,<sup>16</sup> con el que se busca el fortalecimiento de la cadena de producción de Panela.

En los tres casos de estudio se puede evidenciar que, pese a ser bienes comunitarios los que adquieren mediante cualquier tipo de financiamientos, logran un alto grado de sentido de uso y pertenencia, consolidando sus propias formas de vigilancia y control presupuestal sobre los recursos que adquieren.

### **3.3. Factores históricos y territoriales**

La construcción de un territorio responde a procesos históricos que en él se desarrollan. Para el caso de las Mipymes rurales estudiadas se pudo evidenciar que existen diferencias entre ellas, gracias al contexto en el que se desarrollan.

Los territorios en los que se ubican las empresas comunitarias inciden en las formas de organización, producción y comercialización, de una u otra manera. El territorio entendido como

---

<sup>16</sup> SGR: Esquema de coordinación entre el gobierno colombiano y las entidades territoriales por medio del cual se administran y distribuyen los ingresos provenientes de la explotación de los recursos no renovables entre los beneficiarios.

lo conceptualiza Escobar (2005) un espacio multidimensional en el que se recrean las prácticas culturales, productivas, económicas y ecológicas de las comunidades; un espacio en el que las necesidades de una comunidad se satisfacen.

Las prácticas de creación y recreación territorial en los pueblos indígenas son marcadas por sus usos y costumbres. En los tres casos de estudio las Mipymes se arraigan en territorios rurales, en los que se observa que sus prácticas productivas y ecológicas se recrean en sus formas de vida que se materializan en sus viviendas y sus shagras, las cuales reflejan su cultura, su pensamiento, formas de educación propias y sistemas de salud.

Los diferentes predios de los productores visitados coinciden en que son predios rurales con vivienda, Shagra, una amplia zona de pastos, pequeños bosques o jardines y algunos con reservas de aguas. Al interior de las viviendas se observa que aún se conserva la “tulpa” o fogón como el espacio más importante de la casa. El lugar de encuentro de todos los días, en donde se discute y se toman decisiones en horarios de la noche principalmente.

Las Shagras son espacios de producción que pueden variar de un pueblo indígena a otro en los productos que se obtienen, pero todas basadas en el principio de reciprocidad entre plantas y animales, alrededor de la cual se designan tareas al interior de los hogares.

Las formas de vida y los sistemas de producción propia junto con otros elementos, hacen incidencia en los procesos educativos que en articulación con las instituciones educativas se profundizan en modelos diferenciales desde lo étnico, en el que se promueve la interculturalidad, la recuperación de la legua propia, así como la conservación de los usos y costumbres propios de cada pueblo en su personamiento, sus formas de vestir y sus creencias.

Las particularidades de los paisajes y las formas de vida entran a hacer parte de un modelo diferente de economía, a partir de los que se construyen formas de mercados desde los procesos sociales en el que la transacción no es solo económica, sino también paisajística y cultural, al respecto Perafán (1999) refiere:

[...] en la producción, dichas prácticas ancestrales determinan un ‘paisaje específico’, en virtud de formas particulares de apropiación del territorio, conocidas como ‘uso cultural del territorio’ de cada pueblo indígena, generalmente trabajadas con técnicas tradicionales. En la distribución (de lo producido ancestralmente y de la asignación de la fuerza de trabajo), operan mecanismos diferentes al dinero, conocidos como ‘reciprocidad’ y ‘redistribución’. Estos mecanismos están a su vez, íntimamente relacionados con la articulación de grupos en otro paisaje, esta vez social, conocido como las ‘redes de reciprocidad’, que en los Andes se escalonan a lo largo de los diferentes pisos térmicos en un fenómeno denominado ‘complementariedad vertical’. En el consumo, se caracterizan por poseer formas de igualación, reguladas por una verdadera abstención de la acumulación [...] La riqueza de las economías tradicionales se centra en que son el resultado de una adaptación milenaria a un hábitat determinado, cumpliendo por lo tanto condiciones de sostenibilidad no sólo para el medio ambiente, sino también para una cosmovisión y una organización social específica (Perafán 1999, 3).

Los territorios en los que se ubica esta investigación son construidos por la forma de producción a través del sistema de Shagra, sistema productivo que finalmente permiten explicar el flujo de los productos que ingresan al territorio y las formas de mercados que se utilizan.

### **3.3.1. Los sistemas diversos de producción- Shagras:**

La Shagra es un modelo de producción milenario en el que se producen de manera desordenada diversos cultivos. La ubicación entre cultivos está basada en las propiedades curativas de las plantas; medicinales, sombríos, control de plagas, etc.



Foto 5. El sistema biodiverso de la shagra. Fuente: Registro fotográfico personal

Cuando las comunidades indígenas iniciaron las luchas por la reivindicación de sus derechos, iniciaron con la recuperación de la tierra, con la insignia “Recuperar la tierra para recuperarlo todo”, desde donde se concibe que la reconstrucción sociocultural y económica, así como la soberanía alimentaria, la salud propia, la identidad cultural, la alimentación y la supervivencia como pueblos milenarios, se construyen a partir de los ejercicios de producción. De ahí que para las comunidades Andinas y sus descendientes conciben el sistema milenario de la Shagra como un sistema integral que permite la conservación y reproducción del pensamiento y las prácticas culturales. Un sistema que exige la combinación de semillas míticas, semillas llamadoras, semillas de colores, semillas arbóreas, semillas hortícolas, cereales, medicinales, animales, ornamentales y semillas madres (Asociación Shaquiñan 2011).

Los conceptos que se fundamentan en la Shagra se extienden a todos los territorios, para entender conceptos como la dualidad, en los que todos los seres vivientes tienen su propio rol, así por ejemplo se dice que existen plantas masculinas y femeninas que en el sistema se complementan.

**Producción de Café Kusny en Shagra:**

Así lo refiere El Consejero de Justicia de Aponte.

(...) tienen variedad de cultivos [los caficultores], aquí tenemos los tres climas, abrigadito, templado y frío, entonces hay personas que tienen predios y siembran plátano, árboles frutales, naranja, aguacate, yuca, buen café, caña, y los que están en esta parte aquí, ya se da el guineo, ya está la arracacha y en la parte fría ya siembran papá, repollo, cebolla, coles, que para los indígenas, decimos la carne del pobre, se da el maíz, ya es calentano y del frío, hay bastantes cultivos, usted va al páramo y usted encuentra maiceras grandes, ellos suministran la alimentación ellos, la principal la chicha, el mote, la sopa de maíz, las arepas, eso ya es una colonia fuerte allá, dice que eso allá la gente que desde que tenga azúcar y sal no les hace falta más nada (CJ-02 – líder indígena en entrevista con la autora, marzo de 2017).

**Empresa Comunitaria Cumbe y el sistema productivo Shagra**

La empresa comunitaria Cumbe está dentro del territorio de los Pastos, en este caso la shagra materializa la cosmovisión del churo cósmico, para explicar que el territorio se compone de la interrelación de la comunidad y el entorno, donde prospera la vida de los tres mundos; el mundo de arriba, el mundo del medio y el mundo de abajo. Desde esta concepción se piensa el territorio, su organización, las formas de gobernanza mediante la justicia propia (Mallama 2010). El mundo de arriba visto desde los modelos productivos son los ciclos lunares (Imagen 3.5), que determinan las temporalidades de los cultivos, el mundo del medio son los seres que interactúan en el ciclo productivo y el mundo de abajo la tierra y sus nutrientes (JM Lombana, levantamiento de campo 2017).

Ilustración 3.0.2. Calendario Lunar pueblo de pastos- Nariño



Fuente: Asociación Shaquiñan. 2011.

### Producción de Panela y el sistema productivo la shagra

En el caso de la producción de los Awá por ser un pueblo nómada dedicados a la caza y la pesca, generalmente prefieren que sus cultivos se den de manera rotativa, para quienes es fundamental que el suelo descanse después de una cosecha.

#### 3.3.2. Construcción social de los Territorios y las formas propias de mercados

En los tres casos estudiados se observa que las familias indígenas producen la mayor parte del alimento que consumen, en las pequeñas tiendas veredales o en los pueblos cercanos compran únicamente: sal, arroz, pastas, en algunos casos pan y productos de aseo, mientras que las verduras, frijol, granos como maíz, arveja, así como leche, frutales y carne son producidos por ellos mismos. En entrevista al Secretario de Agricultura del Departamento de Nariño se le pregunto sobre los productos que ingresan de otras partes y cuales se producen en el territorio; a lo cual se refiere:

(...) básicamente los productos tipo papás chips, o tipo leche, son productos que se producen en el territorio, se procesan fuera de Nariño, unos en el Valle, otros en Cundinamarca, y retornan ya como productos transformados al departamento, creo que son los dos productos de mayor

consumo que puede ser la papa y la leche que tienen ese ciclo, en el caso de otros productos que son como frutas y las harinas, esas si son producidas, básicamente el trigo importado, es procesado generalmente en el Valle y es traído a nuestra región para obtener otro tipo de productos (RF – 01, representante sec. Agricultura Dpto. Nariño en entrevista con la autora, mayo de 2017).

Los mercados locales se tratan con productos de las Shagras en los diferentes territorios, mercados que desde tiempo milenarios se construyeron como formas de intercambio de saberes y productos “Mindalas”, influenciados por su cultura, espiritualidad e identidad, a través del trueque, en los que el dinero no es un elemento decisivo para adquirir un bien o servicios, el valor comercial pierde sentido y se promueve el valor social y el valor de uso de los productos. Un ejemplo claro de estas formas no comerciales de generación de mercados son las Mindalas.

### **3.3.3. Las Mindalas- sistemas de intercambio**

Las formas tradicionales de pensar los mercados desde la modernidad han dejado por fuera muchas otras formas de organización, con sistemas de producción diferentes, que infortunadamente no caben en los modelos occidentales de reproducción. En esta marginalidad se hallan las tres organizaciones objeto de estudio, quienes a su vez por el entretrejer de los factores ya descritos logran sus propias formas de innovación que conjugan la diversidad, de pensar y actuar diferente. Lo que Quijano llama “Economías otras” para referirse a las formas de organización tomadas de lo social y lo humano y que no responden a las formas matemáticas y lógicas de las utilidades y las ganancias “mientras que los otros son locales, en su lengua y su alcance” (Quijano 2016, 98).



Foto 6. Ceremonia de la siembra y la cosecha, Fiesta Inti Raimy (Adoración al sol).  
Fuente: Registro fotográfico personal

Estas organizaciones son la respuesta de los procesos de lucha por la defensa histórica de las diferencias culturales, ideológicas, ambientales, espirituales y económicas, que exigen un entendimiento fuera de la lógica de la modernidad y de la acumulación de capital. Para citar un ejemplo: los sistemas de intercambio llamadas Mindala y que aún se conservan en el pueblo de los Pastos, pueblo Inga y pueblo Awá. A continuación, se describe esta práctica mediante un extracto de entrevista en Aponte:

J: ¿Ustedes tienen algún mercado en Aponte?

K: No. Se sacan los productos cuando se hace cambalache<sup>17</sup> pero mercado como tal no, pero se hacen tres cambalaches en el año; febrero, agosto y diciembre.

J: ¿Y cómo es lo de los cambalaches, quien saca los productos?

A: ósea los de aquí sacamos al pueblo y allá se cambia con los que tengan de lo frío, por lo menos aquí nosotros tenemos guineo y los de lo frío no tienen guineo, se lo cambia, con cebolla, papa, olloco.

K: si y eso lo organiza el cabildo menor en acompañamiento de los programas del gobierno, familias en acción, adulto mayor.

J: ¿y les financian el transporte o algo?

K: A algunas comunidades si, a las comunidades más lejanas que acá por lo menos la comunidad los páramos, paramos se llama a esos se les lleva el transporte. Pero a los de acá si cada uno participa porque es aja.

<sup>17</sup> Cambalache un sinónimo de trueque, intercambio de un producto por otro.

A: es obligatorio por estar incluidos en familias en acción<sup>18</sup>...yuca por lo menos se da por aquí harta, entonse lleva, gallina, huevos y ya se cambia con los del pueblo con sal, con que...arroz, azúcar, bueno eso ya no es de la huerta, pero pues de todas formar uno trae con que comer de allá (AM – 04, líderes indígenas cabildo Aponte, entrevista con la autora, 28 de abril 2017).

Históricamente las Mindalas se dan como espacios de intercambio no solo de los productos que se obtienen en las shagras sino que además sirven como encuentros en los que se discuten temas políticos y sociales. Mindalas es una palabra pasto que significa “encuentro de saberes”, las cuales pueden ser vistas como una práctica económica que no solo tiene un valor monetario, sino también social y cultural. Mantener estas formas de mercados requiere que se desarrollen y mantengan otras prácticas culturales y sociales como los sistemas de producción diversificados, así como las mingas y las relaciones de solidaridad y reciprocidad.

A la luz del concepto de procesos mercantiles y no mercantiles que refiere Polanyi, se puede decir que las Mindalas son un claro ejemplo de los procesos no mercantilizados, en los que el valor de uso está por encima del valor comercial del que resulta “el trueque” o intercambio. A lo largo de este trabajo se evidenció por ejemplo que en las Mindalas se hacen exhibiciones culturales de música y danza, y los productos del clima frío son intercambiados por productos que solo se dan en tierra caliente, más porque los unos necesitan de los otros sin tener presente el valor monetario.

#### **3.4. Las Mipymes rurales comunitarias y la construcción social de los mercados**

A continuación se hace un análisis de las dinámicas sociales y territoriales, en el marco de la construcción social de los mercados, para ello se refieren algunos elementos como que se obtienen del estudio adelantado en las tres Mypimes rurales de tipo comunitario tomando elementos como las propias formas de gobernanza, los actores sociales eslabonados, las constelaciones específicas de intereses, valores y recursos (el valor social de las cosas), así como el valor de intercambio es reinterpretado frente a otros tipos de valor social, la red de Actores de Norman Logn; los fallos de competencia, bienes públicos, externalidades, mercados incompletos,

---

<sup>18</sup> Programa del gobierno Colombiano, que consiste en un subsidio que se entrega a cada madre cabeza de familia en contraprestación del cuidado de sus hijos, la madre está obliga a ofrecer la debida nutrición y educación a los menores. El valor del subsidio oscila entre 30.000 pesos y 60.000 pesos mensuales (10 a 20 dólares)

información incompleta paros y otras perturbaciones económicas de Stiglitz y por último se analizan los arreglos institucionales propuestos y supervisados por los mismos usuarios para el manejo adecuado de los recursos comunes, propuesto por Ostrom.

### **3.4.1. Formas de gobernanza**

Los territorios indígenas han sido construidos con base en los lineamientos de ordenamiento territorial que dispone el gobierno, pero se conservan prácticas propias de gestión territorial como los paros y protestas a favor de los derechos indígenas. En este escenario las formas de economía propia pasan a ser una forma de defender, controlar y administrar el territorio.

Para tener y mantener un territorio es necesario establecer e institucionalizar leyes de gobierno, Calame y Talmant (1997: 65) señalan que:

(...) la gobernanza es la capacidad que tienen las sociedades humanas para dotarse de sistemas de representación, instituciones, procesos y órganos sociales para administrarse a sí mismas mediante una acción voluntaria. Esta capacidad de conciencia (la acción voluntaria), de organización (las instituciones, los órganos sociales), de conceptualización (los sistemas de representación) y de adaptación a las nuevas situaciones es una característica de las sociedades humanas (Rosas-Ferrusca 2012, 125).

La gobernanza territorial es una forma de definir las estrategias de gobierno y establece nuevas operaciones de los actores y los niveles supranacional, nacional, regional y local para establecer procesos de decisión a la hora de hacer política.

En este escenario el territorio importa y se gestiona con las formas de gobernarlo adecuadamente. El buen gobierno del territorio se entiende como la forma de organizar y concertar decisiones con los distintos actores para promover soluciones satisfactorias (Rosas- Ferrusca 2012).

Los pueblos indígenas por su parte han conjugado las normas internacionales y nacionales tras la búsqueda de la exigencia y cumplimiento de sus derechos. En los procesos de planificación entran en juego “los planes de acción y vida” que plantean los pueblos indígenas como una forma de gobierno y planificación propia.

Cuando se construyen los planes de vida, generalmente las comunidades participan de manera activa, porque en ellos se plasman las leyes, normas e instituciones para gobernar el territorio de la manera más adecuada. El proceso de concertación puede llevar meses, porque es fundamental la participación de los actores en el territorio, los líderes indígenas, mayores, sabedores, médicos tradicionales, mujeres, jóvenes, educadores y otras entidades territoriales como alcaldías, ongs, entre otras.

Los planes de Vida son en cierto sentido el homólogo de los planes de desarrollo, y se fundamentan en que estos últimos no siempre representan los intereses de las comunidades indígenas. Los planes de vida están amparados en leyes y normas nacionales e internacionales que como pueblos originarios les concede derechos de autonomía. Es así que se menciona que: “ni el gobierno nacional ni las autoridades eclesiásticas están autorizados por la Constitución para INTERVENIR en la esfera del Gobierno Indígena” (CABILDO INGA DE APONTE 2008, 12).

### **Aporte de los planes de acción y vida de los pueblos indígenas en la consolidación de las Mipymes comunitarias**

Para las Mipymes comunitarias indígenas objeto de estudio es importante reconocer las formas de gobernanza que ejercen las comunidades indígenas amparadas en los planes de vida porque en ellos queda plasmado las formas de economía que son importantes y propias para cada pueblo.

De manera general se puede decir que los planes de vida de los pueblos indígenas Pasto, Inga y Awá son herramientas de planificación territorial que contienen una dimensión histórica, política, legal y de proyección social, en el marco de los saberes propios de cada pueblo, “Que en cierta forma no han podido escapar al desarrollo y al progreso clásicos, pues involucran y, de alguna manera, reproducen el modelo occidental de desarrollo, aunque de otra parte también intentan configurar un ‘modelo alternativo’, ciertamente bajo la estrategia de la hibridación y la valoración de la singularidad económico/cultural” (Quijano 2016).

En general los planes de vida son para los pueblos indígenas mandatos que les permite de alguna manera hacer un diálogo entre las formas de planificación impuestas de afuera y los mandatos de vida propios, pero además son documentos que se actualizan de manera periódica con el ánimo

de estar siempre al tanto de la legislación y políticas nacionales existentes y asegurar que los conocimientos se transmitan de los mayores a los jóvenes y niños.

### **Gobernanza y planes de vida en Café Kusny**

El cabildo Inga de Aponte en el 2008 construye el “Mandato Integral De Vida Para La Pervivencia Y Permanencia Del Pueblo Inga De Aponte” en el cual se establecen los principios de vida, su forma de organización, así como las normas y procedimientos que se establecen en el territorio, los cuales son concertados de manera participativa.

El plan de vida del pueblo Inga de aponte reconoce e institucionaliza al Cabildo Menor de Economía, otorgándole funciones respecto de todas los modelos de producción que se logren dar en el resguardo. Desde ese reconocimiento se autoriza la inversión de recursos técnicos, económicos y financieros en pro de la consolidación de empresas agropecuarias de grandes alcances.

### **Gobernanza y planes de vida en la Empresa Comunitaria Cumbe**

El cabildo Del Gran Cumbal por el momento no cuenta con un plan de vida pero están amparados en un reglamento interno que define las formas de organización y delimita el accionar de los indígenas dentro del territorio, dicho documento está en proceso de construcción, pero en el tema económico establece que las organizaciones de productores son objeto de inversión de recursos y deben ser priorizadas porque son un pilar fundamental para el desarrollo socio económico del pueblo.

### **Gobernanza en la producción de panela Resguardo El Edén**

En el plan de vida del Pueblo Awá CAMAWARI, se establecen claramente los lineamientos históricos, jurídicos y administrativos en los que se ampara el Pueblo Awá asentado en el municipio de Ricaurte para poder avanzar en la construcción de sus procesos socioeconómicos y culturas. En el tema productivo se priorizan temas de producción agrícola, pecuaria, caza y pesca, artesanías, a la vez que se reconoce el calendario de Actividades Productivas y las formas de comercio. Respecto de la caña se tiene así lo refiere:

Caña de Azúcar (*Saccharum officinarum*): Este producto genera los mayores ingresos a la familia indígena, por la venta de la panela, alimentación de cerdos y producción de chapil (aguardiente de la zona). Las variedades que más se siembran son la palmiranas y moscosa o morada. La siembra se realiza preparando en terreno con machete y sembrando con palanca. Su primera cosecha se hace a los veinte meses. Algunas familias indígenas tienen trapiches de hierro otros de madera elaborados por ellos mismos. En la molienda participan todos los miembros de la familia y muchas veces familiares cercanos y vecinos. Entre el problema fitosanitario está el “barrenador del tallo” (*diatrea saccharalis*) y la pudrición roja del tallo por *fusarium moniliforme* (CAMAWARI 2002, 41).

### **3.4.2. El papel de los actores**

Con base en el concepto de los actores sociales eslabonados de Norman Long se puede afirmar que en esta investigación las tres organizaciones ejemplifican el papel que desempeñan los actores que aquí intervienen, incluso en ausencia del capital económico, pero que saben combinar y fortalecer los demás factores y son quienes permitirán entretejer los conceptos y las realidades con base en lo económico, cultural, simbólico y territorial.

Y se exalta otro factor socio económico y es poder de “agencia” que tienen estos actores y la forma como abordan el factor político. Lo político adquiere importancia porque determina la forma en que se administra y agencia un territorio en cuanto a los procesos sociales y económicos. Para las comunidades indígenas objetos del presente estudio los procesos de decisión política se ejercen bajo formas de organización propia y autónoma. El entre tejido de estos y otros factores no se podrán leer ni mucho menos analizar de manera aislada e individualizada, sino de manera matizada, confusa y quizá organizada, porque es precisamente el sentir el que conlleva los fundamentos indígenas basados en la cosmovisión propia los que originan las ideas aquí descritas.

Tal como Long lo refiere, las teorías de mercantilización limitan el papel activo que desempeñan los campesinos, agricultores y empresarios en el mismo proceso de mercantilización, cuando en realidad son ellos los que definen el comportamiento de las acciones.

(...) yo creo en el impulso del Estado hacia la conformación de asociaciones, pero también creo que hay cosas que surgen por naturaleza espontaneas, el que ve que se quiere asociar lo hace, porque ve que es necesario hacerlo por una determinación propia y no porque sea una obligación (...) yo siento que aquí hemos intentado posicionar y tratar de evolucionar el concepto de economía propia, pero a eso hay que darle peso y eso tiene que hacer parte de la misma política pública en donde se reconoce que la economía del país está nutrida por las diferentes perspectivas desde la más alta vanguardia y jalonamiento pues de exportación, hasta la más local que está determinada por las condiciones socio económicas de los territorios y de las poblaciones (NF- 03, funcionario Gobierno Nacional, en entrevista con la autora, 28 de diciembre 2016).

Podemos notar como el poder de agencia que logran tener los actores determina la capacidad de gestión que logra una organización, así como sus principios organizacionales, sus formas de hacer, así como sus ideales y políticas internas que al estar fortalecidas se robustecen aún más cuando se topan con el mundo de afuera. Se puede observar cómo el Estado colombiano en este momento se ve obligado a reconocer estas otras formas de economía, porque han sido las mismas organizaciones indígenas las que a través de acciones las evidencian.

Las organizaciones indígenas no esperaron del Estado, del gobierno ni del mercado capitalista para construir sus mercados, ni sus productos, por el contrario, son procesos endógenos que se forjan desde adentro y luego se fortalecen para salir en búsqueda de un reconocimiento e identidad de los de afuera.

Los emprendimientos económicos comunitarios que nacen en el seno de las organizaciones indígenas, son más de tipo solidario, como lo asegura Gaiger (2004) se originan como un proceso de libre decisión, en principios de autogestión, agrupando a poblaciones e individuos excluidos del mercado de trabajo, motivados por la fuerza de sus convicciones, y en búsqueda de alternativas colectivas de supervivencia, en los casos del presente estudio para sobrevivir como pueblos y naciones indígenas (Gaiger 2004) para poder construir economías propias.

Cuando se habla de las otras formas de economía o economías propias es necesario repensar el concepto de economía. Como lo asegura Quijano citando a Escobar en su libro ecosimias:

(...) los sujetos en sus espacios existenciales pueden llegar a crear economías locales a través de prácticas socio/culturales que se articulan estratégicamente en Occidente pero que no tienen nexos parentales o no son familiares con él. Ciertamente, el capitalismo, al no ser estrictamente monolítico y uniforme, también es de algún modo transformado y muchas veces desustancializado, ello como expresión de innumerables prácticas de diferencia política, económica, epistémica, ecológica, existencial (Quijano 2016, 194).

En esta investigación se pudo observar que las organizaciones indígenas que participan en los mercados y ferias que organiza el Estado deben acomodarse a ciertas condiciones que normalmente en sus Mindalas y escenarios locales no las requieren. No se ha presentado cuáles son estas condiciones en los resultados hasta el momento. Por ejemplo: es necesario que elaboren tarjetas de presentación y plegables publicitarios para entregar a los clientes, estas tarjetas deben contener mínimamente teléfonos de contacto, correos electrónicos, direcciones y descripción de sus productos. Los agentes encargados de estas actividades se articulan por estrategia a estas formas occidentalizadas de mercado y cumplen con las exigencias, aunque no estén familiarizados con estas acciones. Pero muchos aprovechan este escenario para institucionalizar y explicar desde sus saberes las formas de hacer mercado. Muchos logran generar relaciones de amistad y crean canales de comercialización directos con los clientes, a quienes invitan a conocer sus territorios, logrando más que la venta de un producto.

La falta de intervención estatal y los avances pocos significativos del Estado colombiano en querer construir economías desde lo social, lleva a los indígenas a realizar sus propios arreglos institucionales con propuestas claras que nacen en el seno de sus propias comunidades, en la que el manejo de los recursos comunitarios como lo explica Ostrom en su teoría de los bienes comunes y bien lo justifica el director del programa economías propias refiriéndose a las organizaciones participantes del encuentro:

(...) y que han pasado la frontera de la economía y su crónica y hoy tienen su propia visión empresarial. Lo han decidido y lo han adoptado porque se dan cuenta que es necesario más no porque sea un requisito obligado (NF – 03 funcionario Gobierno Nacional, en entrevista con la autora 28 de diciembre 2016).

Aun cuando tener una visión empresarial sigue siendo una salida de la pobreza meramente económica que quieren atacar, sin poderles atribuir el aporte social, cultural, político, ideológico que realizan las organizaciones de tipo comunitario.

Es necesario recalcar que el Estado colombiano adelanta encuentros y ferias a favor de los indígenas no por voluntad propia, sino porque, así como todos los espacios y derechos son espacios ganados por los indígenas, como exigencias que hacen los pueblos desde la mesa permanente de concertación,<sup>19</sup> amparados en leyes y decretos que defiende sus derechos; como el auto 004 de 2009, la constitución política nacional, el convenio 169 de la O.I.T., entre otros. En este sentido la Mesa Nacional de Concertación es un espacio en el que líderes de todas las organizaciones indígenas concretan con el Estado la implementación de políticas y programas, con el ánimo de no afectar sus territorios.

La mesa de concertación, así como los paros y manifestaciones representan como lo sugiere Stiglitz, el descontento de un grupo social cuando existen fallas en los mercados capitalistas, en los que ciertos sectores no se ven incluidos, pero que generan espacios de discusión y nuevas proposiciones, de los cuales en muchos casos se obtienen buenos resultados.

### **Discusión**

Para esta investigación inicialmente no fue relevante la diferenciación entre la economía social y solidaria de la economía comunitaria; porque en los contextos de las comunidades indígenas colombianas muchos de los bienes y recursos utilizados son de tipo comunitario, sin embargo, por cuestiones de claridad conceptual se agregan las semejanzas y diferencias entre ellas a fin de dar claridad en los factores encontrados a lo largo de la investigación. Después de revisar los tres casos de estudios se puede decir que; las semejanzas entre asociaciones de tipo solidario y tipo comunitario son:

Las dos utilizan mano de obra familiar

El trabajo se hace por jornales

---

<sup>19</sup> Espacio nacional de “interlocución entre los Pueblos Indígenas y los gobiernos nacionales como un proceso histórico, desde la misma creación del Estado, este diálogo se ha transformado con el paso de los años, conservando aún modos y formas representativas de nuestros Pueblos” (MPC).

Los productos llegan a mercados locales

Existe una destinación de una parte de la producción al autoconsumo

Se propicia el auto abastecimiento y uso de insumos agropecuarios

Existen minifundios en los 3 casos

Se evidencia la diversificación de la producción

Las estrategias de comercialización incluyen intercambios de productos (trueque, mindalas, mano vuelta, mingas)

Se han configurado alrededor de estas organizaciones, diferentes redes de solidaridad e intercambios recíprocos

Existe una fuerte incidencia de los actores y sus relaciones sociales

Las organizaciones de tipo comunitario difieren de las organizaciones de tipo solidario en los aspectos que se relacionan a continuación:

Tabla 1. Diferencias entre las organizaciones de tipo solidario y las comunitarias

Economía social y solidaria	Economías comunitarias/propias
1. Máxima autoridad es la asamblea de socios.	1. La máxima autoridad es la comunidad, en cabeza del cabildo para el caso de los indígenas y los consejos comunitarios en el caso de las comunidades afro.
2. Su principal interés es satisfacer las necesidades del grupo de personas que son sus propietarias.	2. Su principal interés es satisfacer las necesidades de una comunidad, de ahí la importancia de participar en los procesos políticos, económicos y culturales.
3. Su actividad económica puede estar relacionada con actividades de toda índole económica.	3. Su proceso organizativo respeta los principios de la diversidad y la conservación de la naturaleza.
4. La tenencia de capitales es de tipo privado. Tierra, capital y trabajo es propiedad privada de la organización.	4. Los capitales son de uso comunitario. La tierra es de propiedad colectiva, avalada por títulos que impiden la venta a particulares.
5. Los integrantes de la organización son aceptados mediante actas de aceptación, en las cuales los socios aceptan acogerse a los estatutos previamente pactados.	5. Los miembros de la comunidad son recodidos previamente en censos o registros correctamente avalados por la misma comunidad o sector de la sociedad y legitimados.
6. Las utilidades y/o ganancias resultado de las actividades comerciales son repartidas y reinvertidas en acciones que benefician a sus miembros.	6. Las ganancias y utilidades son invertidas en proyectos sociales que impactan a toda la comunidad.
7. No es prioridad la conservación de la naturaleza.	7. Las acciones van en favor de la naturaleza.
8. Las tecnologías son de tipo privado, únicamente los socios registrados.	8. Tecnologías de uso comunitario.
9. Las utilidades son reinvertidas entre los socios.	9. Utilidades reinvertidas en proyectos comunitarios (arreglo de caminos veredales, educación, salud, gestión ambiental)

<p>10. Los dueños de la empresa son los socios ó afiliados.</p> <p>11. La comercialización de productos está liderada desde la junta directiva de la asociación.</p>	<p>10. Se trabaja con familias y no por socios.</p> <p>11. La comercialización de los productos se afianza desde la institucionalidad de los cabildos.</p> <p>12. Aprovechamiento de los conocimientos propios en los sistemas de producción.</p>
--	---

Fuente: Conclusiones tomados del proceso investigativo

Con estas aclaraciones es preciso asegurar que los tres casos de estudios no son “puros” de economía comunitaria, sino que guardan cierta relación y características de economía social, aunque se tiene una diferencia puesto que las organizaciones comunitarias que son respaldadas por los cabildos indígenas, que al momento de distribuir las utilidades o ganancias las hacen en acciones comunitarias como arreglos de caminos comunitarios, adecuación de salones aptos para reuniones de toda comunidad, y/o acciones comunitarias de educación o cultura.

## Conclusiones

Las empresas comunitarias estudiadas en esta investigación se caracterizan por diversificar la producción, aunque procuran que su actividad principal sea prioritaria, asegurando su alimentación bajo el sistema de producción shagra, el cual es manejado desde los principios de su cosmovisión y creencias.

El café Kusny de los Ingas, la producción de cuyes de los pastos y la producción de panela del pueblo Awá, son productos que resultan de un proceso social y organizativo muy bien fortalecido, que si bien responde a las exigencias del mercado capitalista, intentan posicionarse como símbolos de una cultura y una sociedad que desde tiempos históricos y con el respeto de la madre naturaleza han logrado pervivir y mantenerse en medio de la diferencia y la exclusión de la cual han sido objeto por pensar y hacer las cosas de manera diferente.

Uno de los factores que incide en la permanencia de este tipo de empresas es el componente étnico y cultural, sus tradiciones, sus formas de vida, sus creencias, así como la importancia de su historia como pueblos originarios marcan sus propias formas de producción y su intervención en los mercados. Los mercados cambian en la medida en que tienen que combinar sus leyes ya establecidas y articularlas con las propuestas que los indígenas a través de sus procesos productivos generan. Por ejemplo en el caso del café Kusny desde el momento de la sustitución de cultivos de uso ilícito por plantas de café en Aponte, la idea inicial del Estado con el programa Familias Guarda Bosques, tuvo que ser replanteada por un programa integral a favor de toda la comunidad y no con planes individuales; lo mismo ocurrió con los productores de caña panelera en el resguardo El Edén, se tuvo que incorporar al mercado no un productor sino un pueblo completo; en el caso del cuy de la empresa comunitaria Cumbe el mercado ha tenido que aceptar las ventas internacionales sin recriminarles legislativamente. Esto es permitido y ocurre porque los indígenas se han empoderado de los derechos autonómicos con los que cuentan en sus territorios, un proceso que solo fue posible cuando estos aceptaron y reivindicaron su cultura, sus tradiciones y con ellos sus derechos.

Existen factores históricos que son determinantes en la construcción de los territorios y que influyen directamente en las maneras de producción de los grupos intervenidos. La tenencia de tierra y los capitales comunitarios son uno de los factores más importantes para comprender las formas de organización social y de mercadeo a la hora de producir y vender los alimentos.

Las acciones solidarias entre las familias son una forma propia de organización social, que fortalecen las formas de capital social como un factor importante que permite tener y mantener a los integrantes de estas formas de empresa. Las empresas comunitarias por su parte se fortalecen internamente, luego a un nivel más regional y nacional a través de las organizaciones indígenas que consolidan a nivel de pueblos.

Por ejemplo, en la producción de café Kusny los Ingas internamente fortalecen su capital social cuando crean e institucionalizan los cabildos menores, para luego como pueblo articularse con los demás cabildos Ingas del Putumayo que, en conjunto con otros pueblos indígenas de diferentes partes de Colombia, pertenecen a la Organización Nacional de Pueblos Indígenas ONIC. Este fortalecimiento como indígenas a la vez les permite la articulación con otras entidades territoriales como las alcaldías, la Federación de Cafeteros y diferentes entidades del Estado como ministerios y agencias de desarrollo.

La empresa Comunitaria Cumbe se articula en un primer nivel con el cabildo indígena del Gran Cumbal, y este a su vez con los 24 resguardos del pueblo de los Pastos, quienes están organizados como pueblo bajo la figura de Autoridades Indígenas de Colombia integrados además por otros pueblos indígenas del Cauca y la Guajira. Con este fortalecimiento social los pueblos originarios aseguran la exigencia de sus derechos, entre ellos el respeto por sus formas de producción y autonomía en la administración de sus territorios.

Los Awá del resguardo el Edén están organizados primero internamente en el municipio de Ricaurte en el Cabildo Awá del Municipio de Ricaurte integrado por 17 cabildos, que en un segundo plano se articula con la Unidad Nacional Del Pueblo Awá UNIPA integrando a todo el pueblo Awá de Nariño y parte del Ecuador y a nivel nacional se integran al igual que los Ingas en la Organización Nacional Indígena de Colombia ONIC.

El capital social que se ejerce a través de las organizaciones de primer, segundo y tercer nivel (local, regional y nacional) permite que en Colombia los pueblos indígenas aún se mantengan y con ellos también perviven las formas de producción, organización y comercialización de productos en los mercados.

En este sentido cuando se fortalecen los procesos locales de organización los procesos productivos renacen como mecanismos de desarrollo local, evidenciando que, al tener un proceso organizativo fortalecido, es más sencillo impulsar y comercializar no uno sino varios productos. Por ejemplo, el cabildo Inga de Aponte en este momento bajo la marca “Herencia” impulsa la comercialización de café Kusny, huevos, panela y artesanías.

La legislación colombiana considera de manera muy tangencial los problemas evidentes en la sostenibilidad de las empresas comunitarias. Problemas como la falta de una política pública para la inversión y el financiamiento de iniciativas con bienes comunitarios, por ejemplo la tenencia de tierras colectivas, las cuales por derecho propio no pueden ser vendidas a terceros, lo que restringe en muchos casos las actuaciones de ciertos programas y proyectos que al no querer solucionar el problema prefieren excluir a este tipo de organizaciones, sin querer entender que estas se fundamentan en los procesos sociales más que en los económicos.

Los mercados son entonces una construcción social porque responden y se comportan de acuerdo a las características de los actores territoriales por ejemplo en la producción de Café, pese a que la Federación Nacional de Cafeteros comercializa todas las variedades de café a nivel nacional, tuvo que entrar en diálogo con los Ingas, estableciendo negociaciones diferenciadas, por ejemplo que la sobretasa de calidad se pague al Cabildo Menor de Economía aunque este no cuenta con una figura legal registrada. Pero si tiene reconocimiento y aval de los cafeteros indígenas de Aponte. Estas nuevas reglas o excepciones a la norma son una muestra clara de que los mercados se reconstruyen permanentemente como un sistema social en constante cambio.

Para los indígenas los mercados bajo el concepto de intercambio siempre los han llevado a cabo y no solo un intercambio de bienes y servicios sino también intercambios simbólicos de cultura e identidad. Por ejemplo, las Mindalas “encuentro de saberes” en los cuales a través del trueque ó

cambalache se intercambian bienes y servicios en los que prevalece el valor de uso sobre el valor comercial. Las Mindalas son aperturas a ritmo de música y danza.

En conclusión, los factores que permiten la construcción social de los mercados, con base en las organizaciones indígenas de estudio se pueden ejemplificar con acciones puntuales como se relaciona a continuación.

Kusny es una organización comunitaria que logra establecer redes sociales al interior del cabildo Inga de Aponte, entre los productores o socios, los representantes de los cabildos menores y en general todas las personas que conforman el cabildo. A nivel regional se han logrado establecer relaciones con organizaciones locales como la gobernación de Nariño, empresas del sector, cooperantes internacionales y ministerios que se han centrado en acciones de fortalecimiento a los mercados y ferias campesinas.

Del factor Cultural en Kusny es notoria la relación que estos guardan con el cumplimiento del plan de vida del pueblo Inga de Apone, porque el café es un producto que en principio reemplazó los cultivos ilícitos en la zona y en este momento es una fuente segura de empleo e ingresos para las familias de este Resguardo; sus formas de producción y organización dan respuesta al reglamento interno construido de manera participativa, además Kusny se enmarca dentro de los principios de seguridad y convivencia que promueve la guardia indígena en este territorio.

La empresa Comunitaria Cumbe ha configurado redes sociales al interior de la comunidad de la Vereda Boyera, así como al interior del Resguardo indígena el Gran Cumbal. A nivel regional se han logrado establecer relaciones con organizaciones locales como la Alcaldía Municipal de Cumbal, la Unidad Municipal de Asistencia técnica UMATA, la gobernación de Nariño, las asociaciones de productores del Municipio, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, relaciones que han garantizado un proceso de consolidación social cada vez más fuerte.

Para la Empresa Comunitaria Cumbe es importante dar cumplimiento al plan de vida del Resguardo del Gran Cumbal, por ser un mandato que direcciona el buen vivir de los pueblos, en él se enmarcan las directrices sobre las cuales se conserva y se construye el territorio.

El cabildo indígena El Eden del pueblo Awa da cumplimiento al plan de vida, desde la cosmovisión propia con la implementación de las formas de producción, las propias maneras de organización, el manejo y distribución de recursos. Las decisiones respecto a la intervención territorial se toman de manera colectiva en asambleas mayores en las que participa la comunidad en su conjunto.

El cabildo indígena El Eden ha configurado redes sociales al interior de la comunidad Indígena del Pueblo Awa. A nivel regional se han logrado establecer relaciones con organizaciones locales como la Alcaldía Municipal de Ricaurte, la Unidad Municipal de Asistencia técnica UMATA, la gobernación de Nariño, las asociaciones de productores del Municipio, El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, El Ministerio de Comercio Industria y Turismo, relaciones que han garantizado el avance en diferentes acciones en pro de mejorar las condiciones de producción de Panela y en general de las condiciones de vida de los comuneros del Resguardo.

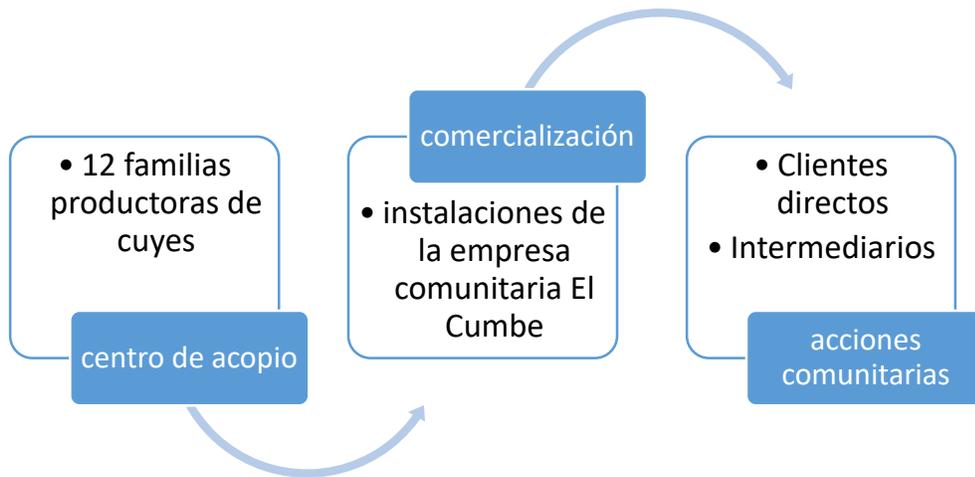
Los factores simbólicos como: lengua propia, vestido propio y el tejido, en los Pueblos Inga y Awa, aún se mantienen y son los pilares de la pervivencia del pensamiento y la cosmovisión propia. En el caso del pueblo Pasto, si bien no pervive la lengua ni el vestido propios, se evidencian las formas propias de pensamiento enmarcadas en el respeto por la naturaleza, la conservación ambiental y la armonía entre quienes conviven a su alrededor.

Los factores territoriales en el pueblo Inga de Aponte, el pueblo Pasto y el Pueblo Awa se desarrollan con propuestas biodiversas de producción; la producción de café, cuy y la panela se hace alternando con otros cultivos que aseguran la diversidad en la producción.

Las tres empresas objeto de estudio se hallan en territorios indígenas en los cuales se han implementado formas de Gobernanza propias y autónomas, las cuales se fortalecen desde diferentes espacios como las Guardias indígenas, los planes de vida, los reglamentos internos, las formas propias de producción. Procesos que son liderados desde los Cabildos indígenas en los tres casos.

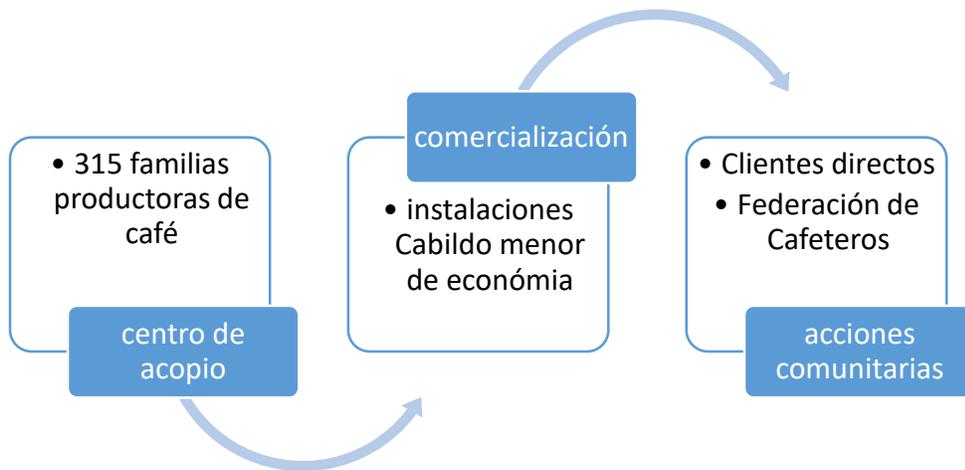
El proceso productivo de las empresas comunitarias indígenas se puede resumir en el siguiente gráfico:

Ilustración 4.0.1. Acciones Empresa Comunitaria El Cumbe:



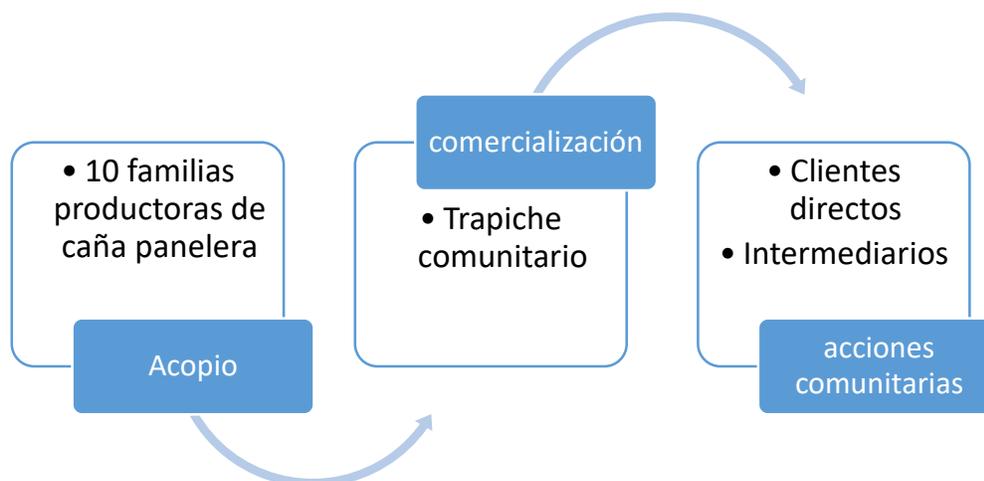
Fuente: Resultados de esta investigación

Ilustración 4.0.2. Acciones Producción de Café Kusny



Fuente: Resultados de esta investigación

Ilustración 4.0.3. Acciones Producción de Panela- Cabildo El Edén- Pueblo Awá:



Fuente: Resultados de esta investigación

En los tres casos los emprendimientos comunitarios tienen diferencias sustanciales en las formas de organización, producción y comercialización de productos, respecto de las empresas privadas incluso de las de tipo solidario. Diferencias que son evidentes en todo el ciclo productivo, desde la forma de producción de las materias primas, las formas de transformación, formas de comercialización y formas de distribución de las utilidades o ganancias que genera la actividad productiva. La primera y quizá la que más importa es que la tierra en la que producen es de tipo comunitario, con titulación colectiva. Condición que incide en todos los demás factores como el financiamiento, así como las formas de organización. La segunda diferencia es que por estar ubicadas en resguardos indígenas y tener bienes de tipo comunitario, las utilidades o ganancias son re distribuidas en acciones sociales que afectan a toda la comunidad como caminos vecinales, inversión en educación o bienes culturales. La tercera es que las empresas comunitarias desde su creación tienen como principio el empleo de la mano de obra familiar y se evidenció como esta forma de trabajo asegura que los conocimientos se transmitan de generación en generación, asegurando un relevo generacional importante para las zonas rurales.

Las tres organizaciones del estudio coinciden en que poseen bienes de tipo comunitario, lo cual las particulariza de las empresas privadas y asociativas, la tenencia de tierra, la maquinaria e infraestructura, todos considerados bienes comunitarios.

Para explicar y hacer un estudio comparado entre las tres organizaciones de estudio se tomaron los tipos de capitales que desarrolla Bourdieu, capitales que no necesariamente tienen un valor comercial o económico, capital social, cultural y étnico.

## Anexos

## ANEXO 1

MEDICION DEL ESTADO DE DESARROLLO DE LA PEQUEÑA EMPRESA	
FECHA	_____
NOMBRE DE LA EMPRESA	_____
NÚMERO DE PERSONAS QUE LA CONFORMAN	_____
NRO DE AÑOS ORGANIZADOS	_____
	MARQUE CON UNA X UNA SOLA OPCIÓN
<b>1. ESTADO ACTUAL DEL TEMA ORGANIZATIVO</b>	
<b>a) ¿Hace cuántos años están organizados como empresa alrededor del negocio?</b>	
A) 1 a 3 años	<input type="checkbox"/>
B) 3 a 5 años	<input checked="" type="checkbox"/>
C) más de 7 años	<input type="checkbox"/>
<b>b) ¿con qué frecuencia se reúnen para analizar temas del negocio?</b>	
A) muy ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
B) cuando los directivos nos citan a reunión	<input type="checkbox"/>
C) nos reunimos en fechas previamente acordadas de manera muy frecuente	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>C) ¿Trabajan en proyectos que mejoran las condiciones de vida de todos los socios?</b>	
A) Todavía no han realizado proyectos que beneficien a la mayoría	<input type="checkbox"/>
B) En este momento tienen algún proyecto que mejoran la situación de la mayoría	<input type="checkbox"/>
C) Han tenido varios proyectos que mejoran la situación de la mayoría	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>d) ¿Cómo determinan si la empresa ha logrado avanzar?</b>	
A) no hacemos seguimiento a los avances de la empresa	<input type="checkbox"/>
B) programan actividades pero no hacemos seguimiento	<input type="checkbox"/>
C) llevan actas de seguimiento	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>e) como elaboran proyectos para pedir apoyo a las entidades</b>	
A) no hacen proyectos	<input type="checkbox"/>
B) los proyectos que han trabajado los han hecho personas externas	<input checked="" type="checkbox"/>
C) los proyectos se hacen desde la misma organización	<input type="checkbox"/>
<b>f) ¿Los miembros del grupo han tenido la oportunidad de capacitarse?</b>	
A) el proceso organizativo es reciente y faltan programas de capacitación	<input type="checkbox"/>

B)solo algunos integrantes de la organización se han capacitado	
C)se han gestionado capacitaciones con organizaciones externas	X
puntaje total área organizativa	16,00
<b>2. ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA</b>	
a) ¿Cómo tienen organizada la información del negocio?	
A)No tienen archivos con los documentos del negocio	
B)tienen los papeles y documentos sin ningún orden	X
C)tienen ordenados y archivados la totalidad de los documentos del grupo	
<b>b) ¿cómo realizan las labores administrativas del grupo?</b>	
A)No tienen definido personal administrativo	
B)las tareas se reparten entre el líder del grupo y demás integrantes	X
C)se cuenta con personal administrativo al que se le paga por su trabajo	
<b>c) ¿cuentan con manuales administrativos y reglamentos de trabajo?</b>	
A)no contamos con manuales ni reglamentos de trabajo	X
B)están elaborando algunos reglamentos de trabajo	
C)tienen reglamentos de trabajo ya establecidos	
<b>d)¿venden con o sin factura?</b>	
A)Generalmente venden sin factura	X
B)Venden con factura a los clientes que lo exigen	
C)Todo se vende con facturas	
<b>e) ¿cómo se parten labores al interior de la asociación?</b>	
A)No tienen tareas asignadas, ni planes de trabajo	X
B)existen comités de trabajo	
C)existen funciones definidas y hay clara división de trabajo	
puntaje total administración de la empresa	7,00
<b>3. ESTADO ACTUAL DEL AREA FINANCIERA</b>	
<b>a)¿cómo determinan la utilidad del producto?</b>	
A)no tienen establecidos los costos de producción ni la utilidad del negocio	
B)tienen en cuenta los costos de producción y administración para saber la utilidad neta	X
C)conocen la totalidad de costos internos y externos, con base en lo cual determinan la ganancia	
<b>b)¿cuentan con mecanismos de capitalización diferentes a las bancarias?</b>	

A)no cuentan con ningún mecanismo de autofinanciamiento y ahorro	
B)si cuentan con un fondo de ahorro y crédito pero en este momento no funciona	
C)si cuentan con un fondo de ahorro y crédito y actualmente funciona	X
<b>c)como consiguen recursos para el grupo</b>	
A)no se gestionan recursos para el grupo	
B)solo en ocasiones han conseguido recursos para el grupo	
C)presentan proyectos y gestionan de forma grupal para conseguir recursos	X
<b>d)¿cómo planifican el uso del dinero en el grupo?</b>	
A)No planifican, gastan el dinero en lo urgente	X
B)Planifican algunas veces, comprando lo que han decidido que es prioritario	
C)planifican el uso del dinero de acuerdo con lo que determinan los socios	
<b>e)¿cómo llevan la información contable de la organización?</b>	
A)No llevan contabilidad	X
B)llevan un libro de ingresos y egresos y soportan los gastos	
C)tienen un contador que lleva la contabilidad	
<b>f)¿cuentan con un plan de trabajo a mediano plazo?</b>	
A)no cuentan con un plan de trabajo	
B)Tienen planeadas algunas actividades del negocio	
C)Cuentan con un documento escrito del plan de trabajo	X
<b>g) ¿cuándo necesitan dinero quiénes les facilitan créditos?</b>	
A) los mismos socios, sus amigos o familiares.	X
B) Entidad pública u otra asociación	
C) Entidades bancarias	
<b>h) ¿por qué esta persona o entidad les facilita créditos?</b>	
A) Tienen mucha confianza en nuestra entidad	
B) Nosotros también les hacemos créditos cuando lo necesitan	
C) El dinero lo pagamos con productos o trabajo	X
Puntaje total área financiera	17,00
<b>4. ESTADO ACTUAL DEL AREA DE PRODUCCIÓN DEL NEGOCIO</b>	
<b>A)¿cómo es la forma en que producen y transforman el producto?</b>	
A)cada una de las personas producen de manera diferente	X
B)existen algunas personas que están unificadas en el proceso de producción	
C)existen procesos de producción iguales para todas las personas	

<b>b) ¿Qué mano de obra utilizan?</b>	
A) Mano de obra familiar sin remuneración mensual	X
B) Mano de obra familiar con remuneración mensual	
C) Mano de obra no familiar/ externa y remunerada	
<b>c) ¿cómo cumplen los requisitos de los clientes?</b>	
A) no diferencian requisitos técnicos para los clientes	
B) cumplen con algunos requisitos técnicos de algunos clientes	X
C) producen cumpliendo los requisitos técnicos de los clientes	
<b>d) ¿cómo compran los insumos?</b>	
A) cada uno compra en forma individual los insumos que requiere	X
B) hacen compras de algunos insumos en conjunto	
C) la totalidad de compras de insumos se hacen de manera conjunta	
<b>e) ¿Dónde compran los insumos?</b>	
A) Producen la mayor cantidad de insumos	X
D) Compramos casi todos los insumos a la misma comunidad	
C) Compramos casi todos los insumos fuera de la comunidad	
<b>f) ¿tienen registros y cumplen con las normas sanitarias exigidas por el mercado?</b>	
A) el mercado que tenemos no exige normas sanitarias	
B) estamos iniciando el cumplimiento de algunas normas sanitarias	
C) Cumplen con las normas y registros que exige el mercado	X
<b>g) ¿qué nivel de calidad tienen los productos en el mercado que atienden?</b>	
A) no tienen que cumplir requisitos de calidad en el mercado que atienden	
B) solo cumplen algunos requisitos de calidad en el mercado que atienden	
C) cumplen con los requisitos de calidad del mercado que atienden	X
<b>h) ¿Hacen control de calidad del producto?</b>	
A) No controlan la calidad del producto	X
B) Tienen algunos procesos de control de calidad del producto	
C) Tienen control de calidad y hacen seguimiento a la calidad del productos	
<b>i) ¿Qué tipo de tecnologías utilizan?</b>	
A) Tecnologías adecuadas a su producción	X
B) Tecnologías adaptadas de otras empresas	
C) No usan tecnologías	
Puntaje total área producción	14,00

**5. ESTADO ACTUAL DEL ÁREA DE MERCADEO DEL NEGOCIO**

**a) ¿cómo fijan el precio de venta de los productos?**

- A) no fijan precio de venta
- B) con algunos clientes pueden negociar el precio y algunas condiciones de venta
- C) pueden fijar los precios directamente con los clientes

X

**b) ¿En qué forma venden?**

- A) cada productor vende su producto en forma individual
- B) Tienen algunos grandes clientes y hacen ventas en conjunto
- C) Trabajan conjuntamente para atender negocios en los que venden en conjunto

X

**c) ¿qué formas de intercambio utilizan?**

- A) Todo el producto lo intercambian por dinero
- B) Parte del producto se paga con trabajo
- C) Parte del producto se intercambia con otros insumos

X

**d) ¿Cómo consiguen los clientes?**

- A) Los clientes los buscan y compran los productos
- B) Tienen identificados algunos clientes para disminuir la intermediación
- C) Conocen el mercado y buscan clientes constantemente

X

**e) ¿Han desarrollado nuevos productos?**

- A) El mercado no les exige desarrollar nuevos productos
- B) Han visto oportunidad de desarrollar productos, pero no tienen la tecnología necesaria
- C) Han desarrollado nuevos productos solicitados por los clientes

X

**f) ¿Cómo dan a conocer sus productos a los clientes?**

- A) Cuentan (voz a voz) a las personas conocidas sobre el producto que ofrecen
- B) Tienen catálogo de productos, pero falta desarrollar más material
- C) Hacen promoción de los productos por diferentes medios (publicidad, ferias, otros)

X

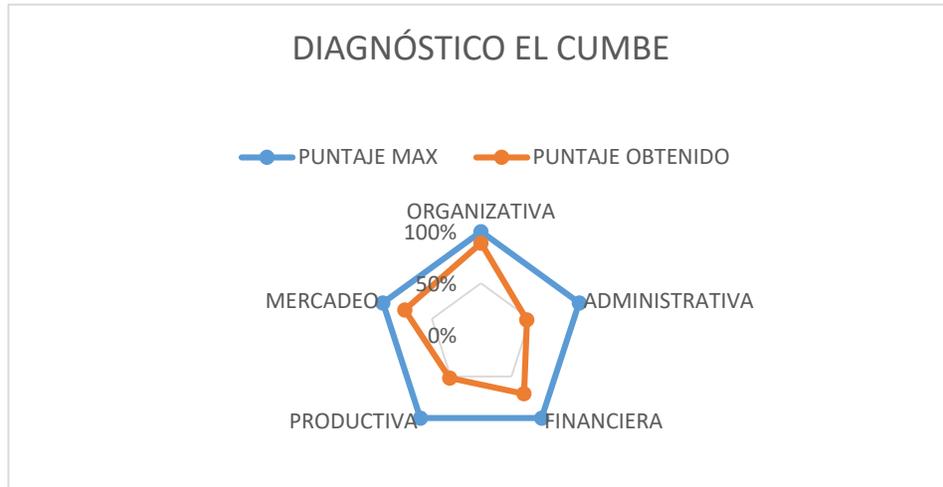
Puntaje total área Mercadeo

14,00

PUNTAJE OBTENIDO POR ÁREA				
ORGANIZATIVA	ADMINISTRATIVA	FINANCIERA	PRODUCTIVA	MERCADEO
16,00	7,00	17,00	14,00	14,00
CALIFICACIÓN FINAL				68,00

AREA	PUNTAJE MAX	PUNTAJE OBTENIDO
------	-------------	------------------

ORGANIZATIVA	100%	89%
ADMINISTRATIVA	100%	47%
FINANCIERA	100%	71%
PRODUCTIVA	100%	52%
MERCADEO	100%	78%



## ANEXO 2

## GUIA DE ENTREVISTA

La entrevista a profundidad se hará para dos grupos de población, una para las entidades territoriales ya sea cabildos indígenas, alcaldías o consejos comunitarios, en este caso la unidad de análisis son las organizaciones sociales y a los integrantes de las empresas comunitarias, la unidad de análisis son las familias.

La entrevista a los integrantes de las empresas comunitarias se trabaja con los mismos tres ejes de análisis de la encuesta: mano de obra, tecnología y mercados.

Objetivo: caracterizar las pymes rurales de tipo comunitario.

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuántos años lleva usted como socio en la empresa comunitaria?
2. ¿cómo está organizada su empresa? Y ¿qué papel desempeña usted dentro de ella?
3. ¿Su empresa se encuentra legalmente constituida? ¿sí? ¿no? ¿por qué? ¿ante qué entidad?
4. ¿hace cuantos años trabajan juntos? Y ¿por qué decidieron hacerlo?
5. ¿Quiénes trabajan en la empresa?
6. ¿los empleados o trabajadores reciben algún pago por su trabajo?
7. ¿Cuáles son las formas de pago que utilizan?
8. ¿qué reglas establecidas existen en su organización? Mencione algunas
9. ¿cómo y quienes han establecido estas reglas?
10. ¿Trabajar y ser socio de la empresa cómo le ha contribuido a usted y su familia?
11. ¿usted como establece el precio de venta de su producto?
12. ¿qué insumos produce usted? Y ¿quién le apoya en estas labores de producción?
13. ¿cómo vincula a su familia en los procesos de producción del producto?
14. ¿Qué herramienta utiliza usted durante el proceso de producción?
15. ¿Qué hace usted con el excedente de producción que no logra comprarle la empresa?
16. ¿en qué y cómo invierte el dinero que obtiene de la producción?
17. ¿A parte del producto que entrega a la empresa, que otros alimentos produce?
18. ¿En su familia quienes aportan económicamente?
19. ¿Qué otras actividades productivas hace su familia?
20. ¿En qué temas lo ha capacitado la empresa?
21. ¿De su familia, quiénes asisten a reuniones y capacitaciones?
22. ¿cómo consiguen apoyo económico o inversión para su empresa?
23. ¿Quién vende el producto? ¿Por qué?
24. ¿Dónde venden sus productos? ¿Por qué?
25. ¿Quién es la persona que más vende en su organización? A ¿qué cree que esto se deba?

**GUIA 2.**

Objetivo: caracterizar las pymes rurales de tipo comunitario.

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuántas organizaciones de productores existen en su territorio?
2. ¿cuál es el producto que más se desataca? ¿Por qué?
3. ¿cómo apoya su entidad a las organizaciones de productores?
4. ¿Cuántas personas hacen parte de las organizaciones de productores?
5. ¿usted hace parte de alguna organización de productores?
6. ¿considera usted que el modelo organizacional que utilizan estas empresas u organizaciones son las más adecuadas?
7. ¿pertenece usted o su familia a alguna organización de productores?
8. ¿Quiénes proveen los alimentos a su territorio?
9. ¿Cuánto aporta la producción local?
10. ¿Qué tipo de alimentos ingresan de afuera? ¿Por qué?

### Anexo 3

#### Protocolo para investigación

#### Guía etnográfica tomada y adaptada de la guía etnográfica del proyecto Ekomer"

#### 1.- Preguntas de investigación

Este trabajo responderá a las siguientes preguntas de investigación:

- 1) ¿Cuáles son los factores que permiten a las Mipymes rurales de tipo comunitario del sector alimentario mantenerse en los mercados, en la empresa comunitaria cumbe del resguardo de Cumbal, la empresa de café Kusny del resguardo de Aponte y el trapiche comunitario del resguardo El Edén del pueblo Awá?
- 2) ¿Cuáles son las formas de construcción social de los mercados de productos que oferta una mipyme exitosa rurales de tipo comunitario?

#### 2.- Organización del trabajo de campo

**Lugar:** familias dedicadas a la producción y comercialización de cuy, café y panela de los resguardos del Gran Cumbal (empresa comunitaria Cumbe), cabildo inga de aponte y resguardo el Edén del pueblo Awá.

**Unidad de análisis:** familias que hacen parte de las organizaciones de productores, aquellos que de manera verbal manifiestan un agradecimiento a la organización de base (casos de desviación positiva) y familias participantes de la organización que manifiestan de manera verbal no obtener beneficio alguno de la organización indígena (desviación negativa). Para la selección de las familias se tendrán en cuenta variables como: a) composición de la familia, b) actividades económico productivas de miembros de la familia, c) nivel de ingresos, d) familias productoras e) personas que hacen parte de la junta directiva de la organización y personas que son socias.

La unidad de análisis más pequeña serán los individuos miembros de cada familia, a partir de la interacción con todos o varios de los miembros se realizarán inferencias sobre toda la familia. Por otra parte, esta unidad de análisis pequeña nos permitirá realizar diferenciaciones de género, generacionales y otras que sean relevantes. Hay que considerar que en algunos casos los familiares viviendo al cuidado de los niños, discapacitados o adultos mayores, pueden extenderse más allá de la familia nuclear y pueden o no vivir en la misma casa.

#### 4. Métodos y herramientas a utilizar:

##### *Consentimiento informado*

Una vez leído y aprobado el consentimiento informado por parte de una persona adulta de la familia (ver consentimiento informado en los documentos para aprobación de bioética), el/la investigador/a llevará a cabo las siguientes actividades etnográficas.

### ***Etnografía con familias***

El trabajo etnográfico se constituye como un ejercicio que consiste en conjugar las formas de pensar y escribir sobre lo observado. Según Clifford es un modo de estar en la cultura mientras se mira la cultura, de esta manera se logra acercarse a la cotidianidad del trabajo familiar y poder determinar el tiempo que cada uno de los integrantes de la familia dedica a las labores de producción.

La etnografía se llevará a cabo con familias que hagan producción y comercialización en procesos comunitarios pertenecientes a los cabildos de Cumbal, Aponte y el Eden. La selección se llevará a cabo con base en las sugerencias que hagan los líderes indígenas de la zona, quienes otorgan permisos para el acceso. El número de familias será de una familia por cada empresa comunitaria. Con cada una de ellas se plantea residir durante cuatro (4 días).

Las familias deberán ser informadas sobre los objetivos de la investigación, especialmente aquellos que persigue el trabajo de campo etnográfico que consiste en indagar sobre las prácticas productivas y conocer que tantos alimentos ingresan de afuera al hogar para su alimentación, y saber cuáles de ellos son producidos en la misma familia. Además es importante determinar la cantidad de tiempo que dedican a la producción de café, cuy y panela, para saber y conocer cómo es la construcción social de los mercados alrededor de estos y los demás productos que la familia produce de manera alterna y observar las formas de autoconsumo de las familias y maneras de producción durante los días de la investigación, es importante que la familia no deje a un lado sus labores diarias durante la presencia de la investigadora.

Para que la familia permita el ingreso de la investigadora se propone el pago por la alimentación y el hospedaje o llevar una pequeña remesa que cubra el valor de la estadía. De esta manera las familias ponen mayor interés en la investigación y no alterar sus formas de vida durante esta semana.

La investigadora participará de las actividades agrícolas y de producción que realice la familia, y en todo caso en las labores domésticas, esto con el ánimo de generar confianza y conseguir mejores resultados. Por ser familias indígenas seguramente estarán involucrados en procesos de lucha y mingas de pensamiento a las cuales la investigadora deberá asistir.

A continuación, se describen algunas actividades que se esperan desarrollar con las familias con el objetivo de realizar un análisis comparativo:

#### ***Identificación de donde provienen los alimentos que consume la familia, cuando es comprado y cuanto producido.***

En esta investigación se indagará sobre los factores sociales y comerciales que construyen los mercados, iniciando desde la unidad familiar en donde se puede determinar la cantidad de alimentos que ingresan de afuera y cuales son producidos en la misma familia.

De la misma manera se analizarán los insumos para la producción que son traídos de afuera y cuales los proveen en el mismo predio.

La finalidad del estudio es conocer como usan y se apropian de las prácticas de producción con mano de obra familiar. Las siguientes actividades pueden orientar una observación participante

para responder a estas preguntas con actividades más o menos estructuradas, es importante validarlas y tomar en cuenta que el/la investigadora deberá identificar las más apropiadas, relevantes y útiles en su observación.

1.- Dibujar un **árbol de parentesco** de los miembros del hogar si es posible con dos generaciones, la de los padres y la de los abuelos. Esto ayudará a preguntar de donde viene una receta o quienes en ese árbol han influido más en las formas de producción y comercialización actual del hogar. De donde vienen las ideas sobre qué y cómo producir.

2.- **Redes sociales:** es preciso conocer y graficar las relaciones entre los miembros de la familia y otras personas del barrio, trabajo o grupos de amigos, estas redes usualmente tienen un rol en las formas de producción y comercialización (por ejemplo, vecinos y personas del pueblo producen lo mismo y comercializan de la misma manera, incluso pueden utilizar las mismas formas de producción). Incluir redes formales como agrupaciones, organizaciones y reuniones sociales ayudará a determinar cómo se toma decisiones sobre qué y cómo producir y dónde y con quién comercializar. Se pueden dibujar esas redes para cada miembro de la familia ya que posiblemente estas van a ser distintas y de diferente intensidad (representadas por líneas más o menos gruesas, discontinuas o de un color que indique relaciones conflictivas).

3.- **Calendario de Producción y venta:** preguntar sobre las prácticas de producción ¿tienen en cuenta los ciclos lunares? ¿Conocen como afecta los cambios climáticos a sus productos? ¿Existen formas de mitigar las afectaciones? ¿Dónde venden? ¿Precios de ventas?

4.- **Horarios y formas de producción:** saber los horarios en los que trabaja cada uno de los integrantes de la familia, determinar cuánto tiempo emplean en cada una de las labores. Las relaciones entre los diferentes miembros de las familias y la repartición de tareas, así como la toma de decisiones en materia de comercialización y producción.

5.- **Historias de vida relacionadas con la producción:** Preguntar a cada miembro de la familia ¿cómo/cuándo/dónde llegó a tener las tareas en la producción que tiene actualmente? ¿Qué o quién ha influido en su producción, adquisición, preparación o consumo actual? Permita que las personas entrevistadas desarrollen su historia personal al respecto, a veces estas giran en torno a algún alimento o plato en particular o en torno a eventos críticos como la enfermedad y curación de algún miembro familiar.

6.- **Mapa conceptual de los miembros familiares:** preguntar y graficar qué es lo que cada miembro de la familia considera como producción “propia”, si el término está dentro de su léxico y luego preguntar y observar como lo practican. Identificar por ejemplo los valores que se dan a ciertas formas de producción, de valor espiritual, de “pobres” etc. (consultar Weismantel 1994). Se pueden presentar los resultados como un mapa, red o árbol de conceptos con los que se relaciona cada miembro de la familia.

7.- **Preparación de las comidas:** pasar tiempo en la cocina con la persona que prepara la comida. Ayudar en la preparación y anotar las prácticas que se utilizan para preparar alimentos, ¿Qué

ingredientes se combinan?, ¿Qué estilo de preparación se usa (hervir, freír, asar, etc.). ¿Se hace alguna preparación especial para los niños? Observar las prácticas de higiene. ¿Se lavan las manos e implementos de cocina? ¿Se hierve el agua?, ¿De dónde viene el agua?

8.- **Lista de compras:** acompañar en las compras ó en las formas de adquisición de alimentos (cosecha, intercambio, etc.). Anotar todo lo comprado y de donde procede, ¿cuáles son los alimentos que se preparan en la casa y cuáles ya estaban ahí antes de comprar? ¿De dónde vienen, desde cuando los tienen? Averiguar qué se compra en las tiendas o mercados cercanos, y ¿cuáles son las barreras para acceder a aquellos productos que les gustaría consumir? que les gustaría poder comprar y porque no pueden, ¿Cuáles son las barreras para conseguir los alimentos que desean? Preguntar en que otros lugares compran y donde más consiguen alimentos.

9. **Etnografía de los sentidos:** esta última recomendación para la etnografía es identificar y capturar en la etnografía las emociones y sensaciones vinculadas por cada miembro del hogar o por el/la investigadora a alimentos/comidas en particular. Esto es una etnografía de todos los sentidos y no solamente de la observación, identificando olores, sabores, colores, sonidos, texturas, movimientos cenestésicos, etc. Si la o las personas de la familia están de acuerdo, se puede grabar conversaciones (previo consentimiento) y tomar fotografías (por ejemplo, de los platos de comida). Tomar en cuenta que no se pueden utilizar fotografías, especialmente de menores de edad en los estudios, sin que sus padres hayan firmado un consentimiento por escrito, es preferible evitar usar dichas fotografías. Si se puede publicar fotografías de la producción y cultivos asociados.

### ***Períodos para ordenamiento de datos e inicio de análisis***

Es necesario considerar de 3 a 7 días de “descanso” entre el estudio de una familia y el comienzo de otra. En estos días el/la investigador/a puede realizar las siguientes tareas:

- Terminar de escribir sus notas de campo
- Revisar y codificar las notas
- Revisar grabaciones y anotar los tiempos en los que hay información relevante según los códigos
- Hacer un resumen de una página de lo más relevante con la familia.
- Hacer una copia de todos los materiales.
- Comenzar la investigación sobre la encuesta, el cluster y la cuenca de la siguiente familia.
- Recuperar energías para la siguiente etnografía.

### **4.- Análisis de datos**

Los datos se analizarán alrededor de la construcción social de los mercados, la manera como el autoconsumo y las ventas al mercado son ejercidas en la obtención de dinero, así como otras formas de intercambio.

### Anexo 1. Actividades productivas que realizan los miembros de cada familia

Información General				
A	Fecha (dd/mm/aa)	-- / -- / ----		
B	Persona que hace el trabajo o labor.			
c	Tiempo aproximado			
D	Que producto trabaja, tiempo dedicado			

## Lista de referencias

- Abramovay, Ricardo. 2006. *Entre deus e o diabo, mercados e interação humana nas ciências sociais*. revista de sociologia de la UPS.
- ACNUR. «Comunidades indígenas en Colombia.» 2011.  
[http://www.acnur.org/t3/fileadmin/Documentos/Pueblos\\_indigenas/2011/Comunidades\\_indigenas\\_en\\_Colombia\\_-\\_ACNUR\\_2011.pdf](http://www.acnur.org/t3/fileadmin/Documentos/Pueblos_indigenas/2011/Comunidades_indigenas_en_Colombia_-_ACNUR_2011.pdf) (último acceso: 30 de julio de 2017).
- ALCALDIA MUNICIPAL DE CUMBAL. 2008. «PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2008-2011.» CUMBAL.
- Ander, Ezequiel. 1995. *Técnicas de investigación Social*. Buenos Aires: LUMEN.
- Argoti, Bucheli, Victor Manuel. 2008. «Análisis de la capacidad competitiva de las pymes del subsector agroindustria como dinamizadoras del desarrollo del departamento de Nariño.» pasto: universidad de Nariño- Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Asociación Shaquiñan. 2011. «Kipe, Semillas con identidad.» *Innovación, desarrollo tecnológico y aplicación del conocimiento andino para la promoción de la agricultura sostenible en cinco resguardos indígenas del pueblo de los pastos en el Departamento de Nariño*. Ipiales.
- Bastidas, O, y M Richer. 2001. «Economía Social y economía solidaria: Intento de definición.» *CAYAPA, Revista venezolana de Economía social*.
- Berdegú, Julio, Escobal, y A Bebbigton. 2015. *Explicando la diversidad espacial en el desarrollo rural latinoamericano: estructuras, instituciones y coaliciones. Serie documento de trabajo N° 174. Grupo de trabajo Cohesión Territorial para el Desarrollo*. santiado de Chile: Rimisp.
- Bourdieu, Pierre. 2000a. *Les structures sociales de l economie*. Paris: seuil.
- Bourdieu, Pierre. 2000b. *Poder, derecho y clases sociales*. Traducido por Beneitez M' José Bernuz , Ida Andrés García , Ordovás M' José González y Oliver Daniel Lalana. Bilbao: EDITORIAL DESCLÉE DE BROUWER, S.A.
- . 2001. *Poder, Derecho y Clases Sociales*. Bilbao: EDITORIAL DESCLÉE DE BROUWER, S.A.
- Bourdieu, Pierre. 1985. «The forms of capital.» En *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, 47-58. N.Y., Greenwood: J. Richardson.

- Cabildo Inga de Aponte. 2008. «Mandato Integral de Vida para la pervivencia y permanencia del pueblo Inga de Aponte.» Aponte.
- Cabildo Mayor Awá de Ricaurte CAMAWARI. 2002. Plan de vida Awá de Ricaurte Lo que somos y lo que soñamos "Sunkana makpas, sunkana n+jultumakpas". Ricaurte-Nariño. [lientes/es/nuestro\\_cafe/cafes\\_especiales/que\\_son/](#) (último acceso: 1 de 08 de 2017).
- Clifford, James. 1995. «*Dilemas de la Cultura, Antropología, literatura y arte en la perspectiva posmoderna.*» Barcelona: Gedisa.
- CONFECAMARAS. CONFECAMARAS. s.f. <http://www.confecamaras.org.co/representacion-de-la-red/funciones-de-las-camaras-de-comercio> (último acceso: 7 de Julio de 2017).
- DANE. «Conceptos básicos.» s.f.
- Durston, John. «CEPAL.» 2000. [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5969/S0007574\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5969/S0007574_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (último acceso: 17 de julio de 2017).
- Escobar, Arturo. 2005. *Más allá del Tercer Mundo, Globalización y diferencia*. Popayán: Universidad del Cauca.
- Ekomer 2016. Guía etnográfica para el campo. Documento de trabajo. No de páginas:1-19
- Elias N. 1982. Sociología fundamental, Gedisa, Barcelon.
- Federación Nacional de Cafeteros FNC. *clientes Federación Nacional de Cafeteros*. s.f. <https://www.federaciondecafeteros.org/c>
- Fligstein, Neil. 2001. *The architecture of the markets*. Princeton University press.
- Furtado, Celso. 1976. *Formação Econômica do Brasil*. Sao Paulo: Companhia Editora Nacional.
- Gaiger, Luiz Inácio. 2004. «Emprendimientos económicos Solidarios.» en *Cattani*.
- Gracia, Mabel. 1996. «*Paradojas de la alimentación contemporánea.*» Barcelona: Icaria.
- IICA, Instituto interamericano de Cooperación Par la agricultura. 2010. *Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe*. San Jose, Costarica: OEA.
- Lombana, Jenny. 2016. «Las Pymes rurales agroindustriales de tipo comunitario y sus factores de éxito en los mercados.» Plan de tesis, Quito.
- Lombana, Jenny. 2017. Diario de campo, Las formas de construcción social de los mercados, factores de éxito de las empresas comunitarias indígenas de los pueblos: Inga, Pastos y Awá en el Departamento de Nariño.

- Long, Norman. 2007. *Sociología del desarrollo: Una perspectiva centrada en el Actor*. México: el Colegio de San Luis, CIESAS.
- Mallama, resguardo indígena el Gran. 2010. *sistema de derecho propio*. Mallama: USAID.
- Mamian, Guzman Doumer Reinaldo. 1993. *Los Pastos, la danza del Espacio, El Tiempo y El Poder en los Andes Septentrionales*. San Juan De Pasto: Universidad de Nariño.
- Mery Weismantel. 1994. *Alimentación, Género y Pobreza en los Andes Ecuatorianos*. Quito: Abya Yala.
- MINCIT. *Ministerio de Comercio Industria y Turismo*. 2016. [www.Mipymes.gov.co](http://www.Mipymes.gov.co) (último acceso: 20 de octubre de 2016).
- Nam, Know. (2014) «La problemática transición boliviana hacia la época postneoliberal.» *Revista de estudios sociales*, n° 54: 25-38.
- Ostrom, Elionor. 1990. *El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva*. México: Fondo de cultura económico.
- Pastas, Resguardo indígena de. 2017. «Plan de Acción y Vida.» Aldana.
- Poulain, Jean Pierre. s.f. “Cómo estudiar los fenómenos alimentarios”: 1-41
- Perafán, Carlos Cesar. 1999. *Impacto de cultivos ilícitos en pueblos indígenas. El caso de Colombia, Informe de buenas prácticas, citado por Quijano*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Polanyi, Karl. 2015. «La economía como actividad institucionalizada.» *Revista de Economía Crítica nro 20*,: 192-207.
- Pueblo Inga 2009. «Proyecto Etnoeducativo Del Pueblo Inga.».
- Quijano, Olver. 2016. *Ecosimias, Visiones y prácticas de diferencia económico/cultural en contextos de multiplicidad*. Popayan: Universidad del Cauca.
- Reina, Sebastian, y David Zuñiga. 2009. «Las Mipymes del sector alimentos un sector impactante en la nueva economía mundial.» *Gestión y Desarrollo*: 137-144.
- Rosas-Ferrusca, F.J.; Calderón-Maya, J.R., Campos-Alanis, H. 2012: Elementos conceptuales para el análisis de la gobernanza territorial. En: Quivera 14 (2), 113-136. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40126859001>
- Samuelson, Paul, y Nordhaus William. 2006. «Economía.» Mc Grawhill.
- Sen, Amartya. 1997. *Bienestar, justicia y mercado*.
- Stiglitz, Joseph. 1986. *Economía de sector público*. Barcelona: Antoni Bosch.

- Stiglitz, Joseph. 2003. «El rumbo de las reformas: Hacia una nueva agenda para América Latina.» *Revista CEPAL*, n° 80, Agosto.
- Thorp, Rosemary. 1998. *Progreso, Pobreza y Exclusión: Una historia económica de América Latina en el siglo XX*. Washington: Banco Interamericano de desarrollo e Unión Europea.
- Valles, Miguel. 1999. «La investigación documental: Técnicas de lectura y documentación.» En *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*, de Miguel Valles, 109-139. España.
- Yamá, Taimal Alba Lucia. 2012. «Institucionalización y crisis del movimiento indígena en Colombia, el caso de AICO- "Autoridades Indígenas de Colombia".» Quito: FLACSO.

## **Documentos Consultados**

Constitución política Colombia 1991

Convenio 169 de la Organización Internacional del trabajo, 2007

<https://mpcindigena.org/>

Jenny Lombana Diario de campo, 2017.

## **Video:**

Chindoy Hernando « Capitulo 9 A Viva Voz Resiliencia», documental rodado en 2017, video en YouTube, acceso el 10 de abril de 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=IK8ADcjlow8>

## **Entrevistas**

Richard Humberto Fuelantala Delgado, Subsecretario de Agricultura, departamento de Nariño

RF – 01        8 de mayo de 2017

Coordinador Cabildo Menor de Justicia, resguardo Inga de Aponte, Departamento de Nariño

CJ – 02        17 de marzo de 2017

Coordinador Nacional Proyecto: Economías Propias, Ministerio de Comercio, Industria y

Turismo

NF – 03        diciembre 2016

Abraham Muñoz: productor de café, Resguardo inga de Aponte

AM – 04        28 de abril 2017

José Álvaro Chirán, representante legal Empresa Comunitaria “El Cumbe”

AC – 05        03 de junio 2017

Kelly Martínez- coordinadora Cabildo menor de economía, Resguardo indígena Inga de Aponte

AR–06 abril 2017

Omairo Aza- líder indígena resguardo El Edén- Ricaurte, Pueblo Awá, Departamento de Nariño

DC – 06        mayo 2017

JM Lombana, levantamiento de campo 2017.