

MÓDULO 3

Familia, comunidad y entorno

Coordinación:

Roberto Di Meglio, Monica Lisa,
Martha Pacheco, Mario Tueros

Autores:

René F. Apaza Añamuro, Silvia Moreno Roque

Desarrollo metodológico y revisión pedagógica:
Monica Lisa

Revisión lingüística:

Luvia Soto Cabrera

Ilustraciones:

Jorge Hidalgo

Diseño gráfico:

Maurizio Costanza

Copyright © Organización Internacional del Trabajo – Centro Internacional de Formación, 2008
Primera Edición 2008

Esta publicación goza de la protección de los derechos de propiedad intelectual en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor. No obstante, ciertos extractos breves de estas publicaciones pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción o de traducción, deben formularse las correspondientes solicitudes a la Organización Internacional del Trabajo y al Centro Internacional de Formación de la OIT, solicitudes que serán bien acogidas.

Programa Modular: Emprendimientos para pueblos indígenas

MÓDULO 3 - Familia, comunidad y entorno

ISBN 978-92-9049-466-9

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones del Centro no implican juicio alguno por parte de la OIT o del Centro Internacional de Formación de la OIT sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmadas incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las comparta.

Las referencias a firmas o procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la OIT o el Centro Internacional de Formación de la OIT, y el hecho de que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Programa EUROsociAL- Empleo

<http://lamp.itcilo.org/eurosoci-al-empleo/>
y

Programa de Educación a Distancia
y Tecnología del Aprendizaje (DELTA)

Centro Internacional de Formación de la OIT
Viale Maestri del Lavoro 10
10127 Torino
Italia
<http://www.itcilo.org/es>

Contactos:

Programa EUROsociAL- Empleo
Teléfono: + 390116936306
Facsimile: +390116936789
E-mail: d.ferrari@itcilo.org

Programa DELTA

Teléfono: +39 011 6936504
Facsimile: +39 011 6936469
E-mail: delta@itcilo.org

Oficina Sub-regional de la OIT para los Países Andinos

<http://www.oitandina.org>

Las Flores 275
San Isidro, Lima 27
Apartado 14-124
Lima, Perú
Teléfono: +5116150300
Facsimile: +5116150400
E-mail: lima@oit.org.pe

TABLA DE CONTENIDOS

Objetivos generales	1
Introducción	1
SESIÓN 1 - La empresa y la persona	3
Objetivos específicos	3
Introducción	3
ACTIVIDAD 3.1 “Separando el papel de la empresa del papel de la familia”	4
El concepto de <i>familia</i> dentro de la cultura indígena	7
El papel de las <i>mujeres</i> en la economía indígena agrícola	9
SESIÓN 2 - La familia indígena y el negocio	13
Objetivos específicos	13
Introducción	13
ACTIVIDAD 3.2 “Analizando nuestras experiencias sobre negocios familiares y emprendedorismo productivo”	14
ACTIVIDAD 3.3 “Haciendo el inventario de nuestros recursos”	24
ACTIVIDAD 3.4 “No recuerdo, ¿tiene testigo?”	26
ACTIVIDAD 3.5 “Identificando a los actores”	30
¿Qué he aprendido? ¿Cómo voy a utilizar lo aprendido?	32
PARA SABER MÁS...	33
1. El capital social en la gestión del desarrollo rural	33
2. La reciprocidad andina: principio de seguridad vital	35
Bibliografía	3

Con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que implicaría utilizar en español “o/a” incluir ambos géneros, se ha optado emplear el masculino, en el entendido que comprende a hombres y mujeres.



Objetivos generales

Al finalizar el módulo los participantes habrán tenido oportunidad de:

- Reflexionar sobre las capacidades y recursos con los que cuentan para ir mejorando su negocio.
- Identificar las distintas relaciones que se dan entre la empresa y el entorno que la rodea.
- Determinar cómo el papel de la empresa deben distinguirse de papel de la familia.

Introducción

De acuerdo a los Índices de Desarrollo Humano (IDH) del PNUD¹ en los países de América Latina, existen grandes disparidades entre los pueblos indígenas y el resto de la población. En particular, entre los indígenas se registra mayor analfabetismo y baja escolaridad, especialmente entre las mujeres, un limitado o nulo acceso a los servicios de salud y desnutrición crónica infantil en niños menores de 3 y 5 años.

Estos indicadores de calidad de vida pudieran ser más desastrosos si no fuera por la forma de organización y el papel que cumplen las **familias** dentro de los pueblos indígenas. En la cultura y sociedad indígena, *familia, comunidad y entorno* son estrechamente relacionados ya que *reciprocidad, colaboración y asociatividad* constituyen la base para la resistencia y sobrevivencia.

En este módulo 3 se investigan las conexiones entre *familia, comunidad, entorno y emprendimientos* procurando demostrar que éstos últimos se fundamentan y desarrollan gracias al sistema de relaciones personales que caracterizan las comunidades indígenas.

El tejido familiar y social se vuelve así en red funcional que sirve al emprendedor para iniciar y hacer crecer su negocio.

Por medio de exposiciones, trabajo de grupos, diálogo didáctico, juego de roles, análisis de casos, los formadores y los participantes podrán reconocer el valor de sus relaciones familiares y personales y definir cómo beneficiarse de ellas para que su familia, comunidad y entorno beneficien de sus logros y de los resultados de los demás.

¹ El índice de Desarrollo Humano (IDH) del PNUD está compuesto por las variables de esperanza de vida, nivel educacional e ingresos.

SESIÓN 1

La empresa y la persona

Objetivos específicos

Al finalizar la sesión los participantes habrán tenido oportunidad de:

- Identificar las razones por las cuales es necesario separar el papel del emprendedor desde el papel que cada uno tiene dentro de su familia.
- Analizar el concepto de *familia* dentro de la cultura indígena y el papel de las *mujeres* en la economía andina agrícola.

Introducción

En esta sesión trataremos acerca de la función de las personas en su condición de pertenencia a las empresas, sean estas personales o asociativas: dueño, administrador de la empresa y como miembro de la familia. En particular, examinaremos la importancia de separar el dinero del negocio del dinero de la familia.

ACTIVIDAD 3.1

“Separando el papel de la empresa del papel de la familia”



HOJA DEL FORMADOR



Objetivos:

Con esta actividad los participantes:

- ▶ Diferencian el papel de la empresa del papel de la familia.
- ▶ Explican las razones por las cuales es necesario separar el papel de la empresa del papel de la familia, así como la importancia de separar el dinero.



Instrucciones:

1. Organice una discusión entre los participantes acerca de los efectos de mezclar las actividades de negocios con las familiares. Estimule la participación preguntando acerca de sus experiencias personales en el manejo de su negocio y de su familia. Haga pregunta como las siguientes:
 - ¿Quiénes asumen las principales responsabilidades en el negocio y en la familia?
 - ¿Qué pasa cuando se mezclan estas responsabilidades?, ¿Qué tipo de dificultades se presentan y cómo se resuelven?
 - ¿Qué ventajas y desventajas tiene el hecho de trabajar con la familia?
2. Pida comentarios, análisis de semejanzas y diferencias de las experiencias relatadas y haga comentarios.
3. Forme grupos de trabajo de 6 personas como máximo. Si posible, procure que haya el mismo número de hombres y mujeres. Pídales que preparen una presentación según el guión que les entregará.
4. Durante las representaciones, tome nota de los resultados.
5. Una vez terminada las representaciones, pregunte a los participantes:
 - ¿Ustedes separan los papeles del negocio de los de la familia?
 - ¿Ustedes separan el dinero del negocio del dinero de la familia?

6. Facilite un debate en plenario, para que los participantes opinen sobre la base de sus propias experiencias o de experiencias cercanas que conocen. Anote las respuestas en un panel o pizarra y guíe a los participantes en el análisis de los resultados.
7. Facilite las conclusiones, explicando que, si bien en los pequeños negocios es difícil separar los bienes y el dinero del negocio, de la familia y viceversa, se debe hacer el esfuerzo, por las razones que ellos mismos habrán hallado durante la actividad.



Tiempo:

20 minutos para el diálogo didáctico y los testimonios. 15 minutos para preparar la simulación, 5 minutos para las representaciones de cada grupo y 30 minutos para el debate en plenario.

Guión de las representaciones:

Guión A):

Ustedes representarán una empresa familiar en la cual los miembros mezclan las actividades y responsabilidades propias de la empresa con las de la familia; no los diferencian unas de otras. El empresario no se paga a sí mismo, ni a los miembros de la familia que trabajan en la empresa, utiliza el dinero de la empresa en forma desordenada. A su vez los hijos, los demás integrantes de la familia y otros parientes quieren aprovecharse del negocio, solicitando regalos y préstamos.

Guión B):

Ustedes representarán una empresa en la cual sus miembros saben diferenciar los roles de la empresa y la familia. Esa diferenciación también es entendida por la familia. El empresario se paga un sueldo con lo cual atiende sus necesidades y las de su familia; también paga los sueldos de los miembros de la familia que trabajan en la empresa. La familia colabora con las actividades del negocio en forma organizada.



Posibles resultados de la actividad:

- Es importante y necesario separar las funciones empresariales de las funciones familiares.
- Todas las personas que trabajan en la empresa deben recibir un pago (sueldo, salario), estos pagos deben estar incluidos en los costos de la empresa.
- En la realidad de las micro y pequeñas empresas generalmente los dueños no consideran en el presupuesto de la empresa sus sueldos o salarios, ni la de sus familiares, lo asumen como un ahorro. Esto no es correcto.
- Los empresarios o los socios de una empresa, no pueden utilizar el dinero de la empresa como les plazca, o prestar dinero a un pariente, porque ese dinero pertenece al negocio, los recursos de la empresa están destinados para su funcionamiento.
- Los empresarios deben velar por el bienestar de su familia, su alimentación, salud, educación y vivienda. A veces se observa que los empresarios se dedican en cuerpo y alma a sus negocios y se olvidan de la familia. Buscar el equilibrio, ello también está relacionado con el trabajo decente y de calidad.
- En la experiencia cotidiana algunas micro y pequeñas empresas, utilizan el dinero del negocio para atender las necesidades urgentes, de subsistencia personal y de la familia. Algunos empresarios llegan al punto de no tener capital para seguir operando el negocio y no saben en qué momento se descapitalizaron.
- Generalmente, los pequeños empresarios no registran sus ingresos y egresos. Se recomienda registrar todos los movimientos de dinero.
- Cuando no se cuenta con una información clara del manejo financiero del negocio, se pueden generar problemas en el seno de la familia. No es raro encontrar este tipo de situaciones que pueden ser el origen de conflictos, rupturas y el fracaso de iniciativas empresariales que empezaron con mucho ánimo. Una mala administración siempre acaba con una buena idea de negocio.

El concepto de *familia* dentro de la cultura indígena

El significado de lo que es *familia* para las personas y los pueblos varía de acuerdo a la época histórica y a la cultura. Alrededor del mundo, las normas sobre la estructura familiar son diferentes.

En América Latina, en las últimas décadas, se han desarrollado diversas tendencias que han generado cambios en la estructura y comportamiento de la familia. Entre ellas²:

- a. *La transformación del modelo “hombre proveedor”*. Corresponde a la concepción tradicional de la familia biparental con hijos, en la que están presentes “ambos padres viviendo juntos con sus hijos. La madre alma de casa a tiempo completo y el padre “ganando el pan”. Este modelo ha sufrido un profundo cambio producto de la masiva incorporación de la mujer al mercado laboral, con lo cual se está transitando del modelo “hombre proveedor” al de “familias de doble ingreso”. En promedio, la participación laboral de la esposa ha aumentado de diez puntos porcentuales pasando de 37% en 1990 a 47.6% en el 2002. Es decir, actualmente en casi la mitad de las familias nucleares biparentales latinoamericanas la mujer ha dejado de ser una “alma de casa a tiempo completo” para ingresar al mercado laboral y contribuir al ingreso familiar.

Este cambio ha significado que en la actualidad una alta proporción de las familias en América Latina esté intentando buscar un equilibrio entre las responsabilidades laborales y aquellas relacionadas con el cuidado del hogar.

- b. *La tendencia creciente a las familias con jefatura femenina*. En la década del noventa se observa también una tendencia creciente a las familias con jefatura femenina. Actualmente más de un cuarto de las familias están encabezadas por mujeres (24% en 1994 y 28% en 2002).
- c. *La reducción del tamaño promedio de las familias*. Otra tendencia es la reducción del tamaño promedio de las familias. Entre 1987 y 1999 esta tendencia se ha registrado en todos los países latinoamericanos aunque con variaciones significativas.

Por último, cabe mencionar dos tendencias: la *migración* que implica la fragmentación de las familias de manera más o menos permanente; y el *aumento de las uniones consensuales*.

Familia nuclear

El término *familia nuclear* fue desarrollado para designar el grupo de parientes conformado por los progenitores, usualmente padre y madre y sus hijos. Se concibe como un tipo de familia opuesto a la familia extendida, que abarca a otros parientes.

La familia nuclear se compone por un padre, una madre y uno o dos hijos. Cada miembro tiene sus propias “ocupaciones” y vive una vida bastante independiente uno del otro.

2 Para un mayor desarrollo de los temas que acá se presentan, véase: Sunkel, G. (2006). *El papel de la familia en la protección social en América Latina*, Serie Políticas Sociales No.120, CEPAL, Santiago.

Las redes comunitarias de soporte son relativamente débiles. Las expectativas de padres e hijos se concentran en las horas nocturnas, los fines de semana y los días libres. Las actividades de los miembros de la familia no tienen entre ellas cohesión, ni se adaptan unas a las otras.

Familia extendida

En el sistema de las familias extendidas priman patrones de convivencia compartida entre, por lo menos, tres generaciones. Padres, abuelos, tíos, hermanos comparten experiencias, sobre todo alrededor del trabajo, en la medida en que se trata de estructuras productivas basadas en la reciprocidad y el apoyo mutuo. A nivel familiar, los múltiples hermanos conviven desde su variedad de edades y son modelos de socialización de los más pequeños, encargándose de su crianza muy frecuentemente.

En las comunidades andinas y amazónicas, casi todos los pobladores de una región terminan siendo parientes (lo que, además, es muy probable). Desde la peculiar institución de *ahijado*, pasando por los estrechos vínculos del compadrazgo, hasta la emergencia de sobrinas, sobrinos, hijas, hijos, nietas y nietos (y sus contrapartes de tíos, tías, madres, padres, abuelos, abuelas) se suman los allegados por consanguinidad parcial (hermanos y hermanas del padre) y los derivados de vínculos legales (yernos y nueras). Todo lo anterior establece un contraste con la pequeña familia nuclear.

La familia extendida, más allá de ser una comunidad de convivencia, es también una comunidad de trabajo y de producción. Se trabaja en la casa y en el campo en forma común y las experiencias son conocidas y vivenciadas por la familia en pleno: el nacimiento de animales, la siembra, la cosecha, las fiestas regionales. Hay protección familiar y participación comunal.

Los Otavalos (de Ecuador) mantienen muchas de sus tradiciones ancestrales y también han establecido fuertes lazos con el comercio mundial. Este grupo funciona en redes familiares. Es usual que una familia se encargue de vender los productos de todas. A ella se le entrega el conjunto de los bienes producidos y no pagan por la mercancía cuando la reciben, sino una vez que ha sido vendida. La relación de negocios funciona con base en la confianza y reciprocidad, con lo cual logran una ventaja comparativa.

Nueva funciones de las familias rurales

La familia rural contemporánea se diferencia de la tradicional familia campesina, vista como una unidad de producción y consumo. En el primer caso, los ingresos ya no provienen sólo de la actividad agropecuaria. La reorganización, introducida con el propósito de diversificar las fuentes generadoras de ingresos, el fortalecimiento de las relaciones de intercambio con otros agentes económicos, y la inserción en ocupaciones no agrícolas, ha

producido modificaciones sustanciales en los sistemas de producción agrícolas y en el funcionamiento de la familia rural. Por este motivo, se considera a la *pluriactividad* como un rasgo estructural y un elemento esencial en el funcionamiento de la familia rural de hoy³.

La *pluriactividad* consiste en la diversificación de los ingresos de la familia rural, como resultado de la ocupación de sus miembros en actividades agrícolas y en una amplia gama de actividades no agrícolas, efectuadas en los propios territorios, espacios rurales o en los centros urbanos a los que acceden los integrantes de la unidad familiar.

Entre las actividades no agrícolas están la construcción, el comercio, la transformación de productos, las actividades docentes, el turismo, los servicios en general. La emigración internacional de algunos integrantes de la familia hace de las remesas uno de los ingresos más relevantes para la subsistencia de la familia y para realizar las actividades económicas.

El papel de las mujeres en la economía indígena agrícola

El adelanto logrado por las mujeres en la economía indígena aún es desigual y volátil y está caracterizado por avances y retrocesos. “Esta situación resulta aún más dramática cuando se toma en cuenta la debilidad de las organizaciones sociales y ciudadanas en las que las mujeres tienen una alta participación”. La conclusión es tajante: los usos y costumbres presentes en estas sociedades les impiden ejercer debidamente sus derechos, sean éstos civiles, políticos, económicos, sociales e incluso culturales. El problema se agrava si se trata de los derechos sexuales y reproductivos, violencia basada en el género y participación laboral⁴.

Si bien la participación de la mujer en actividades económicas ha aumentado en las dos últimas décadas, el papel de ellas sigue siendo de segundo nivel: no sólo ganan menos que los hombres, sino que sus oportunidades de promoción son más escasas y tienen que conciliar su papel de agente productivo con el rol tradicional de alma de casa. Los estereotipos de género persisten fuertemente en la región.

Se distingue entre las siguientes categorías de mujeres rurales⁵:

a. Productoras agrícolas:

- Productoras que no trabajan directamente la tierra, pero compran insumos y semillas, cuidan los huertos familiares y la ganadería menor.
- Productoras que, además de lo anterior, trabajan en la parcela y toman decisiones sobre la producción (se trata fundamentalmente de aquellas que viven cerca de la parcela).

3 Mora J. y Sumpsi J.M., *Desarrollo Rural: Nuevos enfoques y perspectivas*, Proyecto Regional de Cooperación Técnica para la Formación en Economía y Políticas Agrarias y de Desarrollo Rural en América Latina – Cuadernos FOPEDAL, 2004.

4 Informe de la Comisión Andina de Juristas (Primera de dos partes). Poder y trabajo, largo camino para las mujeres andinas. Zoraida Portillo - CIMAC – México. Abril de 2007.

5 García Q. A. I., *Marco conceptual y programático sobre mujeres, equidad de género y desarrollo rural sostenible*, Una propuesta para la acción estratégica del IICA. Dirección de Desarrollo Rural Sostenible, IICA, 2000.

b. Cooperativistas agrícolas:

- Cooperativistas asociadas.
- Cooperativistas que trabajan junto a los hombres, pero no son socias.

c. Comercializadoras agrícolas: se dedican principalmente al mercado y al intercambio de productos (especialmente en El Caribe y la Región Andina).

d. Jornaleras agrícolas que laboran en fincas grandes: sobretodo mujeres jóvenes, mujeres solas y jefas de hogar. Éstas constituyen entre el 20% y 80% de la fuerza laboral en diferentes países.

e. Empleadas asalariadas (el fenómeno más reciente en la región, que supone más del 80% de la mano de obra que trabaja en el procesamiento y empaque de la fruta de exportación y el cultivo de flores).

f. Microempresarias rurales (la mayoría ligada al sector informal, que realiza su trabajo en su hogar, con bajas ganancias):

- Microempresarias dedicadas a actividades no agrícolas (fundamentalmente a la artesanía y el tejido).
- Microempresarias agrícolas (fundamentalmente en relación al procesamiento agroindustrial).

g. Mujeres dedicadas a otras actividades no agrícolas (ocupadas en el sector servicios y en otras actividades manufactureras no incluidas en los apartados anteriores).

¿Cuánto trabajan las mujeres rurales?

Las mujeres cubren tres funciones: el productivo (reconocido social y económicamente), el reproductivo y el social (menos o no valorados ni social ni económicamente, invisibles). Mientras que los hombres, especialmente en el ámbito rural, se dedican en forma casi exclusiva al trabajo productivo. Se trata ésta de una constatación que es hoy difícil de obviar, pues diversos estudios han logrado cuantificar este triple trabajo femenino.

Por ejemplo, el estudio realizado conjuntamente por el Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola - IICA y el Banco Interamericano de Desarrollo BID (1995) sobre mujeres productoras de alimentos en la región, permitió re-estimar el volumen de la población económicamente activa femenina en el sector agropecuario que, debido a problemas de subregistro, aparece menor en las cifras oficiales. De esta forma, dicho estudio determinó que el número de mujeres que participan en las economías agropecuarias es hasta cinco veces mayor al que ofrecen los datos de encuestas y censos. Las mujeres rurales trabajan hasta 16 horas diarias (60 o más horas a la semana, un tercio más de horas que los hombres), realizando tareas domésticas, agrícolas y de otra índole (producen, elaboran, comercializan y preparan alimentos, consiguen leña y agua, cuidan niños y familiares). La mayoría de ellas no recibe remuneración directa por su trabajo

y las que lo hacen, perciben sólo una décima parte de los ingresos de los hombres. Las mujeres rurales tienen una sobre carga de trabajo en cuanto a la cantidad de horas trabajadas y subempleadas en cuanto a los ingresos que reciben (BID, 1997); o lo que otros autores denominamos como el mayor *trabajo global de las mujeres*, la suma del trabajo económico (asalariado o por cuenta propia) más el número de horas dedicadas al trabajo doméstico ⁶. Estos factores negativos se combinan con *la rigidez de los papeles de género* que aún viven nuestras sociedades, que hacen que las responsabilidades del hogar y la familia recaigan todavía en forma casi exclusiva en las mujeres.

Y esta situación de las mujeres se continúa dando, en términos generales, a pesar de los avances logrados, en un marco de condiciones socioeconómicas, jurídicas, políticas y culturales inferiores a los hombres. Las mujeres rurales de la región tienen menos acceso a los recursos productivos (trabajo, agua, tierra, cultivos arbóreos, especies forestales, tecnología, insumos agrícolas, crédito, mercados, extensión, capacitación e incluso la propia mano de obra), cada vez menos acceso a los servicios sociales (escolarización, asistencia e información sanitaria, planificación familiar) y enfrentan limitaciones históricas culturales (debido al proceso de socialización de su identidad de género) que les dificulta mejorar las circunstancias en que viven.

En situaciones de pobreza, de emergencia (como las causadas por desastres provocados por fenómenos naturales) y como producto de los programas de ajuste estructural, las mujeres son las que se movilizan para compensar las pérdidas o la falta de recursos en el hogar, bien sea generando ingresos adicionales o compensando la reducción del acceso a los servicios básicos, principalmente los de salud.

El concepto de desarrollo rural, integra obligadamente la equidad de género en, al menos, dos sentidos fundamentales. Por un lado, es imposible pensar un desarrollo humano que sólo beneficie o beneficie principalmente a la mitad de la población. Por el otro, resulta una evidencia que las sociedades que aprovechan las capacidades de todos sus individuos, precisamente a partir de su diversidad, obtienen mayor grado de desarrollo. Hoy se sabe que la equidad de género no es únicamente un asunto de justicia, sino también una cuestión de eficiencia y productividad.



PARA SABER MÁS...

Consulte los textos que se encuentran al final del módulo.

6 Gomáriz, 1996 y García 2000.

SESIÓN 2

La familia indígena y el negocio

Objetivos específicos

Al finalizar la sesión los participantes habrán tenido la oportunidad de:

- Compartir sus experiencias con respecto a las relaciones que se generan entre familia y negocio.
- Reflexionar sobre cómo manejar un negocio, sin que la participación de la familia lo afecte negativamente, sino más bien que se beneficie de ello y lo apoye en su desarrollo.
- Haga propias las características emprendedoras de las familias indígenas en la generación de negocios/empresas.
- Tome conciencia de los riesgos que es necesario asumir con respecto a la interrelación familia/negocio.

Introducción

En esta sesión trataremos acerca de los emprendimientos de los pueblos indígenas y de las estrategias de lucha contra la pobreza. Investigaremos las diferentes razones que fundamentan la creación y el crecimiento de los negocios y de las empresas. Para ello, examinaremos las características de los negocios y de las familias indígena extendidas y cómo éstos se interrelacionan y crecen. Por último analizaremos riesgos y obstáculos, como los préstamos en la familia y las dificultades cuando se incumplen los compromisos.

ACTIVIDAD 3.2

“Analizando nuestras experiencias sobre negocios familiares y emprendedorismo productivo”



HOJA DEL FORMADOR



Objetivos:

Con esta actividad los participantes:

- ▶ Reconocen la importancia de los emprendimientos productivos de los pueblos indígenas y las estrategias de lucha contra la pobreza.
- ▶ Determinan las características de los negocios conformados por las familias extendidas indígenas.



Instrucciones:

1. Analice con los participantes los emprendimientos productivos en los pueblos indígenas. Para ello pregunte si conocen experiencias de negocios indígenas, si saben cómo iniciaron y cómo sobrevivieron y lograron progresar. Pregunte:
 - ♦ ¿Por qué surgieron los negocios?
 - ♦ ¿Cuál fue la motivación principal?
2. Registre en el panel o la pizarra las razones principales que los participantes expresan. Generalmente, las respuestas tienen un origen y una motivación común: la necesidad de dinero, la familia y la necesidad de satisfacer otras necesidades, es decir, de los clientes.
3. Entregue las lecturas 1: “El emprendedorismo productivo de los pueblos originarios y las estrategias de lucha contra la pobreza”. Pida comentarios y facilite la elaboración de conclusiones.
4. Entregue los testimonios de las lecturas 2, 3 y 4: “Los negocios de familias andinas extendidas”, “Los pequeños negocios en Ecuador” y “Pequeños negocios y otras oportunidades en el comercio, Ecuador” u otros textos similares de la región o localidad.
5. Invite o visiten a mujeres y hombres que conducen sus negocios con relativo éxito y que brinden sus testimonios.
6. Con el aporte de los participantes, sintetice las principales lecciones aprendidas.



Tiempo: 15 minutos para el trabajo individual, 30 minutos para lectura y la escucha de experiencias y 30 minutos para el debate en plenario.

Lectura 1:

El emprendedorismo productivo de los pueblos originarios y las estrategias de lucha contra la pobreza

Una de las características de los pueblos indígenas es haber heredado la cultura y el saber ancestral de los antepasados, quienes les inculcaron un espíritu de laboriosidad, reciprocidad realizando emprendimientos colosales, como la construcción de los andenes o terrazas en las laderas, el manejo y gestión del agua, la construcción de caminos para articular a las familias, países y regiones, realizar intercambios comerciales de bienes y servicios.

Siempre se buscó *transitar por las huellas* que dejaron los antepasados. El desarrollo de los pueblos indígenas en los últimos 500 años estuvo plagado de obstáculos al acceso a las oportunidades económicas, políticas y sociales de las personas (mujeres, hombres). Sin embargo, siempre cada día, las poblaciones indígenas se hacen protagonistas de su historia y desarrollo y buscan superar esas barreras.

Para atender a las necesidades de las familias de las comunidades rurales e indígenas, los gobiernos de los países andinos implementaron estrategias de superación y reducción de la pobreza, mediante programas y proyectos, en su gran mayoría, de corte asistencial, la mayoría de los cuales no logró los resultados esperados.

Recientemente algunos programas estatales y de la cooperación internacional, están intentando realizar acciones de *empoderamiento*⁷ de las poblaciones rurales. La mejor estrategia de lucha contra la pobreza extrema es *realizar acciones de apoyo al emprendimiento, el fortalecimiento de las organizaciones sociales de base, la capacitación de la población originaria e indígena para el incremento de las competencias personales y en gestión empresarial para consolidar las iniciativas productivas de creación de empleo decente y generación de ingresos articulados a planes de Desarrollo Económico Local (DEL).*

Emprendedorismo

El Diccionario Enciclopédico Quilet define como emprendedor a: “Alguien que emprende con resolución, acciones difíciles o azarosas”. Es decir, se trata de una persona creativa, innovadora, con un alto grado de autoconfianza, con capacidades para la negociación, para asumir riesgos y paralizar, entre otras cosas.

Algunos dicen: “Ser emprendedor es una forma de vida, basada en una lucha constante por transformar nuestros sueños en realidad”.

Se puede dar una definición básica estableciendo que un emprendedor es aquella perso-

⁷ *Empoderamiento*: Este concepto proviene del vocablo inglés ‘empowerment’ y es muy discutido su uso al ser un anglicismo forzado por lo cual se emplean también términos como ‘fortalecimiento’ y ‘dar/otorgar poder’. El empoderamiento se refiere a que las personas y/o grupos organizados cobren autonomía en la toma de decisiones y logren ejercer control sobre sus vidas basados en el libre acceso a la información, la participación inclusiva, la responsabilidad y el desarrollo de capacidades. Así, el empoderamiento viene a ser una esfera superior en los procesos de organización social.

na que *ha convertido una idea en un proyecto concreto*, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que está *generando algún tipo de innovación y empleos*.

Es importante señalar algunas otras definiciones específicas que se han generado en torno a la cultura emprendedora⁸:

- Definición económica de emprendedor: realiza cambios de recursos de una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.
- Definición pragmática de emprendedor: es una persona que inicia su propio negocio nuevo y pequeño.
- Definición operativa de emprendedor: aplica su talento creador e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente.
- Definición general de emprendedor: el que hace que las cosas sucedan.

Características de la persona emprendedora

Las personas emprendedoras no son iguales, no obstante se puede mencionar algunas características esenciales que los emprendedores deben poseer para alcanzar sus objetivos: valores, virtudes y actitudes.

Una persona emprendedora debe reunir tres componentes:

- a. Una personalidad con características asociadas a la actividad empresarial como iniciativa, tolerancia al riesgo, creatividad.
- b. El conocimiento de destrezas técnicas asociadas al proyecto que se piensa iniciar.
- c. Recursos materiales y financieros.

El esfuerzo, la actitud y el trabajo de la gente son los que generan riqueza en contraposición con el enfoque de que sólo el capital, el aprovechamiento y la especulación.

8 Sérvulo Anzola: Director de la Dirección de Liderazgo Emprendedor de la División de Desarrollo Empresarial del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México. Es reconocido consultor de micro y pequeñas empresas, asesor de proyectos y empresas e investigador. Desde hace 30 años ejerce la docencia universitaria.

Lectura 2: Testimonios de mujeres líderes

Bolivia: Mujer indígena y economía propia. Entrevista a Martha Orozco

Martha Orozco, mujer indígena de la nación Qhishwa del norte de Potosí, en Bolivia, es conocida por su trayectoria como activista indígena. Ha hecho parte de su lucha el sufrimiento de centenares de mujeres qhishwas que emigraron a las grandes ciudades, debido a la insostenible situación de abandono y marginación que sufrieron. Organizó el Comité de Defensa de los Qhishwas Viajeros mediante el cuál se cristalizaron proyectos conducentes al mejoramiento de la calidad de vida de sus hermanas y hermanos.

Martha ha llegado al convencimiento de que la cuestión económica, con participación protagónica de la mujer indígena, es realmente el aspecto más determinante para consolidar cualquier tipo de proyecto, inclusive político.

“Por el momento tenemos que forjar una economía propia, una economía pensada”.

“He visitado otros países de Sudamérica en la misión de la Revitalización de la Columna Vertebral del Cóndor y del Águila y en eso hemos podido ver que en todos estos países existe la mendicidad, tanto en Ecuador, como en el Perú existe el éxodo, hay también en menor proporción en Colombia y Venezuela. Todo esto nos hizo reflexionar que debemos coadyuvar en consolidar nuestra economía como pueblos indígenas y en este caso la mujer es la que está llevando el peso de todo el desequilibrio económico de los países, a través del sistema que impera”.

“La mujer indígena hoy en día asume una responsabilidad en el manejo de la economía de la casa, está sosteniendo y manteniendo a la familia, aún saliendo a las calles, con los hijos y toda la familia, incluso el varón, si es que éste no la abandonó por falta de capacidad económica, ya que también él es parte de la economía familiar. Necesitamos reunirnos y hablar de nuestros problemas económicos y de la producción”.

“Hemos pasado la etapa que los varones en su mayor parte encabezaron, los pueblos se han juntado aunque sea para saludarse, para lamentarse acerca de los 500 años, pero nosotros seguimos existiendo como pueblos y hay un futuro por venir. Entonces creemos que esa es una etapa en la lucha y ahora la etapa más importante es el aspecto económico, pero tiene que ser con el esfuerzo, con el papel protagónico de la mujer indígena, ya no podemos ser llevados como si fuéramos una figura”.

“La mujer ya está participando en la política, pero lo que veo es también un poco de vacío respecto a las propuestas que presentan ellas, no son claras, porque hay ausencia de la participación en el aspecto productivo, y esto es nivel a de pueblos; también es muy importante considerar el aspecto espiritual, porque si no tenemos respeto a nuestra Madre Tierra, a nuestra Pachamama, muy poco podremos responder, no se trata de entrar solamente de realizar actividades económico productivas en gran escala aún dañando los suelos, los mismos que nunca más vamos a poder recuperarlos”.

“Nosotros no somos los que tenemos la tierra, si no que nosotros somos de la tierra, de la Pachamama, somos parte de ella y repito que tenemos que respetarla, manejarla con mucha responsabilidad”.

Rosa Palomino, periodista aymara de la zona de Puno, Perú

La periodista aymara Rosa Palomino forma parte de la directiva de REDCIP, la Red de Comunicadores y Comunicadoras Indígenas del Perú.

“Es bonito trabajar en la radio, es bien bonito, trabajo con mi hija que ha estudiado comunicación. Ella tiene el conocimiento, la teoría. Yo, la universidad del campo, de la vida cotidiana. Entonces, nos complementamos. Nuestro programa radial se llama Wiñay Pankara (Flor eterna), les gusta a las mujeres porque se habla en aymara y también habla de nuestras vidas, de la cultura, las canciones en aymara. Solo tenemos media hora, el espacio es costoso”.

Mi organización se llama Asociación de Mujeres Aymaras, Pacha Aru (lengua de la Pacha). Durante 6 años nos apoyó la iglesia, la congregación Santa Cruz, sin ningún compromiso, con el alquiler del espacio, unos seis años, pero se fueron el año pasado. Ahora busco auspicio, pero al municipio no voy a ir, porque me va a tener a su gusto, yo no puedo estar al servicio de la municipalidad. Tengo que mantener mi independencia”.

“En el Perú, lo que reina es el machismo. A veces, hablan de mujeres. Sí, que los derechos, que hay que respetar, hay que dar la palabra, hay que dar su espacio. Eso está en la boca, nada más. Eso es lo que yo constato en tantos años que pasaron. ¿Qué podemos hacer? Seguir luchando sobre nuestras reivindicaciones como indígenas, como comunicadoras que tienen que avanzar. Siempre con las luchas hemos conseguido las cosas las mujeres, ¿no?”

Leyes originarias de los pueblos andinos

“Nuestra cultura originaria tiene una riqueza milenaria, basada en la reciprocidad tanto en lado quechua como el aymara. En la zona quechua se practicaba las tres reglas para vivir: *ama llulla* (no seas mentiroso), *ama sua* (no seas ladrón), *ama quella* (no seas ocioso)”.

“Del mismo modo ocurre con los aymaras donde las leyes de la responsabilidad y la verdad son sagradas como: palabra empeñada, palabra cumplida, hablamos como personas y no necesitamos firmar papeles para recordar, somos mujeres aymaras y como tal hablamos debemos cumplir. Lo que más aborrecemos es la flojera, la dejadez, la mentira, el robo, el engaño. Estas cosas se sancionan. Son leyes originarias de nuestros antepasados, ya que vivieron en reciprocidad y armonía con la naturaleza, con la Pachamama (Madre Tierra), los Apus (cerros), las Chullpas (abuelos) con nuestras chacras y nuestros hijos. Pero en los tiempos actuales estas reglas de vida, en algunos lugares, se está perdiendo.”

“Antes no hubo educación para las mujeres, solo los varones podían ir a los centros educativos, pero en estos tiempos se puede acceder a la educación, pero la educación solo existe para aquellos que tienen dinero, los pobres del campo estamos a nuestra suerte cada vez más pobres.”

“Antes las mujeres no participaban en las elecciones o en las asambleas comunales. No estaban inscritas cuándo nacían, esta situación ha cambiado lentamente”. “Los partidos políticos son corruptos, la cultura del respeto y valores se han perdido con el pago de dinero y regalos ofrecidos y también existen votos comprados y los que llegan al poder promueven la corrupción en el país. Las obras que se realizan en el país solo son de cemento y fierro, al final solo son elefantes blancos. No se prioriza la capacitación”.

“Lo que más falta es el capital humano: se debería de educar, se requiere de proyectos para mejorar las condiciones de vida para el desarrollo personal, asociativo, empresarial”.

Testimonio de Lucila Lema Otavalo⁹

“La cultura viajera de los Kichwa Otavalo de Ecuador” 10 mayo 2006

“La identidad es algo que va más allá de la fachada, por ende la imagen del Quichwa-Otavalo que es extremadamente moderna no excluye el sentimiento de pertenencia a su comunidad, el *habitus* de musicalizar su realidad, de manejar jovialmente un lenguaje de doble sentido, de trasladar a las nuevas generaciones los mitos, cuentos y anécdotas que trascienden la comunidad a la ciudad y al exterior. No solo su habilidad para los negocios es lo que le ha dado el éxito sino lo que ha sabido hacer de su cultura”.

“Los Kichwa Otavalo mantienen profundamente su sentido de pertenencia, su identidad, actualmente les ha dado a veces cierta ventaja, con respecto a otros pueblos indígenas. No ven el pasado de sus abuelos como algo idílico sino como la cultura que hay que seguirla viviendo en el presente. *Ciudadano universal*, migrante constante que va y viene, se revitaliza y vuelve. Este es, al parecer, propietario de una identidad ancestral pero abierta a lo que venga; como alguien dice: solo conociendo y entendiendo la forma de vida mestiza y la forma de vida indígena se podrá vivir bien en estos tiempos. Por esos intercambios que se ha tenido con indígenas, con negros, con gringos y con todos me siento universal, pero con una identidad, yo soy indígena, pero estoy dentro del mundo”.

“Hoy en día los elementos que definen la identidad son diversos y complejos, ya no son solo la relación con la tierra, el idioma o la vestimenta la que determina si es indio o no, hay otros como el sentido de pertenencia. Estas identidades desterritorializadas son parte de la cultura urbana. Los indios otavaleños y pegucheños contemporáneos, modernos quieren seguir usando la tecnología, adaptarla a su realidad, ganar los espacios políticos, seguir viviendo, creando y recreando su vida cotidiana, en el trabajo, las fiestas, la moda, espacios donde existen también conflictos”.

“Los papeles tradicionales de hombres, mujeres, mayores, niños, también han cambiado. Las mujeres salen a las ciudades, son migrantes, comerciantes, artesanas, estudiantes, profesionales. Los niños que antes no migraban, ahora a muy temprana edad migran tal como sus padres, en muchas ocasiones solos”.

“Hoy el pueblo kichwa Otavalo tiene la necesidad y urgencia de mirarse hacia adentro,

⁹ Maestra en asuntos indígenas. Ecuador. Los Rituales de la cotidianeidad.

de buscar no solo el progreso económico, que parece prevalecer hoy en día. Problemas como el de la explotación entre Kichwa Otavalos deberá tratarse urgentemente, para seguir siendo una cultura ancestral digna y de prestigio”.

“Nuestro país deberá reconocerse en su diversidad rompiendo el velo y engaño de la homogeneidad y el fantasma de la única, tan ansiada y engañosa, identidad uninacional. Y los gobiernos urgentemente atender de trabajo, salud, educación, y otras necesidades básicas, para que las nacionalidades indígenas puedan tener su propio proceso de desarrollo con identidad y autonomía”.

Lectura 3: **Los negocios y las familias extendidas¹⁰**

“Vivía en un cuarto de dos por tres y en medio de La Parada. Así llegué a Lima, a los 16 años, donde unos parientes de Unicachi¹¹. La zona era terrible, más peligrosa que ahora. Aprendí castellano a la fuerza y el aymara lo usaba solo con mis paisanos. Era huérfano. Todos vendíamos cosas distintas en La Parada. Yo ofrecía charqui y especias; y había pocos puneños. La gran mayoría de comerciantes era de Huarochirí. Después traje a mi hermano Juan Pastor Aruata y a su hijo Edgar, que ahora es abogado. Así veníamos todos, a trabajar de lunes a domingo para juntar plata, mejorar y salir del atraso. Los de Unicachi logramos que nuestro pueblo dejara de ser caserío y fuera distrito. Si alguna vez nos dijeron ignorantes, nunca nos achicamos. Tenemos un consorcio, locales propios y formales. Ya no agarramos pistas ni veredas. No invadimos mercados, como Herminio Porras, en Santa Anita. Unicachi nos dio un nombre, nos unió y nos fortaleció”.

“La Ciudad de los Reyes, los Quispe y los Mamani, a fines de los años 60, sería también la Coronada Villa de los Aruata, los Yapuchura y los Ticona. Lima, la megalópolis habituada a tragarse culturas ancestrales, los amenazó con quitarles su amor por el chuño, la diablada y la lengua aymara. La pérdida paulatina del idioma ha sido el golpe más duro. Ellos se defienden con un arma infalible: el desarrollo económico. El dinero, a veces, es más poderoso que la palabra”.

“Las familias unicachinas en Lima fueron la higuierilla que Julio Ramón Ribeyro veía crecer al pie del acantilado, en el canto rodado, en el desmonte, alrededor de los muladares”. La Parada siempre fue el caos de los olores de verdura y carne que agoniza. Allí, agarrándose de la necesidad, los aymaras fueron copando calles y veredas hasta que su geométrico crecimiento --basado en una ancestral inclinación por el comercio-- los obligó a formalizarse”.

“El Supermercado Unicachi, ubicado entre los jirones Hipólito Unanue y Sebastián

¹⁰ Fuente: Castillo M., *Los conquistadores aymara que vinieron de Unicachi*, Puno, Diario El Comercio, Lima, Perú, 23 octubre 2006.

¹¹ Comunidad indígena y distrito de ese nombre, ubicado en la provincia de Yunguyo, departamento de Puno en la frontera con Bolivia. La red de familias de Unicachi constituyen uno de los grupos más organizados de los aymaras en el Perú, como lo son también los aymaras de Moho, Vilquechico, Huancané que se han asentado en las ciudades de Juliaca, Arequipa, Lima, Ayacucho, etc.

Barranca, en La Victoria, los vio multiplicarse y ahora es un sueño de concreto de 5 mil metros cuadrados. Aquí se vende de todo desde las 4 de la mañana. En un puesto de sillas blancas de plástico, varios unicachinos cuentan cómo comenzó todo”.

“Mi esposa es limeña y mi hija tiene 1 año y 10 meses. Mi pareja no entiende nada de aymara¹² y eso es un problema. No sé cómo haré con mi hijita, porque la mamá es siempre la que enseña el idioma. Yo aspiro a que ella se sienta orgullosa del origen de su padre. Sus abuelos podrán fortalecer eso. Por eso, una de nuestras metas es hacer un colegio, bueno y privado, en el que se hable castellano, inglés y aymara. No podemos esperar que el Estado haga algo por nuestra cultura”.

“El éxito de los unicachinos - colectivo y absolutamente territorial - ha desempolvado orgullos dormidos en la comunidad aymara. Ha multiplicado su influencia en las generaciones más tiernas. Y ha generado envidia en sus competidores (quienes los acusan de defraudación tributaria o de narcotráfico). Ellos se defienden con una sonrisa, arrugando sus caras tostadas. Se defienden con proyectos. “La meta es tener un Metro, un Plaza Vea¹³ donde exista una sola administración. El esquema de los puestos individuales fue solo el primer paso”, apunta Édgar Aruata, gerente general de la Corporación Unicachi. Si el dinero no compra la felicidad, al menos permite que soñar no cueste tanto”.

Lectura 4:

Pequeños negocios y otras oportunidades en el comercio - Ecuador

El capital comercial en Ecuador muestra un sistema cerrado de intermediación entre los productores y los consumidores. Se trata de una vasta red que junta comunidades, caseríos, pueblos, ciudades y regiones. Se calcula que existen alrededor de 600.000 familias pequeñas y medianas productoras en todo el sector rural¹⁴, que son las abastecedoras de los bienes de consumo básico para el mercado interno. Su principal desventaja es la venta individualizada de sus productos a los mercados minoristas y a los grandes acaparadores, esto les impide cualquier tipo de mejora en cuestión de precios, medidas y calidad. Los intermediarios, mayoritariamente no indígenas, controlan el principal mercado distribuidor de bienes agrícolas del país, situado en la sierra central, el mercado de Ambato, y los restantes mercados urbanos y rurales.

En algunas zonas, especialmente de la Amazonía y la Costa, aisladas de los centros de

12 El aymara es la lengua originaria que se habla en las zonas altiplánicas de los departamentos de Puno, Tacna, Moquegua y Arequipa (también se habla en Bolivia y el norte de Chile). Incluyendo el quechua y el aymara, el Perú tiene 43 lenguas nativas. El aymara, a diferencia del quechua, no es oficial. Según Carmen López, oficial de educación de Unicef, los bajos resultados en comprensión de lectura de los colegiales peruanos están directamente relacionados con la falta de visión intercultural en las escuelas.

13 Cadena de supermercados en la ciudad de Lima, ubicados en lugares estratégicos que venden diversidad de productos y servicios en sus establecimientos.

14 Rodríguez, 1998:104

mercado, el productor debe adicionar al costo de su producto el correspondiente al transporte por vías de comunicación en mal estado.

El capital comercial dispone además de una adecuada infraestructura de almacenamiento y distribución que impide cualquier tipo de competencia por parte de los productores. Un caso aislado es la experiencia de Maquita Cusunchic o Comercialicemos como Hermanos, que es una iniciativa de una ONG, que trata de juntar a productores con consumidores evitando toda la cadena de intermediación. El volumen comercializado es mínimo frente a la demanda del mercado nacional.

Aquellas iniciativas de los pueblos indígenas y negros, que han sido desarrolladas recientemente, son actividades alternativas, pequeños negocios más que tradicionales y forman parte de los ingresos de la economía familiar. Entre los más importantes se encuentran: la crianza de animales menores (cuyes, pollos, cerdos), piscicultura, recolección de hongos comestibles, panaderías, huertos orgánicos de hortalizas, frutales y hierbas medicinales, diversas formas de productos elaborados (mermeladas, dulces, miel de abeja, panela, derivados de la leche). Otra estrategia de generación de ingresos es la producción de artesanías textiles. En la mayoría de casos han sido iniciativas de grupos de mujeres organizadas que les ha permitido contar con recursos económicos propios en beneficio de sus familias. Por ejemplo, la Cooperativa Tejemujeres del cantón Gualaceo al oriente de la provincia del Azuay, es un grupo de mujeres tejedoras de sacos de lana de borrego, que desde hace diez años vende la mayor parte de su producción en los mercados de Estados Unidos y Europa y han mejorado sus ingresos, ya que la mayoría es jefa de hogar.

Estas iniciativas enfrentan generalmente problemas comunes tales como la transferencia de tecnología, el acceso a insumos industriales, la provisión permanente de materias primas, la apertura y aceptación de mercados urbanos, el registro sanitario, la rentabilidad financiera del negocio y el desarrollo de la capacidad de gestión y administración de sus encargados. De cualquier manera son importantes ya que tienden a diversificar la producción, a retener la mano de obra local en el campo, en especial la mano de obra femenina y joven, a fortalecer las capacidades humanas locales y a aprovechar nichos nuevos de mercado.

Producción y venta de artesanías

Existen sectores de indígenas que se dedican a la comercialización, especialmente de artesanías textiles, el caso de los otavaleños, dentro y fuera del país, otros que comercializan ajo y cebolla, quichuas de las provincias de Tungurahua y Chimborazo y un grupo de población negra que comercializa tomate, frijol y frutas.

La producción artesanal en la mayoría de los pueblos indígenas y negros no tiene el carácter de actividad principal ni de fuente principal de ingresos. Sin embargo, es parte activa de su economía y supervivencia.

Este tipo de producción enfrenta los mismos problemas que enfrentan los pequeños productores agropecuarios, es decir, la dependencia del capital comercial para la venta de sus productos y la compra de materia prima e insumos para la producción. Tampoco disponen de acceso a servicios financieros, asistencia técnica y capacitación e infraestructura productiva.

Las artesanías en el país, en especial las de tipo utilitario, deben competir con artículos producidos en forma industrial, masiva y a menores precios. El caso más ilustrativo son los productos de cerámica y los productos plásticos. Se trata de una competencia desigual que con el tiempo puede hacer desaparecer estas actividades. Sin embargo, las artesanías indígenas, a nivel de mercado internacional sobre todo, tienen todavía una ventaja comparativa, que es la de ser hechas a mano, lo que les concede un valor agregado interesante.

Otros problemas que encaran los productores artesanales son la imposibilidad de producir en grandes volúmenes, la temporalidad de las ventas, la calidad y diseño de sus productos, el acceso a materias primas e insumos, el desconocimiento del mercado externo y la promoción adecuada para sus ventas.

Explotación de recursos naturales

Grupos indígenas y negros que viven en la Costa trabajan en la agricultura de ciclo corto, recolección de carbón, de larvas de camarón, de mariscos, de paja toquilla o de tagua, pesca artesanal, venta de mano de obra en temporada alta de turismo, son trabajadores temporales en las ciudades cercanas grandes y medianas. Todas estas actividades les generan ingresos que sumados permiten afrontar los requerimientos mínimos de consumo familiar.

Muchas de estas estrategias tienen un alto costo de deterioro de los recursos naturales, por ejemplo la ampliación de la frontera agrícola o la explotación de carbón entre otras; sin embargo la consideración de la sobrevivencia y la limitación de recursos naturales en muchos casos no permiten formas alternativas de generación de ingresos.

La utilización de los recursos naturales por los pueblos indígenas y negros no es nueva, se hace con fines de consumo conservando el equilibrio ecológico, lo nuevo es la utilización de los mismos con fines mercantiles. Las actividades de explotación minera no son importantes para sus ingresos. Una parte de sus territorios se encuentran en zonas de gran potencial y su explotación requiere de la inversión de grandes capitales y tecnología. Actualmente explotan principalmente la madera de especies nativas y exóticas, recibiendo pagos insignificantes de las empresas compradoras. Estas empresas cuentan con maquinaria y capital suficiente para extraer estos recursos de los lugares más recónditos, sin importarles mayormente la restitución de los mismos.

Una actividad nueva en este campo es la industria del ecoturismo, especialmente en la Amazonía. Hay algunos grupos que han iniciado proyectos de este tipo con la participación activa de la población local y en áreas protegidas y naturales. Los principales clientes son los turistas extranjeros y en menor grado los nacionales.

ACTIVIDAD 3.3

“Haciendo el inventario de nuestros recursos”



HOJA DEL FORMADOR



Objetivos:

Con esta actividad los participantes:

- ▶ Describen en qué nivel de desarrollo se encuentran sus capacidades y recursos para producir, comercializar y gestionar sus empresas, en términos de: contactos, equipos, materiales, financiamiento, así como valores, objetivos y metas.
- ▶ Reconocen las potencialidades y limitaciones de su empresa.



Instrucciones:

1. Reflexione con el grupo acerca de la importancia de examinar permanentemente el funcionamiento del negocio.

Todo empresario debe considerar con qué modalidades se está desarrollando su negocio y qué dificultades se están encontrando. Se debe tener un inventario de las capacidades y de los recursos existentes y tener en cuenta que la vida de las empresas tiene ciclos.

Es necesario evaluar continuamente para ir planificando una continua renovación.

2. Explique a los participantes que deberán preparar el inventario de las capacidades de su empresa y de los recursos existentes. (Los que son socios o integrantes de una organización empresarial privada o asociativa, deberán preparar el inventario con los otros miembros de la asociación, en grupo.)
3. Solicítele preparar el inventario, utilizando como guía para organizar los resultados la Tabla de Inventario de los Recursos Existentes (a continuación). Explique cómo debe ser llenada la Tabla, aclare dudas, brinde ejemplos. Durante el trabajo, circule por la sala, averiguando que las consignas hayan sido bien entendidas y que todos participen.
4. Una vez terminado el trabajo, facilite el debate en plenario para compartir los resultados y resaltar las potencialidades y limitaciones de las empresas conducidas por personas y de las conducidas por familias.
5. Sintetice las lecciones aprendidas.



Tiempo: 10 minutos para explicar las tareas, 30 minutos para completar la Tabla, 5 minutos para la exposición de cada grupo y 30 minutos para la plenaria.

Tabla de Inventario de los Recursos Existentes

RECURSOS	DESCRIPCIÓN (ASPECTOS ESPECÍFICOS)	TENGO	PUEDO OBTENER	QUIZÁS	NO TENGO
Conocimien- tos y expe- riencia					
Contactos					
Equipos y materiales					
Financiación					
Valores	<i>Culto al trabajo</i>				
Objetivos y metas					

ACTIVIDAD 3.4

“No recuerdo, ¿tiene testigo?”



HOJA DEL FORMADOR



Objetivos:

Con esta actividad los participantes:

- ▶ Toman conciencia de las posibles dificultades y de los posibles conflictos que se realizan cuando hay incumplimientos de compromisos de familiares o amigos (por ejemplo, en caso de préstamo de dinero).
- ▶ Intercambian sus propias experiencias con respecto a dificultades y problemas, buscando soluciones de manera colaborativa.



Instrucciones:

1. Forme grupos de 3 a 5 personas al azar.
2. Explique que los grupos escenificarán casos tomados de la vida real, en los cuales se presta dinero sin ningún respaldo legal.
3. Solicite a los grupos que nombren a un moderador, quien buscará la participación de todos los integrantes y presentará sucesivamente los resultados del trabajo de grupos.
4. Pídales que preparen la representación del caso que reciban, el cual ha sido tomado de la vida real y representa un ejemplo de los posibles problemas que se pueden dar cuando se presta dinero, especialmente sin ningún respaldo legal.
5. Aclare que se pueden introducir las modificaciones que se crean necesarias pero sin modificar los objetivos del ejercicio, ni el mensaje que se apunta transmitir. Explique que es importante asumir los papeles en forma comprometida *viviendo y sintiendo a los personajes*.
6. Entregue a los grupos una fotocopia con la descripción del caso: “No recuerdo, ¿tiene testigo?”
7. Luego de la escenificación de los grupos, solicite comentarios y opiniones acerca de lo observado, preguntando cómo se pueda evitar que suceda el hecho presentado y pidiendo soluciones posibles.

8. Explique que cualquier acto jurídico de tipo comercial (compra-venta, contrato, etc.) debe estar respaldado por documentos que permitan corroborar el hecho y asegurar la recuperación del préstamo o crédito otorgado. De lo contrario, se corre el riesgo de perder (como Rosa). Explique que, sin embargo, el riesgo más peligroso es *la pérdida de valores*. En el mundo de los negocios *debe existir ética y responsabilidad*. Lamentablemente, existen muchas personas (como Julio) que aprovechan de la confianza depositada por otras personas (como Rosa).
9. Solicite a los participantes que cuenten casos de la vida real donde sucedieron hechos similares y pida posibles soluciones.



Tiempo:

10 minutos para dar las instrucciones y formar los grupos, 10 minutos para la preparación de la escenificación, 5 minutos para la exposición de cada grupo, 30 minutos para la plenaria.



Caso: “No recuerdo, ¿tiene testigo?”

Esta parodia es acerca la importancia de tener testigos y de la presión social en los asuntos de préstamos (ya sea de semovientes o de dinero). Se trata de un caso que con alguna frecuencia ocurre en el ámbito rural en la compra y venta de ganado vacuno.

Rosa es una mujer rural que se dedica a criar ganado vacuno en su comunidad (toros, vacas, algunas ovejas); es viuda y últimamente necesita dinero para hacer frente a algunos gastos familiares. Justo se presenta el compadre de su difunto marido: **Julio**, quien últimamente se dedica a la actividad de compra y venta de ganado.

Julio: Hola comadrita, ¿cómo has estado? mucho tiempo sin verla y tan conservada.

Rosa: Estoy bien compadre, como siempre aquí pastando mi ganadito.

Julio: Ha aumentado tu ganado comadrita, y tienes buenos toritos.

Rosa: Si compadre, ha aumentado y ya no me alcanza el pasto, por eso quiero vender algunos.

Julio: Comadrita ¡Yo mismo soy!, últimamente me dedico a ese negocito de compra – venta de ganado, y me va muy bien.

Rosa: Pero compadre ¿usted no se dedicaba a manejar carros?

Julio: Ya no comadrita, hace tres años que dejé esa actividad, y desde entonces estoy comprando ganado y lo vendo en la capital del país. Ahora que veo el suyo, véndame un torito para completar mi carga.

Rosa: Bueno compadre, ahí están pues, ese negrito cuesta UM 650, el moro cuesta UM 750, el rojito cuesta UM 700 y el Plomito está en UM 900.

Julio: Muy caro están comadrita, ¿en cuanto le dejarías a tu compadre que ha compartido muchos momentos felices con tu marido? ¡Una rebajita pues comadrita!

Rosa: No compadrito más bien está barato, mi vecino me ha dicho que cuestan más, por tratarse de usted, le estoy ofertando precios bajos.

Julio: Bueno comadrita, para mantener nuestra amistad, voy ha comprarle el moro; pero comadrita quisiera llevarle también el rojito, sólo que no traje toda la plata, quisiera que me lo de fiado y yo la próxima semana que regreso de la capital le pago comadrita, no sea malita.

Rosa: ¡Eso es mentira! ¿y si no me paga?

Julio: No desconfíe comadrita de su compadre, yo voy a cumplir, pregúntele a Leoncio, el siempre me da fiado y apenas regreso de la capital le pago.

Rosa: Bueno, por tratarse de usted nada más le voy a dejar llevar, pero págame del moro, y del rojo me lo trae de aquí a una semana, si no compadre ya sabe de lo que soy capaz de hacer.

Julio: No se preocupe comadrita.

Julio despidiéndose muy afectuosamente inicia a arrear el ganado. Luego de una semana se vuelve a aparecer en la casa de la comadre.

Julio: Hola comadrita, aquí me tiene nuevamente y vengo trayéndole la deudita del toro, ya ve usted yo soy muy cumplido y más aun con usted.

Rosa: Gracias compadrito, así deberían ser todos, eso me gusta.

Julio: Comadrita, esta vez tuve algunos gastos demás y me ha quedado muy poca plata, quisiera que me venda los otros dos toritos y poder pagarle a mi regreso de la capital, que no será más de diez días. No se va arrepentir comadrita, porque yo le voy a traer su dinero puntualito.

Rosa: Pero compadre como se llevará los toros sin dejarme nada, como la vez pasada siquiera de un toro me tiene que pagar.

Julio: Es que no tengo ahora comadrita, no se preocupe yo le voy a pagar y traeré alguna otra cosita.

Rosa: Bueno compadre, llévelos y por favor de aquí a diez días yo le voy a esperar.

Despidiéndose afectuosamente Julio arrea los dos toros y se los lleva.

El compadre no aparece a los diez días, ni al mes, ni a los dos meses. Rosa no tiene más elección que salir de su comunidad al poblado donde vive el compadre y no lo halla. Cuando regresa lo encuentra. Julio al verla hizo como que no la ha visto y ella lo sigue hacía donde va.

Rosa: Compadre, compadre Julio, espere.

Julio: Ah! Hola comadrita ¿como está, que hace por aquí?

Rosa: ¿Cómo compadre? ¿usted quedó en volver en diez días y pagarme de los dos toritos que se trajo y tiene la cara de decirme que hago aquí!

Julio: sorprendido, le dice: ¿Yo comadrita? ¿si nunca fui a su comunidad! ¿qué voy hacer allí? Si yo manejo carro.

Rosa: Compadre no se haga el loco y no me haga amargar, si usted dijo que ya no manejaba carros y sólo compraba ganado y por eso yo le fié mis dos toritos, y yo necesito que me pague ahora, en este momento.

Julio: Comadre, no me haga perder el tiempo, yo no le debo nada y nunca usted me dio toro alguno.

Rosa: ¿Cómo que no y el negro y el plomo? No compadre ¿usted tiene que pagarme!

Julio: Comadre, usted está loca, ¿Tiene algún testigo de que me dio esos toros que dice o algún papel donde yo diga que le debo? Ya, no moleste más comadre.

Rosa: ¡Cómo testigo, papel! yo pensé que usted tenía palabra por eso le di así no más, me tiene que pagar...

ACTIVIDAD 3.5

“Identificando a los actores”



HOJA DEL FORMADOR



Objetivo:

Con esta actividad los participantes:

- ▶ Reconocen a los diferentes actores del entorno con los que se relaciona su empresa.



Instrucciones:

1. Reflexione con los participantes acerca del concepto de *cadena de valor*¹⁵ y de la importancia de identificar a los diferentes agentes o actores de su cadena, con los cuales se relacionan. Utilice la siguiente afirmación como punto de partida para una breve discusión: *“Las actividades económicas productivas son fuente de trabajo, bienestar y desarrollo, producen bienes y servicios que son requeridos por los clientes, la comunidad. Las empresas se relacionan con diferentes actores, externos e internos y facilitan el progreso de la comunidad: hay muchos ejemplos de empresas que cooperan con el desarrollo de sus pueblos”*.
2. Forme grupos de 3 o 5 personas, procurando, si es posible, que haya el mismo número de hombres y mujeres en cada grupo.
3. Motive a los participantes para que identifiquen a los actores con los que se interacciona su empresa, procurando que identifiquen los que son clave para el desempeño de las actividades empresariales. Averigüe con ellos que no haya actores que han sido olvidado y que habría que incluir.
4. Pídales que representen a los actores identificados y cómo éstos se interrelacionan. Para ello pueden utilizar el método que prefieran: juego de roles, mapas, dibujos, mapas, etc.
5. Solicíteles que nombren uno o varios representantes del grupo, quienes presentarán el resultado de trabajo, mediante una escenificación o exposición de 5 minutos. Durante las presentaciones, tome nota de las características

¹⁵ El tema de la ‘cadena de valor’ será abordado más detenidamente en el módulo.

semejantes y diferentes, de todos los aspectos que son relevantes para los empresarios y promueva su reconocimiento y análisis.

6. Promueva una discusión sobre qué actores vuelven a aparecer en los diferentes grupos y sobre los que no han sido mencionados:
 - ♦ ¿Son los primeros particularmente importante para su empresa? ¿Por qué? ¿Es necesario mejorar la relación con ellos? ¿Cómo?
 - ♦ ¿Hay que añadir actores que no han sido considerado? ¿Cuáles?
7. Con los participantes, haga un resumen de las lecciones aprendidas.



Tiempo:

20 minutos para la reflexión inicial, explicar la tarea y formar los grupos; 30 minutos para identificar los actores y preparar la presentación, 25 minutos para las exposiciones de grupo y 15 minutos para la plenaria.

¿Qué he aprendido? ¿Cómo voy a utilizar lo aprendido?

En este módulo hemos identificado las distintas relaciones que se dan entre las empresas y el entorno en que están inmersas, reconociendo los distintos papeles de los miembros de la empresa y los diferentes actores que interactúan con ella. También hemos reconocido la importancia del emprendedorismo productivo de los pueblos indígenas y sus estrategias de lucha contra la pobreza, motivaciones para el surgimiento de negocios y empresas. En particular, hemos analizado la familia andina extendida como motor de experiencias generadoras de emprendimientos económicos.

En la tabla a continuación liste por lo menos tres conceptos y herramientas que ha adquirido a lo largo del estudio de este módulo y cómo puede beneficiarse de ellos, aplicándolos en su trabajo:

Conceptos y herramientas	Cómo los voy a aplicar
1.	
2.	
3.	
Otro...	



PARA SABER MÁS...

1. El capital social en la gestión del desarrollo rural¹⁶

Se denomina así al contenido de ciertas relaciones y estructuras sociales, es decir, las actitudes de confianza que se dan en combinación con conductas de reciprocidad y cooperación. Este contenido constituye un capital porque proporciona mayores beneficios a quienes establecen este tipo particular de relaciones y que puede ser acumulado.

Según Bourdieu (1985), el capital social es “la suma de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red duradera de relaciones de reconocimiento mutuo más o menos institucionalizadas”.

Putnam (1993) considera que el capital social “está constituido por aquellos elementos de las organizaciones sociales, como las redes, las normas y la confianza, que facilitan la acción y la cooperación para beneficio mutuo, pues, como dice, el trabajo en conjunto es más fácil en una comunidad que tiene un acervo abundante de capital social”.

Las redes de intercambio, por su parte, se basan en la confianza que surge de factores como los lazos de parentesco, la vecindad, la amistad o la pertenencia a un mismo grupo étnico. *La confianza y la cooperación constituyen el contenido de las relaciones y de las instituciones sociales del capital social.*

La confianza: Tiene un soporte cultural en el principio de reciprocidad, y un soporte emocional, que es el afecto que sentimos hacia aquellas personas que creemos confiables y que nos dan muestras de su confianza hacia nosotros. Las relaciones entre las personas se afianzan por medio de numerosas interacciones, que potencialmente se extenderán en el futuro.

La cooperación: Es una acción complementaria orientada al logro de los objetivos compartidos de un emprendimiento común. No debe confundirse con la colaboración, que es el intercambio de aportes entre aliados que tienen emprendimientos y objetivos diferentes aunque compatibles.

North (1990) define las instituciones como “conjuntos de normas y valores que facilitan la confianza entre los actores”. Narayan (1999), dice que “los lazos que unen también excluyen; los grupos y las redes sólo funcionan mediante la inclusión de algunos y la exclusión de otros, por lo que el capital social puede contribuir a mantener la exclusión en las sociedades socialmente diferenciadas”.

¹⁶ Durston J., Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago de Chile, noviembre 2002. Este texto se dirige a profesionales que ya tienen conocimientos sobre el capital social. Sugerimos entonces la lectura sólo para los formadores, de manera que éstos puedan hacer referencia al mismo (o a algunas de sus partes) adaptándolo según las características de la población enfocada y facilitar su comprensión.

Capital social individual

Se manifiesta principalmente en las relaciones sociales de confianza y reciprocidad que establece la persona, y se extiende a través de redes egocentradas. Este recurso reside no en la persona misma sino en las relaciones entre las personas.

Capital social colectivo o comunitario

Se expresa en instituciones complejas y tiene un sentido de cooperación y gestión. Son las estructuras e instituciones sociales de cooperación del conjunto total de personas de una localidad. Este recurso reside en sistemas complejos, en sus estructuras normativas de gestión y sanción. El capital está en el sistema. Las comunidades son más complejas que las redes. Dentro de la definición clásica de comunidad figuran aspectos tales como la actividad coordinada con cierto propósito común, el autogobierno, la superestructura cultural, y el sentido de identidad¹⁷.

Como dice Woolcock (1998), “la pobreza en sentido estrictamente económico puede ser tan intensa en el campo como en la ciudad, pero la presencia en el campo de redes comunitarias más estrechas y duraderas impide muchas de las peores manifestaciones de la pobreza urbana”. Por estas mismas diferencias, también es posible que la consideración del capital social comunitario rural aporte al esclarecimiento del debate conceptual sobre capital social en general.

Entre los elementos de capital cultural que son también precursores de las relaciones concretas de capital social figuran las visiones comunes acerca del comportamiento probable de las personas; los valores comunes que jerarquizan los objetivos que se estiman deseables; las normas que definen qué se entiende por conducta apropiada en el caso de los individuos en general y de los líderes; la memoria común de la historia propia; la religión común, los mitos y los modelos de personajes arquetípicos; la identidad común; las reglas de parentesco: alianzas matrimoniales deseables, definición del rol de los parientes; los rituales y ceremonias celebrados para solemnizar los vínculos y las identidades; los principios de reciprocidad horizontal y vertical; y los premios y castigos culturalmente definidos que satisfacen necesidades socioemocionales: aceptación/ostracismo, prestigio/repudio, honra/deshonra y otros.

Estos elementos, constitutivos todos de capital cultural, más los fenómenos sociales de vecindad y amistad, son los precursores necesarios para que se forme capital social. Se dan en todos los grupos humanos y su existencia facilita las prácticas de cooperación, al tiempo que, por un efecto de retroalimentación, permiten la acumulación de mayor capital social.

Por ejemplo, la posibilidad de crear y gestionar una empresa asociativa exige principalmente que estén presentes la confianza y la reciprocidad que son propias de la relación

¹⁷ Según Mitchell (1968), una comunidad es una colectividad de personas que ocupan una zona geográfica, se dedican en conjunto a actividades económicas y políticas y constituyen, en esencia, una unidad social de autogobierno, con valores comunes y un sentimiento de pertenencia.

interpersonal cercana, con fuerza afectiva. Esto se asocia con la existencia de redes interpersonales, es decir, el capital social del individuo y del grupo.

2. La reciprocidad andina: principio de seguridad vital¹⁸

El principio de la reciprocidad, como base fundamental de la cosmovisión andina, tiene una lógica que es parte de la vida cotidiana de muchos pueblos y comunidades de Bolivia y de todos los Andes. Los andinos la han recreado a través de los siglos para su reproducción biológica y cultural. Es su fortaleza.

La reciprocidad andina responde a lo que Mauss (1979) y Shalins (1983) plantean para los pueblos tradicionales: el reino de las cosas personales posee un poder espiritual - *hau* - que obliga a devolver el regalo y que parece estar dotado de individualidad, conferido por su relación con el propietario. Se ofrece algo propio, parte de la naturaleza y de su sustancia. Aceptar “algo, una cosa, significa aceptar algo de su esencia espiritual, de su alma, dándose en diferentes espacio-tiempos, como son las ferias y fiestas o en la vida cotidiana” (Ponce, 1988).

“El don”, por su parte, se refiere a la moral de la reciprocidad, no solamente entre la gente, sino, también, con la naturaleza y con el mundo espiritual. Para las comunidades agrícolas de Bolivia y de todos los Andes, estas formas de intercambio están basadas en una rica historia y en estrategias de supervivencia, que ahora posibilitan una búsqueda para redescubrir su base ética (...)

La ética básica de la reciprocidad se refleja en el destino del producto. Si hay un excedente en la producción, éste es redistribuido en el contexto de las necesidades materiales, los festivales y los rituales. Compartir los productos da prestigio por lo tanto es una forma de redistribución (ampliada) de los productos fuera del ciclo económico, generado por las relaciones de reciprocidad y parentesco y retroalimentado por la vida espiritual.

Un ejemplo de ello es “la feria del Séptimo Viernes” y los viajes interecológicos en relación a la producción y su destino, realizados en las zonas de Tapacarí, Ayopaya y Quillacollo, Cochabamba – Bolivia. Allí el uso del dinero es complementario y no decisivo. Son claros ejemplos en los que se evidencia la reciprocidad andina. Tradicionalmente ellos permiten a los agricultores acceder a los productos de diferentes pisos ecológicos, asegurando y ampliando su base de subsistencia. Pero también hay otras formas de reciprocidad, por ejemplo, entre dos comunidades o entre dos familias más cercanas y que pueden darse en la vida cotidiana, en donde la característica principal es el comunitarismo. *La reciprocidad es una respuesta que puede complementarse con otras lógicas económicas, para el mejoramiento de la calidad de vida, ante la inseguridad que ofrecen las políticas liberales.*

¹⁸ Delgado F., Torrico D., San Martín J., *La Reciprocidad Andina: Principio de Seguridad Vital*, publicado en: Boletín ILEIA, marzo 1999. Ecuador DEBATE N° 47.

Bibliografía

Armas E. C. A., *La familia: aspiraciones, realidad y desafíos*, Guatemala, 2006.

Delgado F., Torrico D., San Martín J., *La Reciprocidad Andina: Principio de Seguridad Vital*, publicado en: Boletín ILEIA, marzo 1999. Ecuador DEBATE N° 47.

Mora J. y Sumpsi J.M., *Desarrollo Rural: Nuevos enfoques y perspectivas. Proyecto Regional de Cooperación Técnica para la Formación en Economía y Políticas Agrarias y de Desarrollo Rural en América Latina* – Cuadernos FOPEDAL, 2004.

Panorama social en america latina, CEPAL, 2006.

Panacas y Ayllus, Blog, *El Ser y la Historia*, 23 julio 2006.

Silva G., *Socialización andina y resiliencia*.

Sunkel G., *El papel de la familia en la protección social en América Latina*, Serie Políticas Sociales N°120, CEPAL.