

# LA COMUNIDADES UNIDAS DE MOLINOS (CUM) Un ejemplo de Economía Popular

**XIV Jornadas de Investigadores en Economía Social y Cooperativa**  
*El Año Internacional de las Cooperativas: desafíos y propuestas de la  
economía social en un mundo en transformación*

**Andrea Carolina Chavez Clemente**  
Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)  
Universidad Nacional de General Sarmiento  
Instituto del Conurbano, Bs. As. Argentina



GEZKI



## **RESUMEN**

Este trabajo está orientado a relatar cuáles fueron las acciones realizadas por un conjunto de personas ubicadas en la zona de Seclantás (Salta, Argentina) para tratar de resolver problemas que los afectan históricamente: la falta de agua potable, las enfermedades en los animales, la falta de infraestructura y problemas en la comercialización de sus productos, entre otros.

Mediante asambleas y encuentros entre las comunidades originarias de la zona e intercambios de experiencias con otras, se logró la formación de la CUM (Comunidades Unidas de Molinos) cuyo lema es: "Revalorizando nuestra cultura, promovemos el comercio justo". En esta organización participan no sólo los integrantes de las distintas comunidades sino también de diversos actores que intervinieron en el proceso de creación. Como exponente de la Economía Popular, la CUM realiza distintas ferias y participa en diversos eventos comunitarios, donde el intercambio y la revalorización de sus costumbres es lo principal.

## **PALABRAS CLAVE**

Comunidades originarias, economía popular.

CLAVES ECONLIT: A130, P320, R110

## **ABSTRACT**

This article aims at recounting the actions performed by a group of people from the area of Seclantás (Salta, Argentina) to try to solve problems that affect them historically. The lack of drinking water, animals' diseases, lack of infrastructure and problems in the commercialization of their products, to name a few.

Through assemblies and meetings of the native communities of the area, and exchange of experiences with others, the CUM (United Communities of Molinos) was founded, and its motto is: "Increasing the value of our culture, we promote fair trade." Not only the members of the different communities participate in this organization, but also the different parties that intervened in the creation process. As exponent of Popular Economics, CUM organizes several fairs and participates in different community events which focus is in all kinds of exchange and to increase the value of their customs.

## **KEY WORDS**

Native communities, popular economics.

## **RESUME**

Ce travail vise à décrire les mesures prises par un groupe d'habitants établis dans la région de Seclantás (Salta, Argentine) à fin de résoudre les problèmes qui les affectent historiquement : le manque d'eau potable, les maladies animales, le manque d'infrastructure et des problèmes dans la commercialisation de leurs produits, entre autres.

Au moyen de réunions et de rencontres entre les communautés originaires de la région et l'échange d'expériences avec les autres, il a été possible la formation de la CUM (Communautés Unies de Molinos) dont la devise est « en revalorisant notre culture, nous faisons la promotion du commerce équitable. »

Dans cette organisation participent non seulement les membres des différentes communautés, mais aussi de différents acteurs impliqués dans le processus de création.

Comme exposant de l'économie populaire la CUM organise différentes foires et participe à plusieurs événements communautaires, où l'échange et la revalorisation de ses coutumes est primordial.

### **MOTS CLÉ**

Communautés originaires, économie populaire.

## UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y SUS CARACTERÍSTICAS



La Quebrada o Valle Calchaquí es atravesada por el río Calchaquí. Allí se establecieron antiguos pueblos originarios. Actualmente, hay poblaciones como Cachi, Seclantás, Molinos, Angastaco, San Carlos, Animaná y Cafayate. Los valles abarcan tres provincias colindantes: Salta, Tucumán y Catamarca. (*Burin et al., 2005*).

El departamento Molinos se sitúa en el centro de los Valles Calchaquíes Salteños, a una distancia aproximada de 187 km de la Ciudad de Salta, hacia el sudoeste. Para acceder a las Comunidades Campesinas se debe recorrer caminos de cornisa y ripio, intransitables en épocas estivales debido a la crecida de los cauces de agua.

Agro-ecológicamente la zona se identifica como de valles semiáridos salteños, los cuales poseen una altura promedio que va de los 2400 a los 3500 msnm. Las precipitaciones anuales, concentradas en los meses de verano, no superan los 230 mm.

Las familias campesinas que aquí habitan son aproximadamente unas 300 y presentan características socioeconómicas típicas de una estructura agraria minifundista, donde las actividades productivas son básicamente para consumo doméstico a partir del trabajo familiar y con escasa articulación con el mercado local. Además, viven en condiciones precarias, con el 75% de sus necesidades

básicas insatisfechas (tomando como referencia el índice NBI). Habitan viviendas de adobe, con piso de tierra, techo de caña y barro, sin gas ni luz eléctrica, con baño tipo letrina fuera de las viviendas. (Chavez, 2009).

## UN POCO DE HISTORIA

En la región noroeste de lo que es hoy la Argentina, vivieron diferentes pueblos (por ejemplo, Atacamas, Omaguacas, Tobas, Diaguitas, entre otros). Cada uno de estos pueblos tuvo su forma específica de organizar la producción y reproducción de su vida social. (Burin et al., 2005).

Según un folleto de la CUM realizado por el Programa Nacional de Apoyo a los Territorios del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria), en los Valles Calchaquíes vivían numerosos grupos étnicos, como los Cachis, los Pulares, los Luracataos, etc. Estos grupos pertenecían al pueblo diaguita llamado Calchaquí por el cacique Juan Calchaquí. Desarrollaban innumerables prácticas, algunas de las cuales perduran hasta nuestros días, como la agricultura en terrazas; la construcción de canales y acequias para riego; la cría de ganado de altura (camélidos), entre otras (Maidana, 2010).

Según el Documento "Investigaciones del mercado de artesanías en lana producidas por pequeños productores de la provincia de Salta", realizado por un equipo de investigadores del Instituto para la Inclusión Social y el Desarrollo Humano, "los distintos grupos, al recibir el impacto de la conquista y colonización, fueron sufriendo modificaciones traumáticas en sus modos de ser y existir (Ruletge, 1987). Durante todo este período, los españoles afincados en las zonas realizaron dos movimientos simultáneos: se apropiaron de la tierra y enajenaron pueblos enteros, dominándolos por la violencia y así obtuvieron mano de obra obligada a trabajar para ellos. De esta manera, la producción colonial se basa en las formas violentas heredadas de la conquista y colonización, a través de las cuales la relación dominante entre el dueño de los medios de producción y el que los trabaja es de explotación servil. Si bien la Revolución de Mayo produjo cambios y desarticulaciones, se destaca la continuidad de la "preeminencia social y política de los estancieros y hacendados salteños" una clase de familias terratenientes que Halperín denomina "familias tradicionales" (Halperín Donghi, 1972).

La hacienda es una matriz en la sociedad latinoamericana y destacan que en este modo vincular se generan relaciones totalizadoras (es decir, no solamente en lo económico productivo sino en lo social y político). De este modo, es posible explicar algunos rasgos de las relaciones rurales en el noroeste argentino a partir de considerar que la hacienda, en tanto matriz fundante de modos de vinculación, tuvo un carácter totalizante y por ello tiende a reproducirse. (Widuczynski, 1992)

Entre el hacendado y el campesino se establece una relación de dominación del tipo patrón- cliente, mediada por el administrador o mayordomo. Decir que se establecen relaciones clientelares quiere decir que la autoridad que ejerce el hacendado es a la vez autoritaria y paternal, opresora y protectora".

Este breve panorama histórico sirve como marco para comprender que las relaciones de tipo clientelar y de dominación autoritaria aún perduran. En toda la zona hay una tradición de relaciones de poder servil por parte de los campesinos con señores de la tierra y patrones de tipo autoritario/clientelar. (Burin et al., 2005).

## SITUACIÓN INICIAL

En el folleto de la CUM antes nombrado figura que en el centro del valle Calchaquí Salteño, a 200 km de la ciudad de Salta, habitan las comunidades campesinas del departamento de Molinos. Entre paisajes de cerros, cardones y caminos estrechos, las familias de la zona pastorean sus cabras y ovejas mientras cultivan la tierra en pequeñas parcelas de maíz, papa, haba, cebolla y pimiento. La actividad artesanal se suma a los diversos quehaceres de la casa, complementando la economía familiar. Las mujeres se inician en la práctica del hilado de lana de oveja y camélidos totalmente artesanal, utilizando herramientas y técnicas ancestrales como la puchicana, que es una forma de realizar el hilado de la lana de oveja. Esta actividad puede combinarse con el pastoreo.



Los hombres son excelentes teleros, confeccionan prendas de altísima calidad en telar: barracán, picote, ponchos, tapices, mantas, etc.

Las familias artesanas deben enfrentarse a diario con situaciones desfavorables como las siguientes:

- El gran aislamiento geográfico relacionado con la escasa posibilidad de visibilizar y comercializar las artesanías locales.
- La dependencia continua y la débil capacidad de negociación frente a los intermediarios, que intercambian la mano de obra y las piezas terminadas por artículos de primera necesidad.

- La falta de instancias de encuentro e intercambio de saberes y prácticas que mantengan vivas las técnicas y los diseños originarios e incorporen nuevas tendencias.

Los habitantes de cada hogar, varían entre 5 y 10 miembros y en muchas ocasiones son varias generaciones las que comparten la misma vivienda por la falta de tierras productivas disponibles para contener nuevos hogares. Esto se debe a que históricamente las comunidades se encuentran ubicadas dentro de una finca privada, propiedad de un "patrón" (Chavez, 2009).

En 1985, el Poder Ejecutivo salteño declaró zona de regularización a varios inmuebles dentro de la finca Luracatao, aunque los herederos negocian quedarse con los lugares de la finca del Luracatao de interés turístico. Luego del proceso de expropiación el resto de las fincas se vendieron desde el Estado a los productores (Burin et al., 2005). Si bien, actualmente cada familia posee su título de propiedad, el resto de la tierra sigue siendo del terrateniente, por lo tanto no tienen la posibilidad de ampliar su hogar o, en el caso de las nuevas generaciones, constituir un hogar nuevo. (Chavez, 2009).

El ingreso monetario en sí proviene de la venta de los excedentes de producción, limitada por la carencia de acceso a los canales comerciales; el trabajo en las fincas (trabajo por jornal, sin contrato legal, sin protección, ni acceso a los servicios sociales), el trabajo en las ciudades (generalmente, la albañilería); el trabajo temporal en otras zonas (por ejemplo, la cosecha del tabaco o en los ingenios azucareros del este de la provincia); y el ingreso proveniente de subsidios y pensiones provinciales o nacionales. (Fuente: Proyecto de Microcréditos, Red Valles de Altura)

Todo esto trae aparejada la migración del campo a la ciudad, sobre todo de los más jóvenes del grupo familiar, que van en busca de mejores oportunidades laborales. (Chavez, 2009).

## NACE LA CUM



Comunidades Unidas de Molinos (de ahora en más CUM) es una organización de 2º grado conformada por 13 comunidades campesinas de los Valles Calchaquíes (Pcia. de Salta- Argentina).

Las siguientes comunidades conforman la CUM: La Laguna, Aguadita, Refugio, Cieneguilla, Cabrería, Patapampa, Churquio, Buena Esperanza, La Sala y Alumbre, ubicadas en el Valle de Luracatao, a 15 kilómetros del pueblo de Seclantás. También integran la CUM las Comunidades de Brealito, Churcal y Tomuco. (Chavez, 2009).

Según la Carta de la CUM (un documento que describe la intención de sus integrantes ) las familias Campesinas del Departamento de Molinos trabajan juntas desde el año 2001 con el principal motivo de mejorar la calidad de sus vidas y las de sus familias. En ese año se comenzaron a ejecutar proyectos de agua en cada comunidad y se comienzan a realizar trabajos colectivos en cada una de ellas, lo que fortaleció el trabajo de base. Este fue el terreno para que se comenzara a construir identidad en cada paraje y las familias y comunidades comenzaron a vincularse desde las experiencias compartidas. Desde ese entonces las distintas comunidades trabajan en la ejecución de proyectos de agua para consumo y riego, la implementación de botiquines sanitarios y fondos rotatorios, el mejoramiento de viviendas y de instalaciones productivas, el mejoramiento de los rebaños y la instalación de montes frutales y granjas familiares, en el fortalecimiento de la actividad artesanal a través de capacitaciones, en líneas de comercialización colectiva, promoviendo un comercio justo e inclusivo, entre otras actividades.

El trabajo ha sido posible también por el apoyo de distintas instituciones y organismos locales, nacionales e internacionales: el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) a través del Programa PROHUERTA, la Sub Secretaría de Desarrollo Rural y Agricultura Familiar, el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, la Agencia de Cooperación Técnica Alemana (GTZ), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Fondo de Canadá para las Iniciativas Locales (FCIL), la Red Valles de Altura, el Instituto de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Pequeña Agricultura Familiar (IPAF NOA), los Municipios de Molinos y Seclantás, establecimientos educativos y de salud locales, etc.

En aquel entonces el único espacio en que se encontraban las distintas comunidades para compartir experiencias era el encuentro anual de Comunidades Campesinas del Departamento, al que asistían muchas familias de la región. Éste fue promovido por el equipo técnico cuando se comenzaron a realizar actividades en conjunto. El primero fue el encuentro por el botiquín sanitario, ya que había uno en cada comunidad y se juntaron para compartir esas experiencias.

A partir del año 2004 empezaron también a realizar pasantías y viajes para aprender cosas nuevas y conocer otras organizaciones. Es así que campesinos y campesinas de distintas comunidades viajaron a conocer las experiencias de organización, la historia, la lucha y los sueños de otros movimientos y organizaciones campesinas. Estas actividades fueron financiadas en parte con los proyectos del INTA donde figuraba la actividad y en parte por la organización. Todas estas vivencias les hicieron crecer en el trabajo conjunto y los impulsaron a ampliar las actividades de formación, haciendo hincapié en cuestiones vinculadas a sus derechos, su historia, sus jóvenes, etc. De esta forma, si bien ya venían haciendo muchas cosas entre todas las comunidades, en el año 2006 decidieron conformar la CUM.

El total de sus integrantes representa a 13 comunidades, lo que se traduce en 300 familias, de las cuales participan de forma permanente alrededor de 60 personas. El organigrama que posee está basado en el funcionamiento de comisiones: de jóvenes, de comercialización, de género, de recursos hídricos, de producción y de financiamiento. Las decisiones se toman en asamblea y cada representante lleva a las asambleas comunitarias las decisiones de la comunidad toda, tomadas en reuniones intercomunitarias, donde se socializa lo que se trabaja durante todo el mes en cada comunidad. Los primeros encuentros de las comunidades sirvieron para intercambiar experiencias, para conocerse y establecer actividades conjuntas. Según una sistematización de experiencias de desarrollo rural realizada por el Centro Regional Salta-Jujuy del INTA, con colaboración de Rosana Maidana y María Valeria Achem, el proceso inicial que dio origen a la organización fue el siguiente: "en las primeras reuniones definieron objetivos comunes, forma de funcionamiento y algo muy importante, los valores y los sentimientos sobre los cuales querían seguir trabajando juntos: solidaridad, respeto, unidad, compañerismo, compromiso, valentía, alegría, seguridad, dignidad y libertad". Estos valores se tradujeron en acciones conjuntas.

"Empezamos a compartir lo que era nuestro... lo que era de este lugar... entre las doce comunidades... compartir lo que teníamos en común... la problemática del agua, de comercio... había algo en común... cosas que nosotros podíamos resolver si teníamos una organización... y éramos varios, ¿no? Porque yo creo que si éramos dos o tres no lo íbamos a solucionar..." (...) "Y así empezamos porque desde lo que es el movimiento campesino indígena hemos estado participando siempre como la ciudad de Salta... pero después viendo que se podía hacer una organización... vimos cómo ellos luchan por las cosas que ellos quieren y lo consiguen. Recuerdo que se decidió en una escuela de la memoria que se hizo en Córdoba... habíamos

participado cerca de 10 ó 15 compañeros... y bueno... de ahí comenzó la idea... como nosotros por ahí nos reuníamos cuando salíamos a encuentros, a reuniones o a una feria... nos sabíamos encontrar ahí... bueno esa vuelta... decidimos! "(*Alberta Belázquez, Comunidad Tomuco*).

A medida que el proceso fue evolucionando se fueron sumando más comunidades. Ahora son 14 comunidades, y fueron construyendo su identidad como paraje a través del trabajo. Un proceso de construcción colectiva, donde cada Comunidad y cada integrante de ellas toman las decisiones sobre cómo continúa la historia.

"Lo que vemos es que no haya ningún líder... que todos tratemos de opinar... todos seamos libres porque nunca tratamos de decir aquel tiene la razón y toda la razón ... hay veces que la tiene y hay veces que no... siempre tratamos que todos opinen... y siempre los más grandes nos están dando los consejos... los abuelos, porque ellos ya caminaron toda su vida... tenemos que tratar de llevarnos de ahí como para no equivocarnos... todas las opiniones valen" (*Demetrio Yapura, Comunidad Cienaguilla*).



Para comprender la importancia de esta Feria se incluyen algunos testimonios recogidos en una sistematización realizada por técnicos del INTA del Centro Regional Salta- Jujuy (Gómez y otros, 2006):

"Como parte de este camino recorrido nace la feria campesina y muestra ganadera de Cuchiyaco con la idea de poner en valor los productos de la zona y las muchas actividades emprendidas desde el trabajo conjunto para el mejoramiento de la hacienda"..

"...parecía ser un espacio que conducía a la integración de todos: los que venían trabajando mancomunadamente y los que aún no se habían sumado. Los productores, las hilanderas, los tejedores, las cocineras, las pastoras, los guitarristas, las bailarinas, los maestros, los enfermeros, todos en un mismo espacio compartiendo sus saberes y festejando la identidad común. Desde estas convicciones las familias... se lanzaron por primera vez a la organización de un evento de este tipo allá por noviembre del 2006"..

Una vez que se decidieron a embarcarse en esta aventura, lo primero fue reunirse y consensuar cómo iba a ser esta feria que en un principio tenía como objetivo ser una muestra ganadera pero a medida que las comunidades se fueron juntando fueron surgiendo otros intereses, como la idea de algunas mujeres de realizar un concurso de comida, mientras que a otras se les ocurrió que a esto se podía sumar un concurso de hilado, y si había hilado por qué no un concurso de lana y otro de esquila, y así, de a poco, y por la participación de las distintas personas que integran las comunidades, se fueron sumando cada vez mas actividades a esta feria".

Se puede resaltar la intención de integración y pluralidad que reinó en la organización del evento:

"... en las reuniones se decidió invitar a las comunidades vecinas, de manera de mostrar el trabajo que estos grupos de productores venían realizando con sus animales, sus mejoras, y también para concretar ventas de reproductores, también se invitó a las escuelas, a los municipios, a gente de los pueblos de Seclantás y Molinos e incluso gente de otros lugares más alejados como San Antonio de los Cobres, y de otras provincias e instituciones". Fueron dos jornadas, en las que participó mucha gente entre visitantes y familias locales. Hubo venta e intercambio de productos regionales y artesanías, desfiles de animales criollos y de raza, fondas de comidas, concursos de empanadas, hilado y esquila. Y un gran festival repleto de coplas y danzas folclóricas". (Gomez, 2006).

Participaron más de 500 personas (organizadores, campesinos, directivos del INTA y otras instituciones, miembros de las entidades educativas y de salud, municipios, turistas comerciantes etc.).

Las conclusiones según la sistematización realizada:

- Se constituyó un verdadero ámbito de integración social.
- Hubo muchísimas operaciones de venta, intercambio y trueque.
- Al finalizar el evento las fondas ya no tenían comida.
- Se estimularon nuevos emprendimientos.
- La feria de Cuchiyaco, realizada en el interior del Valle Calchaquí, fue publicada en diarios de la provincia.

Todas estas actividades fueron logradas a pulmón, con prueba y error, mediante discusiones, propuestas y votaciones, lo que le dio a las comunidades una nueva visión de la forma de hacer las cosas.

"Por estas y otras razones, la CUM –Comunidades Unidas de Molinos – definió hacer la feria campesina y muestra ganadera todos los años, y quedó como una actividad permanente de esta organización". (Gomez, 2006, 13).

La experiencia positiva contagió su entusiasmo a otros actores que se fueron sumando:

"Hace poco que participé de la feria campesina en Cuchiyaco y me pareció espectacular, hermoso... nunca había visto un caso así... que se junten todos los parajes... y eso los une más a las comunidades y ellos valoran su trabajo, llevan sus poquitas cosas que ellos cosechan y lo intercambian con los demás y van dando a conocer su trabajo... los une a todos... es posible conocernos mas..." (*Referente Municipalidad de Seclantás*).

Cuatro años después de aquella primera feria que se realizó el 17 y 18 de Abril de 2006, conmemorando el Día Internacional de la Lucha Campesina y sumando el apoyo del Gobierno de la Provincia, se realizó un nuevo encuentro.

Participaron nuevamente las 13 comunidades, entre ellas Cienaguilla (Cuyo lema: "Ya nada nos detiene, nada es imposible cambiar"), Cabrería ("Somos protagonistas de nuestra propia historia") y Brealito ("Construyendo juntos el futuro que queremos").

En un ambiente festivo se realizó la feria de productos campesinos: quesos, quesillos, maíz, nueces peladas, duraznos, habas, arrope, pimienta, hilados, chauchas, entre otros.

La muestra ganadera consistió en la presentación de los diferentes animales de la zona (cabras y ovejas). Los ejemplares compitieron en distintas categorías, recibiendo herramientas como premios.

También se realizaron los tradicionales concursos de empanadas, humitas e hilado. Todas éstas fueron iniciativas de las mujeres, ya que los concursos revalorizan las actividades y saberes locales. Los jurados son invitados que provienen de afuera de la CUM. Los reglamentos son discutidos en la comunidad con antelación. Todas estas actividades son una muestra del rescate y la valoración de las tradiciones locales.

Se repartieron folletos con recetas de cocina y el uso de plantas como tintes naturales. En la primera feria hubo mucho trabajo desde el equipo de la Agencia Seclantás del INTA, y a partir de ésta experiencia, en las comunidades se fueron redistribuyendo roles, lo que fue un gran avance, ya que al inicio la gente ni siquiera sabía lo que era una feria.

La economista colombiana Natalia Quiroga Díaz realizó el taller debate: "La Economía Social y Solidaria" con la participación de todos los asistentes. La colombiana tuvo contacto con las comunidades a partir de unas capacitaciones que brindó a la Red Valles de Altura. A partir de su intervención se planean realizar otros encuentros.

Se instalaron distintas fondas que brindaron, a precios accesibles, comidas regionales. Para esto se organizó una comisión de fondas y la comunidad definió el precio según el rubro: kiosco, comidas, panchos, etc. Si bien al precio final lo definió cada feriante según su inversión, se tuvieron parámetros comunes previamente definidos. A veces se prestaron cosas entre los feriantes, si a alguno le faltaba algo o se quedaba sin comida. Se priorizó la instalación de puestos de las instituciones y de la gente local.

A la noche se realizó un festival cultural "Promoviendo la vida digna en el campo" con la participación de diversos artistas folclóricos. La Secretaria de Cultura de la provincia envió y subsidió los honorarios de los artistas, elegidos entre todos a partir de una lista enviada por dicho organismo. Al día siguiente se realizó el tradicional "Cambalache", que es el intercambio entre los participantes de los

productos remanentes. La última edición de la feria de Cuchiyaco fue una auténtica fiesta.

## COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS Y ALIMENTOS REGIONALES



Si bien existen en la provincia de Salta diversas experiencias de organización de la producción artesanal, la mayor parte de ellas consisten en experiencias promovidas desde un agente externo o diferenciado de los artesanos propios del lugar, especialmente en lo que se refiere a la producción de zonas rurales. (*Burin et al., 2005*). La tradición artesana comienza a perderse, ya porque los jóvenes migran a la ciudad, ya porque la producción se vende a bajos precios.

"Esta zona es tierra de los artesanos y se hace un trabajo bien hecho... la semana pasada teníamos un encuentro de artesanos y pocos, ya no quiere ir nadie. Se esta perdiendo..." (*Paulino Rueda, referente de comercialización, comunidad Laguna Brealito*).

Gracias a la CUM los productores comenzaron a asociarse para la venta, ya que aún conservan la tradición de producir las artesanías de forma individual, donde cada uno imprime su sello.

"Sí, antes se vendía como podía, no como ahora, ahora por ejemplo el queso se vende mucho. Antes se vendía poco, se guardaba para el consumo familiar... la distancia, no tenía el contacto a quien vender. Si se vendía, se vendía a los familiares. Ahora, como tenemos el puesto en Seclantás, lo vendemos en Seclantás... Yo hago el tema de acopio... lo preparo en bolsitas, depende como lo queramos hacer... ponemos las etiquetas de los productos con los precios... gracias a Dios hace dos años que estamos en la CUM, y tenemos la posibilidad y vendemos por ejemplo ponchos...".

Los integrantes de la CUM establecieron un sistema de acopio y registro de productos en cada comunidad, que luego son enviados al local o a las ferias. En este caso se trasladan dos o tres representantes. Los gastos de los viajes porvienen del fondo común. Establecen ellos mismos los precios mediante un debate. Normalmente los precios son tres veces más que lo que paga el intermediario, se ajustan según la feria a la que se va y a la demanda. La persona que no quiere vender a la CUM no le entrega productos.

En la sistematización del Centro Regional Salta-Jujuy antes mencionada comentan:

“Nos reunimos y decidimos poner un local allá (en Seclantás) porque si tenemos acá nomás no podemos vender... tenemos más para sacar las cosas que tenemos aquí: maíz, papa, hilo... que producimos nosotros”. (*Luciano López. Comunidad Patapampa*).

El local comenzó en julio del año 2009, con el objetivo de buscar un canal de comercialización nuevo. Fue alquilado en Seclantás y allí se encuentran diferentes productos, comestibles y artesanías. Está organizado por comunidad.

En cada comunidad hay un referente, quien lleva el registro de los productos de su zona en una planilla. Los referentes ayudan a acopiar, a pesar, a etiquetar los productos para enviar al local. Esos referentes tienen una planilla para controlar el stock que tiene la comunidad. A su vez, existe un cuaderno, que es la copia de la planilla, donde se da entrada a los productos en el local. Dichos productos pueden ser vendidos por distintos canales: puede ser una feria, a pedido, o en el mismo local. Paso seguido, se les da salida a los productos y se registran en una planilla de salida donde figura el destino de los mismos. También existe una planilla de venta donde se realizan los registros que luego son utilizados en la rendición. Esa rendición debe coincidir con el dinero de la venta. Este vuelve a la comunidad, detallado producto por producto.

Del total se separa un porcentaje para diversos gastos comunes: para mantener el local, para comprar etiquetas y bolsas, para el alquiler, para pagar el sueldo de la vendedora, para reponer si se pierde el dinero o un producto, etc. y el resto se reembolsa al artesano si se vendió su producto. El porcentaje que se aporta ahora es el 15%. Antes era del 25% pero se redujeron los costos del local, ya que se mudaron a uno en el que no pagan alquiler.

El marketing de los productos se realiza a través de unos volantes en los que figura la ubicación del local, teléfonos y correo electrónico. Dichos volantes son distribuidos en las ferias y en los encuentros de Comunidades.

Cada producto posee una etiqueta con el logo de la CUM, el detalle del producto, el precio y el nombre del artesano. Al dorso cuenta quienes son los integrantes de la CUM, qué producen y el por qué. Tanto en los volantes como en las etiquetas figura el lema: “Revalorizando nuestra cultura, promovemos el comercio justo”.

Potencialmente podemos segmentar el mercado en los siguientes tipos de clientes:

- turistas internacionales,
- turistas nacionales,
- empresas textiles, talabarterías, confeccionistas,
- decoradores,
- acopiadores e intermediarios comerciales,
- organizaciones de comercio justo,
- casas de artículos regionales,
- otros artesanos,

- organismos de cooperación internacional. (*Burin et al., 2005*).

El responsable del local de la CUM en Seclantás, Lucas Díaz, hace una caracterización similar de los distintos canales de venta y mercados existentes: "Estaba el tema de las ferias, que es un canal importantísimo, después tenés el canal de la feria de semilla, hacen trueque e intercambio. Y el local... hay gente que ya nos conoce, y ya automáticamente nos encargan los productos, y si no bueno, o haciendo los contactos. Y nos han pedido de Salta, generalmente... No son muy seguidos los pedidos, pero, por ejemplo la artesanía es un producto que no tiene mucha salida si no es a pedido, una feria sí que tiene una salida, no se dinamiza tanto el tema de las artesanías. Los otros productos si, los comestibles tienen más salida... el hilo se vende muchísimo, también, en las ferias, por pedido también, los mismos artesanos por ahí compran el hilo. Lo importante es buscar siempre nichos, no quedarse... mandamos artesanías, comestibles, todo lo que hay en el local. Nosotros una vez por mes tenemos una reunión intercomunitaria de las 14 comunidades, cada dos o tres meses estamos fijando los precios de todos los productos, es el mismo artesano el que pone el precio. Hemos evaluado que en épocas de turistas, donde hay turismo que pasa por Seclantás que va a Molinos o Cachi, se vende mucho. En el invierno, verano. Durante el año, la misma gente de la zona compra productos". (*Lucas Díaz, encargado del local. Red Valles de Altura*).

La Red Valles es una ONG de técnicos y sirve para viabilizar proyectos, tiene un convenio con el INTA y se realizan trabajos conjuntos.

Un referente de comercialización de una comunidad reflexiona sobre los precios, la calidad, los clientes y los canales de venta: "Bueno, nosotros el año pasado que empezamos a trabajar para mejorar la comercialización, empezamos a organizarse para poner precios, para poner un precio justo, para no trabajar como antes, no servía casi. Por eso empezamos a organizar, necesitamos un precio justo. Por ahora, estamos participando en algunas ferias en Salta para las vacaciones de invierno... En Seclantás tenemos un local también... Teníamos muchos reclamos, en las artesanías, por eso para buscar mercados y clientes, compradores digamos, buscamos la forma de cómo mejorar los productos, tanto en artesanías... yo creo que con esas mejoras hemos largado bien a la venta en todas las ferias, no hemos tenido dificultades ni rechazos. Seguir sacando productos buenos, participando en ferias, buscando lugares lejos para ver si esto funciona o no... de ahí veremos si... nos dejamos caer, todo depende de nosotros como organización, sabremos laburar, trabajar..." (*Santo Guantay, referente de comercialización de Patapampa*).

## **LOGROS**

A los que hacen referencia mayormente son a la independencia de acción y de pensamiento. Esto se refleja en la sistematización realizada por el Centro Regional Salta- Jujuy:

- "Los logros más que nada es poder dejar de depender de alguien... dejar que alguien te venga y te diga: vos tenés que hacer esto... sino que vos mismo tomes la decisión". (*Santos Belazquez. Comunidad Tomuco*).
- "He aprendido como es manejar la plata, como se hace para sacar un proyecto... me explicaban... me decían: tenés que hablar, no te quedés callado... antes me daba miedo... ahora tengo más coraje para hablar". (*Luciano López. Comunidad Patapampa*).

## DIFICULTADES

En cuanto a los obstáculos, se manifiestan los de carácter geográfico: falta de caminos, de puentes, de vehículos, distancias importantes, etc. lo que no permite el traslado frecuente de las personas y por ende, el encuentro. También surge la desconfianza y la desilusión, ya que a veces algunas personas les prometen cosas, sobre todo en épocas de elecciones, que luego no son cumplidas.

- “Los políticos te juegan en contra por distintos intereses de ellos, ¿no?... otras son las dificultades de los caminos y el transporte para poder reunirnos o para poder sacar los productos de adentro para la venta. Eso se nos complica. Los caminos no son muy buenos... pero con esfuerzo y voluntad vamos caminando... no es fácil, pero se avanza”. (*Santos Belazquez. Comunidad Tomuco*)”.
- “Las dificultades han sido que algunos que estaban participando antes han dejado... porque salen a trabajar hacia afuera... después hay dificultades que son problemáticas que tenemos... como la comercialización... en una organización hay dificultades de no poder participar”. (*Alberta Belazquez, Comunidad Tomuco*).

## LECCIONES APRENDIDAS

Si analizamos el proceso organizacional de la CUM, podríamos decir que permitió entender las siguientes cuestiones:

- Son familias que se encontraban aisladas en el territorio, tratando de satisfacer sus necesidades básicas. Ante la adversidad decidieron unirse para resolver sus problemas y lo hicieron primero mediante reuniones informales, para conocerse, y luego, ya organizados en asambleas, votando y discutiendo, apropiándose de mecanismos democráticos de toma de decisiones, tratando de encontrar una salida para el bien común, no sólo económico, sino también del medio ambiente.
- Las pasantías y visitas a otras organizaciones fueron fundamentales para fortalecer al núcleo inicial de la organización.
- En este proceso recibieron ayuda de distintos actores: de organismos del Estado nacional, provincial y municipal, de ONGs nacionales e internacionales. Estos actores mostraron ánimo de apoyar y no de crear dependencia, mediante capacitaciones de todo tipo, desde el manejo y sanidad animal hasta intercambios con el Movimiento Campesino.
- La idea de la CUM es vender a “un precio justo”, principalmente en ferias, relacionándose con otras comunidades similares para intercambiar experiencias y hermanarse.
- Los artesanos mantienen su individualidad al producir, poniendo su nombre en las etiquetas y el precio, pero se vende en conjunto, lo que permite llegar a mercados que solos no podrían. Para esto se organizó un sistema administrativo de registro de la circulación de productos y dinero, para evitar conflictos, lograr transparencia en la comercialización e incluso para tomar decisiones en la comercialización a partir de datos..
- Se recuperó el orgullo de lo local y lo tradicional, defendiendo su producción y decidiendo ellos mismos cuál es el destino de la misma. Todo esto se logró mediante acuerdos en asambleas y reglamentos.
- La CUM ha transitado un camino de encuentro y diálogo luchando contra los prejuicios centenarios (propios y ajenos) de que sólo los “de afuera” pueden valorar su trabajo, saliendo al mundo para mostrar quiénes son y por qué hacen lo que hacen.
- Han mejorado muchas cosas relativas a la calidad de vida, pero aún existen muchos problemas que resolver como ser: la falta de caminos y de medios de comunicación, la no tenencia de la tierra y la falta de las mismas para que los jóvenes puedan quedarse o para ampliar las familias, las dificultades logísticas,

etc. y la solución de la mayor parte de ellos parecen depender de actores o factores exógenos a la organización.

Pero siguen. Continúan el trabajo comunitario, las asambleas y las ferias. Ahora hay que ver lo que viene. ¿Se consolidará la CUM? No lo podemos afirmar. Lo que sí sabemos es que esta es una experiencia rica e innovadora y que es digna de contarse y aprender de ella.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Burín, D., Rabey, M., Heras, A., Guerrero, W., Rodríguez, A., (2005), "Investigaciones del mercado de artesanías en lana producidas por pequeños productores de la provincia de Salta".
- Maidana, R., Achem, M., Fittipaldi, C., Vázquez, S. y Bravo, G. (2010): "Experiencias de desarrollo rural en Salta y Jujuy".
- Gómez, C., Agüero, M., Calí, J., Fittipaldi, C. y Torres, G. (2006): "Feria Campesina y muestra ganadera...un espacio de encuentro y de integración social. Valle Luracatao".
- Coraggio J.L., (2009), Clases teóricas 1 y 2 del Módulo 3: "de la Economía Popular a la Economía del Trabajo". Curso de posgrado virtual en Economía Social y Solidaria, Universidad Nacional de General Sarmiento, Instituto del Conurbano, Bs. As. Argentina.
- Chavez, A., Flores, C., Lavorato, V. y Romero, G. (2009). "Trabajo final de evaluación del Módulo 6". Curso de posgrado virtual en Economía Social y Solidaria, Universidad Nacional de General Sarmiento, Instituto del Conurbano, Bs. As. Argentina.