

**FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL DE LOS PRODUCTORES DE BEBIDAS  
ANCESTRALES AFRODISÍACAS DEL MUNICIPIO DE BUENAVENTURA**

**PRESENTADO POR**

**JAVIER ANDRÉS HERRERA RODRIGUEZ**

**MARÍA DEL ROSARIO VARGAS GONZALEZ**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE**

**FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**

**SANTIAGO DE CALI, 2018**

**FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL DE LOS PRODUCTORES DE BEBIDAS  
ANCESTRALES AFRODISÍACAS DEL MUNICIPIO DE BUENAVENTURA**

**MARÍA DEL ROSARIO VARGAS GONZALEZ**

**JAVIER ANDRÉS HERRERA RODRIGUEZ**

**DIRECCIÓN**

**BENJAMÍN BETANCOURT G.**

**PROFESOR TITULAR - MBA**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE**

**FACULTAD CIENCIAS DE LA ORGANIZACIÓN**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**

**SANTIAGO DE CALI, 2018**

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Santiago de Cali, noviembre 2018

### **Agradecimientos**

*Agradecimientos a la Universidad del Valle, a los profesores de la Maestría en Administración, a nuestro tutor Benjamín Betancourt Guerrero porque con su asesoría fue posible realizar la presente investigación.*

*También agradecemos a todas aquellas personas que nos colaboraron en el trabajo de campo en Buenaventura: a la Sra. Polonia Cuevas, a la Sra. Sixta Tulia Rentería, a la Sra. Belarmina Riascos, a la Sra. Mary Mosquera, a los expertos Dimas Orejuela y Ruddy Ocoro, a los representantes de la Secretaría de Desarrollo Económico María Jimena Ortiz Delgado y Hernán Felipe Bravo Sánchez, a la Directora del Invima Martiza Del Carmen Quiñonez Costes.*

## RESUMEN

En esta investigación se realiza el estudio de la situación actual de las productoras de bebidas ancestrales del municipio de Buenaventura ubicado en el Valle del Cauca - Colombia. Se examinan los factores y lineamientos estratégicos que se deben considerar para que las productoras se formalicen empresarialmente, y puedan ser competitivas sin perder su cultura.

Este documento cuenta inicialmente con un capítulo que contiene las generalidades de la investigación, posteriormente se hace un análisis del entorno en Buenaventura, después se realiza la caracterización de las bebidas ancestrales, seguidamente se encuentra el DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) y finalmente la propuesta de plan de acción de formalización empresarial y las conclusiones y recomendaciones.

La funcionalidad metodológica de este estudio es de tipo descriptivo, en el cual se realizó un trabajo de campo con la población objeto de estudio, se consultaron actores relevantes de entes gubernamentales, expertos en el tema y se realizó una revisión bibliográfica del tema, teniendo en cuentas las técnicas de investigación cualitativa como las entrevistas.

**Palabras clave:** Formalización empresarial, bebidas ancestrales, Buenaventura, análisis del entorno.

## ABSTRACT

In this investigation the study of the current situation of the producers of ancestral drinks of the municipality of Buenaventura located in the Valle del Cauca - Colombia is made. The factors and strategic guidelines that should be considered in order for producers to formalize their business and be competitive without losing their culture are examined.

This document initially has a chapter that contains the generalities of the investigation, later an analysis of the environment is made in Buenaventura, after the characterization of the ancestral drinks is made, followed by the SWOT (Weaknesses, Opportunities, Strengths and Threats) and finally, the proposal of business formalization action plan and the conclusions and recommendations.

The methodological functionality of this study is of a descriptive type, in which field work was carried out with the population under study, relevant actors of government entities, experts in the subject were consulted and a bibliographical review of the subject was made, taking into account accounts for qualitative research techniques such as interviews.

**Key words:** Business formalization, ancestral drinks, Buenaventura, environmental analysis.

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	11
<b>1. ASPECTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>12</b>
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	12
1.1.1. <i>Formulación del problema</i> .....	15
1.2. OBJETIVOS.....	15
1.2.1. <i>Objetivo general</i> .....	15
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	16
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	16
1.4. MARCO REFERENCIAL.....	17
1.4.1. <i>Estado del arte</i> .....	17
1.4.2. <i>Marco teórico</i> .....	19
1.4.3. <i>Marco jurídico</i> .....	26
1.4.4. <i>Marco contextual</i> .....	29
1.5. METODOLOGÍA.....	32
1.5.1. <i>Tipo de investigación</i> .....	32
1.5.2. <i>Fuentes de información</i> .....	33
1.5.3. <i>Marco Lógico</i> .....	34
1.5.4. <i>Grupos de interés</i> .....	35
1.5.5. <i>Técnicas de investigación</i> .....	36
1.5.6. <i>Operacionalización de variables</i> .....	37
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>38</b>
<b>2. ANÁLISIS DEL ENTORNO DE BUENAVENTURA.....</b>	<b>38</b>
2.1. ENTORNO GEOFÍSICO .....	38
2.2. ENTORNO SOCIAL .....	40
2.2.1. <i>Indicadores de mercado laboral para Buenaventura</i> .....	42
2.2.2. <i>Actividades productivas de Buenaventura</i> .....	42
2.3. ENTORNO DEMOGRÁFICO .....	44
2.3.1. <i>Composición de la población por edad y sexo</i> .....	45
2.4. ENTORNO AMBIENTAL.....	47
2.4.1. <i>Problemas medioambientales de la zona rural</i> .....	48
2.5. ENTORNO ECONÓMICO .....	49
2.6. ENTORNO CULTURAL.....	52
2.7. ENTORNO JURÍDICO.....	56
2.7.1. <i>Concepto de empresa</i> .....	56
2.7.2. <i>Formalización empresarial</i> .....	57
2.7.3. <i>Proceso de formalización en Colombia</i> .....	57
2.7.4. <i>De la fabricación y comercialización de bebidas alcohólicas</i> .....	59
2.7.5. <i>Derechos de autor</i> .....	61
2.7.6. <i>Protección del conocimiento</i> .....	62
<b>3. CARACTERIZACIÓN DE LAS BEBIDAS ANCESTRALES .....</b>	<b>76</b>
3.1. COMPOSICIÓN DE LAS BEBIDAS AFRODISIACAS.....	76

3.2. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	83
3.3. FESTIVAL DE MÚSICA PETRONIO ÁLVAREZ .....	85
<b>4. ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA INTERNA DE LAS PRODUCTORAS DE BEBIDAS ANCESTRALES EN BUENAVENTURA.....</b>	<b>88</b>
<b>5. DOFA .....</b>	<b>108</b>
<b>6. PLAN DE ACCIÓN PARA LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL .....</b>	<b>110</b>
6.1. OBJETIVOS A CORTO PLAZO .....	110
6.2. ESTRATEGIAS .....	110
6.2.1. <i>Estrategia 1</i> .....	110
6.2.2. <i>Estrategia 2</i> .....	111
6.2.3. <i>Estrategia 3</i> .....	112
6.2.4. <i>Estrategia 4</i> .....	112
6.2.5. <i>Estrategia 5</i> .....	113
6.2.6. <i>Estrategia 6</i> .....	114
6.3. INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL .....	115
<b>7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>116</b>
7.1. CONCLUSIONES.....	116
7.2. RECOMENDACIONES .....	116
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>118</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>126</b>



## TABLA DE FIGURAS

FIGURA 1. PILARES PARA EL DESARROLLO LOCAL .....	20
FIGURA 2. LEY DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO .....	26
FIGURA 3. INDICADORES SOCIALES DE BUENAVENTURA .....	44
FIGURA 4. POBLACIÓN AFRODESCENDIENTE .....	45
FIGURA 5. DERECHOS MORALES Y DERECHOS PATRIMONIALES .....	62
FIGURA 6. PUBLICIDAD UNIDAD PRODUCTIVA SABORES SIXTA Y ASOCIADOS S.A.S .....	89
FIGURA 7. MALLA DE LECTURA UNIDADES PRODUCTIVAS (BUENAVENTURA) .....	90
FIGURA 8. MALLA DE LECTURA ENTES REGULADORES/GUBERNAMENTALES VALLE DEL CAUCA .....	92
FIGURA 9. MALLA DE LECTURA EXPERTOS .....	99

## TABLA DE MAPAS

MAPA 1. CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DE BUENAVENTURA .....	30
MAPA 2. MUNICIPIOS DEL VALLE DEL CAUCA .....	39
MAPA 3. VISTA DE BUENAVENTURA EN EL MUNDO .....	39
MAPA 4. MUNICIPIOS CON POBLACIÓN INDÍGENA EN EL VALLE DEL CAUCA .....	41

## TABLA DE TABLAS

TABLA 1. TIPOS DE EMPRESAS Y SOCIEDADES EN COLOMBIA .....	29
TABLA 2. BEBIDAS ANCESTRALES AFRODISIACAS PRODUCIDAS EN EL PACÍFICO COLOMBIANO .....	31
TABLA 3. POBLACIÓN AUTO-RECONOCIDA COMO AFROCOLOMBIANA AÑO 2016 .....	41
TABLA 4. EMPLEOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA .....	43
TABLA 5. EMPLEOS SEGÚN ENTE JURÍDICO .....	43
TABLA 6. INDICADORES ECONÓMICOS NACIONALES .....	50
TABLA 7. CONSULTAS PREVIAS .....	58
TABLA 8. TRÁMITES PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN COLOMBIA .....	59
TABLA 9. MATRIZ DE ANÁLISIS ENTORNO GEOFÍSICO .....	66
TABLA 10. MATRIZ DE ANÁLISIS ENTORNO SOCIAL .....	66
TABLA 11. MATRIZ DE ANÁLISIS ENTORNO DEMOGRÁFICO .....	67
TABLA 12. MATRIZ DE ANÁLISIS ENTORNO AMBIENTAL .....	67
TABLA 13. MATRIZ DE ANÁLISIS ENTORNO ECONÓMICO .....	68
TABLA 14. MATRIZ DE ANÁLISIS ENTORNO CULTURAL .....	68
TABLA 15. MATRIZ DE ANÁLISIS ENTORNO JURÍDICO .....	69
TABLA 16. MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	70
TABLA 17. MATRIZ INTEGRADA DEL ENTORNO .....	72
TABLA 18. FICHAS TÉCNICAS BEBIDAS ANCESTRALES DEL PACÍFICO COLOMBIANO .....	77
TABLA 19. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LAS PRODUCTORAS DE BEBIDAS ANCESTRALES EN BUENAVENTURA .....	107
TABLA 20. CRUCE DOFA .....	108
TABLA 21. PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA 1 .....	111
TABLA 22. PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA 2 .....	111
TABLA 23. PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA 3 .....	112
TABLA 24. PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA 4 .....	113

TABLA 25. PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA 5 .....	114
TABLA 26. PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA 6 .....	114

## **TABLA DE IMÁGENES**

IMAGEN 1. CULTURA EN BUENAVENTURA .....	53
IMAGEN 2. PUESTO DE BEBIDAS ARTESANALES “LA POLA & ASOCIADOS .S.A.S” BUENAVENTURA.....	81
IMAGEN 3. PUESTO DE BEBIDAS ARTESANALES “SABORES SIXTA Y ASOCIADOS” BUENAVENTURA .....	81
IMAGEN 4. PUESTO DE BEBIDAS ARTESANALES “LA REINA DEL SUR” BUENAVENTURA .....	82
IMAGEN 5. PRODUCTORA DE BEBIDAS ARTESANALES BELARMINA RIASCOS- BUENAVENTURA .....	82
IMAGEN 6. MOLIENDA EN EL TRAPICHE MATACUATRO DE PILIZÁ –BAJO BAUDÓ, CHOCÓ.....	84
IMAGEN 7. FESTIVAL DE MÚSICA PETRONIO ÁLVAREZ 2018.....	86
IMAGEN 8. GRUPOS MUSICALES DEL PACÍFICO COLOMBIANO .....	86
IMAGEN 9. REPRESENTACIÓN MUSICAL EN EL QUILOMBO “GERMAN PATIÑO OSSA” .....	87

## INTRODUCCIÓN

Colombia es un país donde prevalece la idiosincrasia, cultura y creencias de un pueblo agobiado por la violencia por más de 40 años, sin embargo, la identidad es algo que no se le puede arrebatar a las personas que han luchado por mantener vivas sus tradiciones, éste estudio se ubica geográficamente en el Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura, localizado en el departamento del Valle del Cauca en Colombia.

Una de las tradiciones que conserva este territorio, que a pesar de ser uno de los puertos más importantes del país es paradójicamente uno de los más pobres, es la elaboración y comercialización de bebidas ancestrales afrodisiacas, entre las que se encuentran el viche, tomaseca, tumbacatre, arrechón, entre otras.

Estas bebidas artesanales elaboradas a partir de la destilación de la caña de azúcar, junto con la mezcla de borojó y otros ingredientes, son bebidas que según sus consumidores proveen energía. Sin embargo, estos productos son producidos en casas y no cuentan con procesos legales de manufactura o registros INVIMA, que certifiquen que son bebidas aptas para el consumo.

Precisamente, esta investigación pretende dar a conocer a estos productores y a la comunidad en general, aquellos lineamientos para que se formalicen empresarialmente y puedan lograr que sus productos sean competitivos en el mercado no solamente local sino nacional y proyectarse internacionalmente, sin perder su cultura e identidad.

Este propósito se logrará a través de una investigación cualitativa y tomando como base los diferentes puntos de vista, tanto de los productores como de las entidades reguladores en dicha materia.

## 1. ASPECTOS METODOLÓGICOS

### 1.1. Descripción del problema

Buenaventura es un municipio del Valle del Cauca que alberga el puerto marítimo más importante del país, con mayor participación en el comercio exterior, representando cerca del 50% de carga nacional (Banco de la República, 2008), transportando en 2016, 15 millones de toneladas de carga (DNP, 2017).

Sin embargo, paradójicamente es considerado el más pobre del departamento, debido a su limitada cobertura de servicios básicos y las bajas tasas de alfabetismo, Viloria (2008). El 64% de su población se considera pobre, el 9,1% está en la miseria, el desempleo afecta el 62%, 36% es el Índice de Necesidades Básicas (NBI) de personas pobres, tres veces mayor que el de Cali y dos veces mayor que el del Valle del Cauca (DANE proyección, 2014).

El Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) es del 66%, mientras que el nacional es de 49%, entre tanto, el 50% de la población se considera víctima del conflicto armado, además la ciudad apenas tiene una cobertura de acueducto del 76% y el 60% en alcantarillado. En cuanto a la cobertura de la educación media es del 22%, la tasa de mortalidad infantil es de 27,6% por cada mil nacidos vivos y el 25% de los embarazos son en adolescentes (para el 2014 nacieron 1.405 niños de madres entre los 15 y 19 años (DNP, 2017).

Por otra parte, las características geográficas de Buenaventura y el legado colonial influyeron en los altos niveles de pobreza que actualmente enfrentan los habitantes del municipio, pues históricamente, desde la conquista nunca hubo realmente una intención clara de establecer una población en este territorio.

La actividad portuaria es la más importante de las actividades económicas del municipio, y así lo demuestran las cifras, según ranking portuario latinoamericano 2016 por contenedores-TEU's, realizado por la Unidad de Servicios de Infraestructura de la CEPAL, en el cual Buenaventura ocupa el puesto 19 con 864.749 TEUs (Unidad

equivalente a veinte pies) para el 2016. Por otro lado, su carga internacional portuaria tanto de importaciones como de exportaciones fue para el año anterior de 11.559.573 contenedores (Superintendencia de Puertos y Transporte, citado en Transporte en cifras, MINTRANSPORTE, 2016).

Aunque como ya se ha mencionado la actividad portuaria es la más importante en Buenaventura, asimismo existen otras actividades económicas tales como las de servicios, comercio, industria, turismo y los cultivos agrícolas dentro de los que se destacan el chontaduro, el borojó, los cítricos, la yuca y el bananito (Viloria, 2008).

En cuanto a las actividades más frecuentes del sector industrial se encuentran: elaboración de bebidas fermentadas no destiladas con un 26%, elaboración de productos de panadería con un 13%, mantenimiento de maquinaria y equipo 8%, aserrado y cepillado de madera 8%, (Cámara de Comercio de Buenaventura, 2014).

Las bebidas fermentadas son hechas con fórmulas ancestrales transmitidas de generación en generación como parte autóctona y cultural de la Región Pacífica; estas bebidas hoy en día son comercializadas en el mercado informal o en eventos culturales donde se ofrecen este tipo de productos, los cuales no tienen ningún tipo de registro Invima<sup>1</sup>, además de no presentar prácticas certificadas de producción de las mismas, por lo que almacenes de cadena, restaurantes, hoteles e incluso tiendas no permiten la comercialización de estos productos al interior de sus establecimientos.

Es claro que los productores de bebidas afrodisiacas, así como de otros alimentos, en su mayoría desarrollan sus actividades en la informalidad, entendida esta como el incumplimiento de las obligaciones legales, como, por ejemplo: el pago de impuestos, el registro mercantil o la afiliación de los trabajadores a la seguridad social (Santa María & Rozo, 2008).

---

<sup>1</sup> El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) tiene como misión proteger y promover la salud de la población, mediante la gestión del riesgo asociada al consumo y uso de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos y otros productos objeto de vigilancia sanitaria (Invima 2011).

En este escenario, las unidades productivas no tienen acceso a financiación, así como tampoco a mercados internacionales, lo cual es fundamental para el crecimiento empresarial, es por ello que cuentan con poca productividad, generando un menor número de empleos, lo que repercute en el desarrollo económico que incluye el crecimiento y la reducción de la pobreza (Santa María & Rozo, 2008).

En Colombia el 41% de las microempresas son informales (Cárdenas y Mejía 2007, citado por Santa María & Rozo, 2008). En el caso de Buenaventura el empleo informal llega al 90,3% (DNP, 2017).

Según Boletín Técnico del DANE sobre mercado laboral de la ciudad de Buenaventura 2016, indica que la posición ocupacional trabajador por cuenta propia<sup>2</sup> fue la principal fuente de empleo con una participación del 46%, seguido del obrero, empleado particular con el 39.7% y otras posiciones ocupacionales<sup>3</sup> con un 14,3% (DANE, 2017).

Lo que demuestran las cifras es que Buenaventura cuenta con un porcentaje significativo de unidades productivas que se encuentran en la informalidad, que la mayoría de sus habitantes recurren a desarrollar una actividad económica por su propia cuenta, en un entorno que no cumple en su totalidad con la cobertura de sus necesidades básicas, lo que en definitiva no contribuye al desarrollo local y por lo tanto al nacional.

Dicho lo anterior, el presente proyecto pretende en primer lugar analizar la producción y comercialización de bebidas afrodisiacas, dentro las que se encuentran por

---

<sup>2</sup> Trabajador por cuenta propia: Según Ley 1607 de 2012 se define como toda persona natural residente en el país cuyos ingresos provengan en una proporción igual o superior a un 80% de la realización de actividades económicas como: actividades deportivas y otras actividades de esparcimiento, agropecuario, silvicultura y pesca, comercio al por mayor, comercio al por menor, comercio de vehículos automotores, accesorios y productos conexos, electricidad, gas y vapor, fabricación de productos minerales y otros, fabricación de sustancias químicas, industria de la madera, corcho y papel, manufactura de alimentos, manufactura de textiles, prendas de vestir y cuero, minería, servicio de transporte, almacenamiento y comunicaciones, servicios de hoteles, restaurante y similares y servicios financieros (Legis, Comunidad contable, Recuperado de <http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/Renta/trabajador-por-cuenta-propia-concepto.asp>) el 10/10/2017

<sup>3</sup> Otras posiciones ocupacionales incluyen: obrero, empleado de gobierno; empleado doméstico; patrón o empleador; trabajador familiar sin remuneración; trabajador sin remuneración en empresas de otros hogares; jornalero o peón; y la categoría otro (DANE- GEIH, 2017).

nombrar algunas: la chicha de maíz de chontaduro, el aguardiente verde “viche”, el tumbacatre, el arrechón<sup>4</sup>, entre otras, las cuales tienen propiedades curativas y afrodisiacas.

A partir del análisis, se propone establecer lineamientos para que los productores de estas bebidas se formalicen empresarialmente y sean competitivos en el mercado sin perder su cultura, sus tradiciones y su conocimiento ancestral, de tal forma que puedan ser vendidas permanentemente y no solamente en eventos culturales.

Con la formalización de los productores de bebidas afrodisiacas en Buenaventura, se pretende dinamizar la actividad económica local, logrando que estas unidades productivas sean competitivas, productivas y sostenibles, que estén en la capacidad de generar empleo, que consoliden sus relaciones económicas y sociales, además de afianzar las cadenas de suministro y distribución de las actividades económicas del territorio.

### **1.1.1. Formulación del problema**

¿Qué factores y lineamientos estratégicos se deben considerar en el estudio de formalización empresarial para que los productores de bebidas ancestrales afrodisiacas del municipio de Buenaventura sean competitivos, conservando su cultura?

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

Realizar el estudio de formalización empresarial de los productores de bebidas ancestrales de Buenaventura.

---

<sup>4</sup> \*La chicha de maíz de chontaduro: se hace licuando los chontaduros y agregando leche fría, nuez moscada, canela molida y azúcar al gusto.

\*El viche o biche: es una bebida alcohólica de tipo artesanal típica del pacífico colombiano y es preparado a partir del jugo de la caña de azúcar cortada antes de su maduración y después se pasa a destilar.

\*El tumbacatre: esta bebida es hecha a base de viche, borojó, chontaduro y bejuco selvático que se extrae de la selva pacífica y que según los ancestros tiene propiedades afrodisiacas.

\*El arrechón: esta bebida es un coctel espirituoso que contiene borojó, leche condensada, clavos, canela y miel de abejas (Alcaldía de Santiago de Cali, 2015)

### 1.2.2. Objetivos específicos

1. Analizar el entorno de Buenaventura y del Pacífico colombiano donde existe la tradición de la producción de bebidas afrodisiacas.
2. Caracterizar las bebidas ancestrales afrodisiacas que se producen en el municipio de Buenaventura
3. Analizar la problemática de las unidades productivas que producen bebidas afrodisiacas en el municipio de Buenaventura.
4. Formular la estrategia de formalización y plan de acción y seguimiento para los productores de bebidas afrodisiacas en el municipio de Buenaventura.

### 1.3. Justificación

La presente investigación se enfocará en la formalización empresarial de aquellos productores de bebidas ancestrales afrodisiacas en Buenaventura, por lo tanto, se considera importante mencionar en primera instancia de dónde proviene la palabra “afrodisiaco”, la cual tiene una connotación especial, ya que se le dio este nombre en honor a *Afrodita*, la seductora diosa griega del amor y la belleza, quien tenía como virtud conocer los ritos para fortalecer los ánimos de los hombres fatigados, cocinándoles filtros y pociones de amor con las que encendía sus deseos más delirantes a sus amantes (Cruz, 2000).

Ahora bien, en Colombia el consumo de este tipo de bebidas es muy común, específicamente en la Costa Pacífica, donde se prepara el viche o biche, (cuyo ingrediente principal es la caña de azúcar) chichas de maíz entre otras (Atlas de culturas afrocolombianas, 1992). Consideradas de origen ancestral, las bebidas ancestrales afrodisiacas se conciben como licores provenientes de los indígenas y su comercialización es de poco alcance, distribuyéndose en espacios culturales, etnoturismo, plazas de mercado y en algunos restaurantes típicos de la región (Fondo de promoción turística Colombia, 2009).

En segundo lugar, es relevante mencionar que la economía local es aquella que tiene como fin construir las capacidades institucionales y productivas de una determinada zona, para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, definición que nace de un consenso entre



instituciones como: Banco Mundial, Naciones Unidas, la Organización para la cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) y CAF – Banco de Desarrollo de América Latina, así como de docentes y expertos en este tema (Banco de Desarrollo de América Latina, 2012).

El desarrollo económico local ofrece beneficios a largo alcance, amplía las esferas gubernamentales y los mercados y según el Banco de Desarrollo de América Latina, para que dichas premisas se cumplan:

Son necesarias capacidades y conocimientos especializados que, usualmente, van más allá de las asociadas con los roles tradicionales de los gobiernos locales. Este tipo de transformaciones tiene el potencial de generar cambios sostenibles y positivos en las ciudades, sus empresas y ciudadanos (2012).

En este sentido, el presente proyecto de investigación se espera pueda servir a todos aquellos actores que hacen parte del ciclo del desarrollo económico local, sobre todo a los pequeños productores del municipio de Buenaventura quienes podrán conocer cómo competir en el mercado comercial aprovechando su riqueza cultural, y con ayuda de actores tanto públicos como privados que contribuyan a la promoción de la economía local.

Finalmente, es relevante destacar la importancia de la formalización empresarial en Buenaventura porque esta hace que haya una mayor competitividad, además los productores se benefician ya que se les brindará las herramientas que requieren para la constitución, operación y funcionamiento de sus empresas para que sean sostenibles en el tiempo.

## **1.4. Marco referencial**

### **1.4.1. Estado del arte**

Una frontera difícil de pasar es aquella que se encuentra entre lo rural y lo global, pues sin duda el crecimiento económico de un país empieza desde lo local, además que contribuye con la sustentabilidad ambiental y la equidad tanto en contextos rurales como urbanos (Márquez, 2002), sobre todo para aquellos campesinos, agricultores o artesanos que constituyen una resistencia a perder su identidad.

A pesar de que cada vez son más las personas que migran de las zonas rurales a las urbanas, todavía es común encontrar poblaciones que continúan en la lucha por no perder las costumbres, creencias y transmitir su conocimiento ancestral de generación en generación, ejemplo de ello es un estudio realizado a campesinos que estaban transformando sus prácticas agrícolas hacia el uso de la producción orgánica, donde se detectó que estas personas se preocupan frecuentemente por recuperar las formas tradicionales y locales de trabajo como por ejemplo los encuentros como convites y otras actividades propias de su cultura (Huertas & Villegas, 2009).

En medio de la lucha constante por no perder su cultura, muchos de los productores pertenecientes a ámbitos rurales también desean desarrollarse en el ámbito nacional y ser más competitivos en el mercado. A fin de explicar lo dicho anteriormente (García, 2006) en su libro “La empresa rural y las redes empresariales Bases Técnicas para su promoción e integración” aporta elementos de reflexión y análisis de utilidad para los agentes y actores sociales que promueven y facilitan el desarrollo de las empresas rurales.

El método utilizado por García (2016) en su estudio, fue formulado a través de la realidad de empresas familiares rurales (UPF), utilizando metodologías de sistematización participativa, cuyos resultados encontrados se encaminaron que en general las empresas rurales tienen grandes dificultades para ser competitivas. A lo que García (2016) alude que para contrarrestar este tipo de situaciones no es necesariamente tomar el camino de desaparecerlas o sustituirlas por empresas de mayor tamaño, sino que por el contrario establecer estrategias que le permitan ser competitivas explotando sus producciones rurales de pequeña escala.

Avanzando en este razonamiento, es relevante mencionar que factores como el capital social, la cultura organizacional y la cultura innovadora son claves para el desarrollo de las organizaciones productivas rurales. Así lo demuestra un estudio realizado por (Gutiérrez, 2016), el cual indica que de la población investigada en cultura innovadora el 71% han realizado cambios en la calidad de sus empaques y un 54% han utilizado unos completamente nuevos. Este factor puede darse o no de acuerdo a su cultura innovadora y

conocimiento o experticia que tengan en su campo de acción, por lo que en otros territorios puede funcionar diferente, y carecer justamente de dichas competencias.

Así mismo, es importante indicar que la informalidad empresarial es un fenómeno que se puede dar por diferentes causas, entre ellas está el desempleo o el alto impacto que genera el pago de impuestos por la creación de empresa en un país como Colombia, lo cual no dista de la realidad de otros países latinoamericanos como es el caso de Perú, en el que Chacaltana de Infante (2014) indican que la informalidad permite realizar actividades con costos inferiores en comparación a la economía formal, logrando evadir impuestos e incumpliendo normas, para lo que los autores recomiendan incorporar como actores clave a las unidades de producción unipersonal y a las micro y pequeñas empresas informales a un proceso que pasará de lo informal a lo formal con el fin de lograr un desarrollo sostenible.

#### **1.4.2. Marco teórico**

Dado que el presente proyecto se enmarca en la formalización de aquellos productores de bebidas artesanales propias de la Región Pacífica, con el fin de fomentar su crecimiento económico y su competitividad, se considera relevante mencionar en qué consiste el desarrollo económico local el cual repercute en el desarrollo económico nacional.

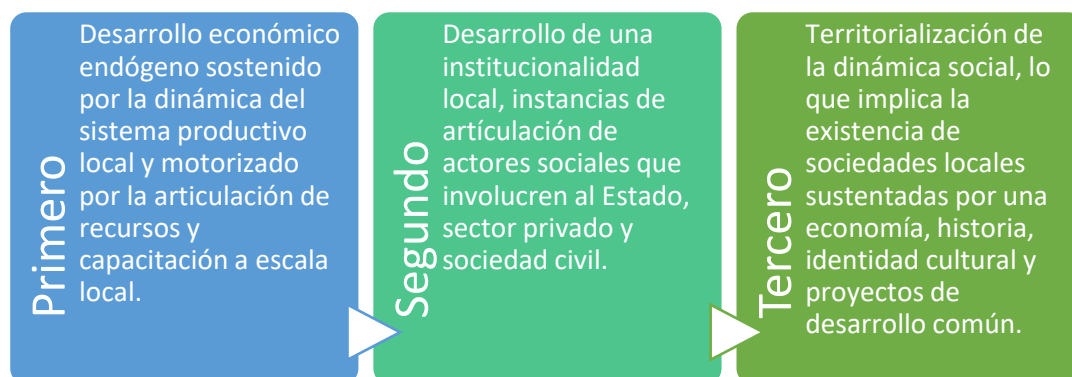
##### **1.4.2.1. Desarrollo Económico Local (DEL)**

Varios estudiosos sobre el tema han definido el desarrollo local como su nombre propio lo indica como el desarrollo de una región o un área determinada que depende de las actividades que se realizan en dicho sector. De acuerdo con Carpio (2001) citado por Gutiérrez (2016) el desarrollo local es un proceso dinamizador de la sociedad que mejora las condiciones y la calidad de vida de la comunidad. Entre tanto el Banco Mundial (2006) indica que:

El propósito del desarrollo económico local (DEL) es fortalecer la capacidad económica de un área local para mejorar su futuro económico y la calidad de vida para todos. Es un proceso mediante el cual los sectores públicos, privado y no-gubernamental trabajan colectivamente para crear mejores condiciones para el crecimiento económico y para la generación de empleo. (p.1)

Por otro lado (Sagastizabal, 2007) citado por (Gutiérrez, 2016) manifiesta que el desarrollo local debe apoyarse en tres pilares fundamentales que emanan del mismo entorno y que articula los diferentes actores que conjuntamente contribuyen a impulsar los escenarios locales, véase figura 1.

*Figura 1. Pilares para el desarrollo local*



Fuente: Adaptado Sagastizabal 2007, citado por Gutiérrez 2016.

De acuerdo con Martínez, Prieto y Rodríguez (2008) el DEL se trata de una estrategia de política territorial, cuyos objetivos van desde la satisfacción de las necesidades básicas hasta el mejoramiento del futuro económico y de la calidad de vida de la población local, y se acompaña de iniciativas de descentralización en beneficio de los gobiernos locales.

Algunas de dichas iniciativas fueron planteadas en un estudio realizado por Echeverry, Medina y Silvia (2013), quienes definieron estrategias indispensables en una Agenda de Desarrollo Local: (1) Planificación del ordenamiento territorial de largo plazo, (2) Identificación de macroproyectos que promuevan la integración empresarial, (3) Definición de las principales apuestas productivas, (4) Articulación del sector empresarial y la academia, (5) Renovación de los liderazgos tradicionales, y (6) Gestión y políticas públicas de intervención para la competitividad.

Como resultado el DEL es fundamental porque incide en la competitividad, en el desarrollo sostenible y afianza el crecimiento a través de la planeación, la economía y el mercadeo; asimismo, hace que tanto el sector privado como los gobiernos locales

desempeñen actividades en pro de la planificación medioambiental, fomenta el desarrollo de las empresas, provisiona infraestructura, el desarrollo inmobiliario y la financiación (Tello, 2010).

Según Noguera (2016) el desarrollo territorial geográficamente puede ser posible en cualquier espacio físico desde algo tan macro como el planeta hasta lo que puede ser un corregimiento, es decir que el desarrollo puede suceder en cualquier lugar independientemente de su dimensión o cantidad de población. Además Noguera habla del progreso entendiendo ese como:

“El proceso de fortalecimiento de la sociedad civil y el logro de una percepción de pertenencia regional y el progreso de cada individuo debe interpretarse como la remoción de toda clase de barreras que impiden a una persona determinada, miembro de la comunidad en cuestión y habitante de la región, alcanzar su plena realización como persona humana” (Noguera, 2016).

Entre tanto para Boisier (2005) se deben tener en cuenta seis puntos relevantes que inciden en el desarrollo local, estos se listan a continuación:

- El desarrollo de un territorio depende de la intención y de las facultades de los actores locales<sup>5</sup>.
- El desarrollo de un territorio se basa en el aumento de las potencialidades locales.
- El desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.
- El desarrollo depende de la unión entre diversas iniciativas empresariales.
- El territorio debe contar con herramientas suficientes y apropiadas.
- Propiciar la interacción entre lo local, lo nacional e internacional.

En consecuencia, el desarrollo local según Albuquerque (1996) es el crecimiento económico, generar empleo y mejorar la calidad de vida de la población que habita en el territorio desarrollado.

---

<sup>5</sup> Actor local: “Individuos, grupos o instituciones cuyo sistema de acción coincide con los límites de la sociedad local” (Arocena, 1995).

#### **1.4.2.2. Desarrollo endógeno**

Según Boiser (2001) el desarrollo endógeno surge como respuesta al pensamiento y la práctica dominante en materia de desarrollo territorial en las décadas de los 50 y 60, y concierne al progreso permanente de la región, de la comunidad como un todo y de cada persona en ella (Sáenz, 1999, citado por Cámara de Comercio de Buenaventura, 2014), es decir que cuando la comunidad local es capaz de liderar procesos de cambio estructural, se dice que se está enfrentando a un proceso de desarrollo local endógeno (Albuquerque, Aghón, Cortés, & UN. ECLAC, 2002).

Adicionalmente, Vásquez & Naciones Unidas (2000), señalan que además el desarrollo local endógeno sucede cuando lo social se integra con lo económico, y en este escenario intervienen diferentes actores como organizaciones, instituciones locales y la propia sociedad civil, en pro de tomar decisiones de inversión orientadas a resolver los problemas locales.

#### **1.4.2.3. Cultura**

Si se habla de Desarrollo Local es inevitable no hablar de cultura, pues su valor intrínseco contribuye a la cohesión social y a la construcción de la paz. Tylor (1971), citado por Gómez (2010), acuña la siguiente definición sobre el término:

La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad.

Asimismo, tras un evento realizado en México titulado “Conferencia mundial sobre las políticas culturales” la UNESCO (1982) en conjunto con la comunidad internacional proporcionan la siguiente definición de cultura:

(...) la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la

cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. (p.1)

Acorde con la definición anterior, es importante resaltar que las personas tienen derechos culturales que los hace partícipe de la vida cultural, así como de disfrutar de los beneficios del progreso científico, literario o artístico, tiene derecho a tener una identidad cultural y en consecuencia un patrimonio cultural que sea reconocido, protegido y promovido (Soto, 2006).

#### **1.4.2.4. Formalización empresarial**

La formalización empresarial es el conjunto de pasos que se requieren para constituir, operar y poner en funcionamiento una empresa. En Colombia las entidades como la Cámaras de Comercio apoyan a aquellos emprendedores o aquellas persona que ya tienen en funcionamiento un negocio para que puedan formalizarse.

Según la Cámara de Comercio de Medellín algunos de los beneficios que trae consigo formalizarse es acceder a servicios de desarrollo empresarial, acceder a mercados, tener la oportunidad de acceder a créditos y otros servicios financieros, acercarse a las tecnologías de información y comunicación, formar parte de redes de fomento empresarial, participar de eventos académicos y empresariales relacionados con la formalización, la implementación de buenas prácticas y temas legales, asesorías para el fortalecimiento de su empresa, ruedas de servicios, entre otras (Cámara de Comercio de Medellín, s.f).

En cuanto a los riesgos de la informalidad empresarial se encuentran el no poder acceder a procesos de contratación pública, dificultades para hacer negocios con nuevos clientes por no cumplir con los requisitos mínimos de ley, sanciones económicas por partes de los entes de control, uso del nombre por parte de otra empresa y no pueden acceder a los beneficios que brinda el gobierno para los empresarios (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f).

#### 1.4.2.5. Creación de empresa

La Constitución Política de Colombia en su artículo 333<sup>6</sup>, considera la empresa como base del desarrollo, la cual tiene una función social que implica obligaciones. Por mandato de la ley el Estado colombiano fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial, al igual impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

En Colombia la ley marco que fomenta la promoción de la creación de empresas es la ley 590 de 10 de julio de 2000, más conocida como la Ley MIPYME creada con el objeto de promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas por su contribución a la generación de empleo, el progreso de la región y la unión entre sectores económicos, así mismo cooperar con impulso de las empresas mediante la asociación o creación de alianzas estratégicas entre el sector público y el privado como apoyo a las Mipymes, entre otras disposiciones.

Entre tanto, la ley 905 de 2004 del congreso de Colombia decreta en el capítulo 1 artículo 1 estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

El artículo 2 define: para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas<sup>7</sup> pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica,

---

<sup>6</sup> Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación (Constitución Política de Colombia, Julio 4 de 1991).

<sup>7</sup> Famiempresas: La famiempresa rural se caracteriza a partir de la unidad de producción rural familiar, que integra los recursos de tierra disponible en propiedad o usufructo en manos de una familia rural, con



realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

1. Mediana empresa:
  - a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores
  - b) Ajuste de salario mínimos en términos de UVT por el artículo 51 de la ley 111 de 2006. Activos totales por valor entre 100.000 a 610.000 UVT.
2. Pequeña empresa
  - a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores o
  - b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
3. Microempresa
  - a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o.
  - b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes

**Parágrafo:** Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer. (Secretaría del Senado, 2004)

#### **1.4.2.6. Espíritu empresarial**

El espíritu empresarial es un proceso a desarrollar en las personas, que deben tener en cuenta las siguientes características: “Fuerza vital, capacidad de realización, deseo de

---

capacidad de absorber y aprovechar eficientemente la capacidad de trabajo de la misma, pudiendo ser altamente competitiva en la producción, aunque con desventajas en la interrelación con el mercado, la transformación y el acceso a los insumos físicos, financieros o de servicio. La famiempresa genera autoempleo, en el cual el individuo o la familia definen su propio quehacer, emprenden proyectos, toman riesgos o identifican oportunidades (García, Cedeño, Deschamps y Maldonado, 2006)

superación y progreso, habilidad creadora e innovadora, facilidad de administrar recursos, coraje para enfrentar situaciones inciertas, actitud mental que orienta positivamente al éxito, aceptación al cambio, convicción de confianza en sus facultades, capacidad de toma de decisiones con una visión global, motivación al logro, visión de futuro, inconformismo positivo”, entre otras (Varela, 2010). Todo lo anterior debe llevarse preferiblemente de la mano con un adecuado proceso educativo.

### 1.4.3. Marco jurídico

#### 1.4.3.1. Ley de fomento a la cultura del emprendimiento

La normatividad correspondiente a fomento de la actividad emprendedora en Colombia se puede observar en la figura 2.

Figura 2. Ley de fomento a la cultura del emprendimiento



Fuente: Tomado de Gómez, Martínez y Arzuza (2006)

Dentro de las normas generales se encuentra el artículo 333 ya mencionado, los artículos 58 y 61 de la propiedad intelectual, también la Ley Mipyme (Ley 590 del 10 de Julio de 2000), así como la Ley 1014 de 2006 la misma ley del fomento a la Cultura del

Emprendimiento, la cual tiene por objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país” (p. 1).

Esta ley fomenta la creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una catedra de emprendimiento, además promueve la cultura de cooperación, ahorro y las distintas formas de asociatividad. Para dar cumplimiento a esta ley el Estado se promete asignar recursos públicos con el fin de patrocinar redes de emprendimiento registradas ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como también hacer acuerdos entre las entidades financieras y los nuevos empresarios para el otorgamiento de los créditos (Gómez, 2006).

#### **1.4.3.2. Libre asociación**

El artículo 38 de la Constitución Política de Colombia menciona que “se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad” (Art. 38, 1991). Este derecho incluye la libre asociación ya sea de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras en Colombia.

#### **1.4.3.3. Entidades que regulan la actividad comercial en Colombia**

Algunas de las entidades que regulan el comercio en Colombia son: DIAN, BANCOLDEX, Ministerio de Industria y Comercio, INVIMA, Procolombia, entre otras. En el caso del Ministerio de Industria y Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo principal:

Formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior (Superintendencia Industria y Comercio, 2018, p. 1).

Otras entidades encargadas de brindar servicios financieros a las empresas que forman parte de la cadena exportadora de bienes y servicios colombianos son Bancoldex y

Fiducoldex, esta última constituida por escritura pública número 1.497 el 31 de octubre de 1992. Entre tanto la entidad encargada de promocionar comercialmente las exportaciones no tradicionales en el país es Procolombia, además de apoyar con asesorías en materia de mercadeo internacional a los empresarios nacionales (Superintendencia Industria y Comercio, 2018, p. 1).

Por otro lado, hay dos entidades reguladoras importantes para los empresarios, la primera de ellas es la DIAN (La Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales), la cual tiene como objeto garantizar la seguridad fiscal del Estado colombiano y la protección del orden público económico nacional, a través de la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y otras (DIAN, 2018, p. 1).

La segunda entidad representativa es IVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos), creada mediante la expedición de la ley 100 de 1993 en el artículo 245, y de la cual se hablará más adelante en el Decreto Número 1686 de 2012.

Las anteriores leyes de emprendimiento empresarial fueron mencionadas debido a que es pertinente que los productores de bebidas afrodisiacas de Buenaventura tengan conocimiento de las normas constitucionales que los ampara al momento de crear una empresa y los guía para decidir qué tipo de empresa desean conformar.

#### **1.4.3.4. Tipos de empresas y sociedades en Colombia**

En Colombia surgen diferentes formas jurídicas para crear una empresa, la cual puede crearse de forma individual o por dos o más personas, ambas formas reguladas por el Código de Comercio de Colombia.

*Tabla 1. Tipos de empresas y sociedades en Colombia*

<b>CREACION DE EMPRESAS DE FORMA INDIVIDUAL</b>	Persona Natural
	Empresa Unipersonal
	Sociedad por acciones simplificada S.A.S
<b>CREACION DE EMPRESAS POR DOS O MAS PERSONAS</b>	Sociedad Colectiva
	Sociedad anónima

Fuente: Código de Comercio de Colombia

En el análisis del entorno, específicamente en el entorno jurídico se amplía información legal pertinente para el presente trabajo de investigación.

#### **1.4.4. Marco contextual**

El presente proyecto de investigación se desarrollará en Buenaventura u oficialmente en el Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura, un distrito ubicado en el departamento del Valle del Cauca y localizado en la parte izquierda de la cordillera occidental sobre la costa Pacífica, limitando al norte con el departamento del Chocó, al sur con el Cauca, al Oriente con los municipios de Calima, Dagua, Cali y Jamundí, y por el occidente con el océano Pacífico (Banco de la República, 2008).

Buenaventura se ubica en las coordenadas 3°53'35" N 77°4'10" O; la distancia por carretera de Santiago de Cali es de 115 km y 119 de la ciudad de Buga. El clima ecuatorial es causante de las altas temperaturas durante todo el año, el aire es húmedo y cálido y predominan las precipitaciones, cuenta con una vegetación abundante y selvas tupidas y también cuenta con el clima de montaña de piso bioclimático páramo, también cuenta con siete cuencas hidrográficas las cuales la hacen una de las ciudades de Colombia con los mayores afluentes de agua. (Cámara de Comercio de Buenaventura, 2017).

*Mapa 1. Características geográficas de Buenaventura*



Fuente: IGAC, citado por Banco de la República (2008)

#### **5.4.1. Bebidas ancestrales afrodisiacas**

El origen de los afrodisíacos se remonta antes de la antigua Grecia, época en la que se utilizaban plantas y alimentos con el fin de fomentar el deseo sexual en hombres y mujeres. Tal como se había mencionado en la justificación del presente estudio, la palabra "afrodisiaco" tiene una connotación especial, ya que se le dio este nombre en honor a Afrodita, la seductora diosa griega del amor y la belleza, quien tenía como virtud conocer los ritos para fortalecer los ánimos de los hombres fatigados, cocinándoles filtros y pociones de amor con las que encendía sus deseos más delirantes a sus amantes (Cruz, 2000).

En el Pacífico colombiano, en especial en el municipio de Buenaventura se ha distinguido por tener diversas bebidas ancestrales afrodisíacas, gastronomía, música y bailes característicos de su cultura, que se ha transmitido de generación en generación y que aún siguen presentándose con fuerza en el presente.

Con nombres llamativos, hechas en su mayoría de forma casera y envasadas en botellas de plástico, algunas de las bebidas afrodisíacas más representativas son:

*Tabla 2. Bebidas ancestrales afrodisíacas producidas en el Pacífico Colombiano*

<b>El arrechón</b>	Contiene: viche (bebida fermentada que sale de la caña de azúcar), picha (pene de tortuga), borojó (fruta energética con alto contenido de vitamina B), kola granulada (suplemento nutricional), leche condensada (leche de vaca con azúcar), y miel de abejas y clavos.
<b>Tomaseca</b>	Contiene: dulce de panela, viche y plantas medicinales, como canela pimienta y nuez moscada (fruto de una planta de hoja perenne), anteriormente esta bebida la tomaban las mujeres que daban a luz, pues se le atribuye el don de limpiar la matriz.
<b>Vinete</b>	Es un aperitivo utilizado en las fiestas, atribuyen a esta bebida que controla el flujo y acelera el periodo en las mujeres que tienen descontrol.
<b>Tumbacatre</b>	Contiene: viche, chontaduro (palmera de altura, cultivada en climas calientes y de frutos comestibles), borojó y bejuco selvático que se extrae de la selva pacífica y que según sus ancestros tiene propiedades afrodisíacas, su textura es cremosa.
<b>Viche</b>	Es la toma más pura y fuerte de la caña de azúcar, mezclada con raíces fermentadas para adquirir su sabor, el guarapo de caña se destila en ollas de barro.
<b>Viche anisado</b>	Es una toma limpia, con sabor y olor a anís, rama y palo.
<b>Crema de viche</b>	Contiene: viche, leche condensada, algo de crema de leche, nuez moscada y hierbas aromáticas.
<b>Revidurax</b>	Refresco con sabor a viche y durazno.
<b>Pipilongo</b>	Con sabor picante, su ingrediente principal es la planta de pipilongo (arbusto de origen asiático que crece silvestre), se le atribuyen propiedades curativas.

Fuente: elaboración propia.

## **1.5. Metodología**

### **1.5.1. Tipo de investigación**

Este estudio se orientó en la funcionalidad metodológica de tipo descriptivo, puesto que se pretende realizar una descripción detallada de la situación actual de los productores de Buenaventura con una característica especial que es la producción de bebidas ancestrales afrodisiacas, con el fin de identificar cuáles son aquellas razones por las cuales dichas unidades productivas no están formalizadas empresarialmente y no cuentan con el registro INVIMA, un paso importante para aquellos que se dedican a una actividad que tiene que ver con alimentos y bebidas.

Este estudio se circunscribió en una investigación de tipo cualitativo, puesto que este tipo de investigación “Se enfoca en comprender los fenómenos explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), en este caso el fenómeno que se estudió fue la formalización empresarial en los productores de bebidas afrodisiacas en el municipio de Buenaventura, en un contexto natural. Adicionalmente, hizo parte de la investigación cualitativa una intensa revisión de la literatura de estudios en su mayoría cualitativos relacionados con el tema a explorar, y la cual fue de utilidad para detectar conceptos claves y nutrirse de ideas sobre métodos de recolección de datos y análisis.

Para cumplir con el objetivo general fue necesario realizar un trabajo de campo con la población objeto de estudio y hacer una revisión de literatura correspondiente con el tema, teniendo en cuenta que las técnicas de esta investigación cualitativa se desarrollaron en cada uno de los objetivos específicos para lograr cumplir el objetivo macro propuesto inicialmente.

Para el primer objetivo específico que consta de analizar el entorno de Buenaventura y del Pacífico colombiano donde producen las bebidas afrodisiacas, la metodología utilizada fue en primera instancia una búsqueda bibliográfica y toda aquella información documentada sobre los ámbitos: político, económico, social y cultural que envuelven a Buenaventura y al Pacífico colombiano.



En cuanto al segundo objetivo consistente en caracterizar las bebidas ancestrales afrodisiacas que se producen en Buenaventura, se cumplió mediante un trabajo de campo donde se analizaron entrevistas realizadas a las unidades productivas y a expertos en el tema de las bebidas ancestrales, adicionalmente se consultaron tesis y documentos de tipo investigativo que han estudiado el tema.

Para el tercer objetivo específico en el cual pretendió analizar la problemática de las unidades productivas que producen bebidas afrodisiacas en el municipio de Buenaventura, se buscó mediante una revisión bibliográfica y un trabajo de campo en la población objeto de estudio, teniendo en cuenta las entrevistas que se realizaron a las unidades productivas y a expertos en el tema de estudio.

Finalmente, teniendo como base documentos de la Cámara de Comercio, Código de Comercio y otros de tipo legal, se formularon las estrategias y el plan de acción con indicadores de seguimiento y control para los productores de bebidas afrodisiacas de Buenaventura, con el fin de que estas unidades productivas puedan ser competitivas en el mercado tanto nacional como internacional.

### 1.5.2. Fuentes de información

TIPO DE FUENTE	FUENTE	TIPO DE DATOS
Fuente primaria	Productores de bebidas ancestrales de Buenaventura	Datos sobre la elaboración y comercialización de las bebidas ancestrales en Buenaventura.
Fuente primaria	Documentos y personal de entidades como la Gobernación del Valle	Informes, presentaciones o documentos sobre proyectos en los que la Gobernación haya trabajado con la población de buenaventura en cuanto a la formalización empresarial.
Fuente primaria	Expertos en el tema de la producción y comercialización de las bebidas afrodescendientes, y también en formalización empresarial	Datos sobre la elaboración y comercialización de las bebidas ancestrales en Buenaventura, y sobre formalización empresarial.

Continuación

TIPO DE FUENTE	FUENTE	TIPO DE DATOS
----------------	--------	---------------

Fuente Secundaria	Libros	Temas principales de la investigación: Desarrollo local, cultura, identidad, formalización empresarial.
Fuente Secundaria	Revistas científicas	Artículos que tengan que ver con estudios similares a éste, donde se haya investigado una comunidad con características similares.
Fuente Secundaria	Tesis de maestría y doctorado	Investigaciones en torno al desarrollo local y la cultura del Pacífico.
Fuente Terciaria	Medios de comunicación (prensa)	Artículos actuales que tengan que con los productos ancestrales elaborados en Buenaventura.
Fuente Terciaria	Referencia bibliográfica breve, folletos, guías, catálogos, índices y páginas web	Información concerniente con el tema de investigación.

Fuente: Elaboración propia

### 1.5.3. Marco Lógico

OBJETIVO	ACTIVIDADES	RECURSOS	INDICADORES	SUPUESTOS
Analizar el entorno de Buenaventura y del Pacífico colombiano donde existe la tradición de la producción de bebidas afrodisiacas.	Investigar acerca del municipio de Buenaventura, realizando un análisis del entorno social, económico, político y cultural.	Documentos, informes, artículos, videos.	Cantidad de documentos encontrados y afines con el objetivo.	Se puede conseguir información acerca del entorno del municipio, sus costumbres, cultura, desarrollo social y político.
Caracterizar las bebidas ancestrales afrodisiacas que se producen en el municipio de Buenaventura.	Investigar acerca de las bebidas afrodisiacas del municipio de Buenaventura.	Documentación, recurso humano encargado de la investigación.	Cantidad de documentos encontrados y afines con el objetivo.	Se puede conseguir información acerca de los orígenes, producción y comercialización de las bebidas afrodisiacas.
OBJETIVO	ACTIVIDADES	RECURSOS	INDICADORES	SUPUESTOS

Analizar la problemática de las unidades productivas que producen bebidas afrodisiacas en el municipio de Buenaventura.	*Realizar entrevistas a productores de bebidas afrodisiacas en Buenaventura. *Realizar entrevistas a los líderes de entes reguladores de la formalización empresarial en Buenaventura y/o en el Valle del Cauca.	Cuestionarios de entrevistas, personas a entrevistar, documentos, artículos.	Cantidad de entrevistas realizadas, cantidad de documentos encontrados y afines con el objetivo.	*Las personas proporcionan la información solicitada por los entrevistadores. *Los entrevistados responden con objetividad a las preguntas del cuestionario.
Formular la estrategia de formalización y plan de acción y seguimiento para los productores de bebidas afrodisiacas en el municipio de Buenaventura.	*Realizar entrevistas a expertos en el tema de producción de bebidas afrodescendientes y en formalización empresarial. *Identificar los lineamientos de formalización empresarial. *Realizar propuestas de lineamientos para la formulación empresarial	Documentación, recurso humano encargado de la investigación, recursos tecnológicos para realizar la propuesta. Cuestionario de entrevista a expertos.	Porcentaje de avance de la propuesta.	Los lineamientos de formalización empresarial son suficientes para que los productores de bebidas afrodisiacas puedan ser competitivos en el mercado.

Fuente: Esta investigación

#### 1.5.4. Grupos de interés

Los grupos de interés o actores estratégicos de la presenta investigación implican la unidad de análisis y también delimitar la población para generalizar los resultados (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Según la definición anterior, se ha definido que los grupos de interés son 10 unidades productivas ubicadas en el Municipio de Buenaventura dedicadas a la producción y comercialización de bebidas afrodisiacas. El total de la población es de 40 unidades productivas ubicadas en el municipio de

Buenaventura. Adicionalmente, están aquellos representantes de entidades gubernamentales implicados directamente en la formalización empresarial. También se consultaron expertos que han estudiado y que están inmersos en el mundo de las bebidas ancestrales del Pacífico colombiano.

En conclusión, se realizaron entrevistas a **10** productores del municipio de Buenaventura, a entes reguladores de la formalización empresarial en Buenaventura y el Valle del Cauca eligiendo a **dos** entidades como lo son: La gobernación del Valle en cabeza de la Secretaría de Desarrollo Económico y el INVIMA. Finalmente, se realizaron entrevistas a expertos en el tema de la producción y comercialización de las bebidas afrodescendientes y en formalización empresarial.

El presente trabajo de investigación no es un modelo estadístico, es un estudio de caso con un enfoque cualitativo en el cual se han seleccionado a las 10 productoras más representativas y con las cuales se puede acceder a la información. Las otras 30 productoras están muy dispersas y es muy difícil su contacto por su nivel de informalidad. Para suplir esta falencia, se acudió a consultar expertos conocedores del tema, la información de estos se puede observar en el apartado de análisis de la problemática interna de las productoras de bebidas ancestrales en buenaventura en la figura 9 (malla de lectura expertos).

#### **1.5.5. Técnicas de investigación**

1. Búsqueda bibliográfica.
2. Entrevistas semiestructuradas a productores de bebidas afrodisiacas en Buenaventura.
3. Entrevistas a los líderes de entes reguladores de la formalización empresarial en Buenaventura y/o en el Valle del Cauca.
4. Entrevistas a expertos de bebidas ancestrales del Pacífico colombiano.

### 1.5.6. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	PREGUNTA ORIENTADORA
Formalización empresarial	Son todos aquellos requisitos legales y tramites que debe hacer una persona o grupo de personas para formalizar una actividad económica que realice con frecuencia	Legal	Cantidad de productores que se acojen a la formalización empresarial	¿Qué tanta recepción hay por parte de los productores de bebidas afrodisiacas, con el fin de formalizarse empresarialmente?
Desarrollo económico local	El desarrollo económico local es un proceso dinamizador de la sociedad que mejora las condiciones y la calidad de vida de la comunidad	Económica	Cantidad de productores dispuestos a cambiar sus formas de producción artesanales	¿Cómo funciona el proceso de producción de las bebidas afrodisiacas en Buenaventura?
Cultura	La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad	Social	Mecanismos de producción y comercialización de las bebidas afrodisiacas, sin que los productores pierdan sus tradiciones	¿Cuáles son las tradiciones más arraigadas de la cultura de los habitantes de Buenaventura?
Identidad	Es un conjunto articulado de rasgos específicos de un individuo o de un grupo, además constituye un sistema de símbolos y de valores que permiten afrontar diferentes situaciones cotidianas. Es en esencia lo que diferencia a un individuo o grupo de otro	Social	Diferentes formas de asociación de los productores dentro de su misma comunidad	¿Existe interés por parte de los productores en asociarse o cooperar entre ellos?

Fuente: Elaboración propia

## **RESULTADOS**

Los capítulos que vienen a continuación corresponden a los objetivos específicos del presente trabajo de investigación.

### **2. ANÁLISIS DEL ENTORNO DE BUENAVENTURA**

En este capítulo se analizarán aquellas dimensiones del entorno relacionadas principalmente con el municipio de Buenaventura donde se tiene como tradición la producción de bebidas afrodisiacas; los entornos son: geofísico, social, demográfico, ambiental, económico, cultural y jurídico.

#### **2.1. Entorno geofísico**

Buenaventura está ubicado al occidente del Departamento del Valle del Cauca, entre las estribaciones de la Cordillera Occidental y el mar Pacífico a tres horas de distancia de la ciudad de Cali. Es el municipio más extenso, con un área de 6.297 Km<sup>2</sup> equivalente al 29.7% del área total del departamento, lo que le convierte en un territorio difícil de controlar y vigilar. De acuerdo con las proyecciones estimadas del DANE, en sus 6.297 Km<sup>2</sup> habita una población total de 415.770 personas, para el año 2017. El 85% de la población municipal de Buenaventura es Afrocolombiana, de raza negra y/o auto reconocimiento Afro, y el 50% de su población es víctima del conflicto armado.

Por su posición estratégica se favorecen las actividades comerciales que lo constituye en Centro de Acopio y Abastecimiento de distribución comercial por excelencia, despensa del consumo local y el de toda la región costera. En ese sentido, numerosos pobladores de los diferentes asentamientos ubicados a lo largo y ancho de las costas ribereñas y marítimas del área rural, así como de los departamentos de Chocó, Cauca y Nariño, se desplazan hasta el Puerto de Buenaventura para la compra de suministros alimenticios, combustibles y otras mercancías que llegan de ciudades como Cali, Buga, Bogotá y Medellín.

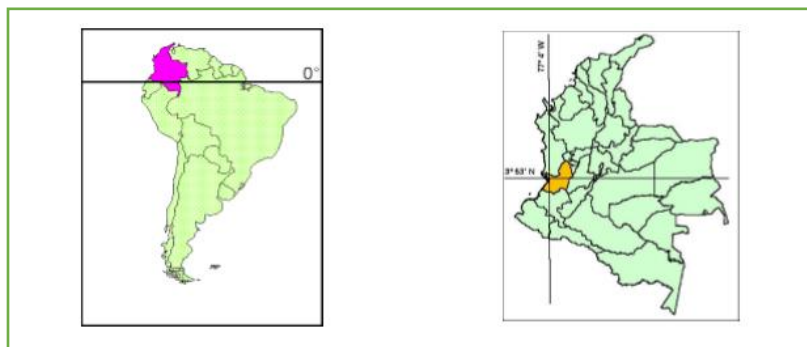
Históricamente la Costa Pacífica colombiana ha sido vista como un área marginal con características geográficas (topográficas, de acceso y climáticas), que impiden su crecimiento social, cultural, económico y político. Buenaventura entre otros territorios de la

Costa Pacífica se consideraron zonas “enfermas, ásperas y muy lluviosas” y por ende no apta para colonización y presencia de población (Defensoría del pueblo de Colombia, 2016).

*Mapa 2. Municipios del Valle del Cauca*



*Mapa 3. Vista de Buenaventura en el mundo*



Fuente: Cámara de Comercio de Buenaventura (2017)

Buenaventura comprende desde las orillas del Océano Pacífico, hasta las cumbres de la Cordillera Occidental, lo que hace que sea el municipio de mayor extensión en el departamento del Valle del Cauca. Limita al norte con el Departamento del Chocó, al oriente con los municipios de Jamundí, Cali, Dagua y Calima Darién, al sur con el departamento del Cauca y al occidente con el Océano Pacífico. Gran parte de sus tierras están cubiertas de selvas vírgenes ricas en madera, oro, platino y carbón. Además, cuenta con ríos caudalosos tales como: Bongo, Cajambre, Calima, Dagua, Guapi, Guapicito, entre otros (Alcaldía de Buenaventura, 2008).

## **2.2. Entorno social**

La población de Buenaventura es de 415.770 habitantes (Año 2017), equivalente al 9% de la población del Valle del Cauca y al 0,847% del total de la población en Colombia. El 0,8% de sus habitantes son indígenas y el 88,6% restantes se autorreconocen como raizal, palenquero, negro, mulato, afrocolombiano o afrodescendiente (DANE, 2005).

Las comunidades indígenas que habitan en el Valle del Cauca son: Embera Chami, Nasa o Paez y Wounaan, estos últimos son aquellos que están asentados en Buenaventura y sus alrededores, los Wounaan se han constituido en tres grupos Dukispian, Duchare y Badpian, estas comunidades hablan el dialecto Embera del sur del Pacífico (Gobernación del Valle del Cauca, 2016). En el mapa 3 se pueden observar los municipios con población indígena en el Valle del Cauca.

Entre tanto, dentro la población total de Colombia se presenta que el 11% es población que se reconoce como afrocolombiana; en el Valle del Cauca es de 28%, en Cali es del 26% y el de Buenaventura 89%<sup>8</sup>, una de las zonas con predominio afrocolombiano, la segunda está en el Departamento del Chocó en los municipios de Alto y Medio Atrato y Alto Baudó (DANE y Universidad del Valle (CIDSE), 2010), en cifras se puede observar en la tabla 3:

---

<sup>8</sup> Población por grupos étnicos según municipio 2005. DANE, Dirección de Censos y Demografía, Censos General 2005. Citado por Cámara de Comercio de Buenaventura, 2017.

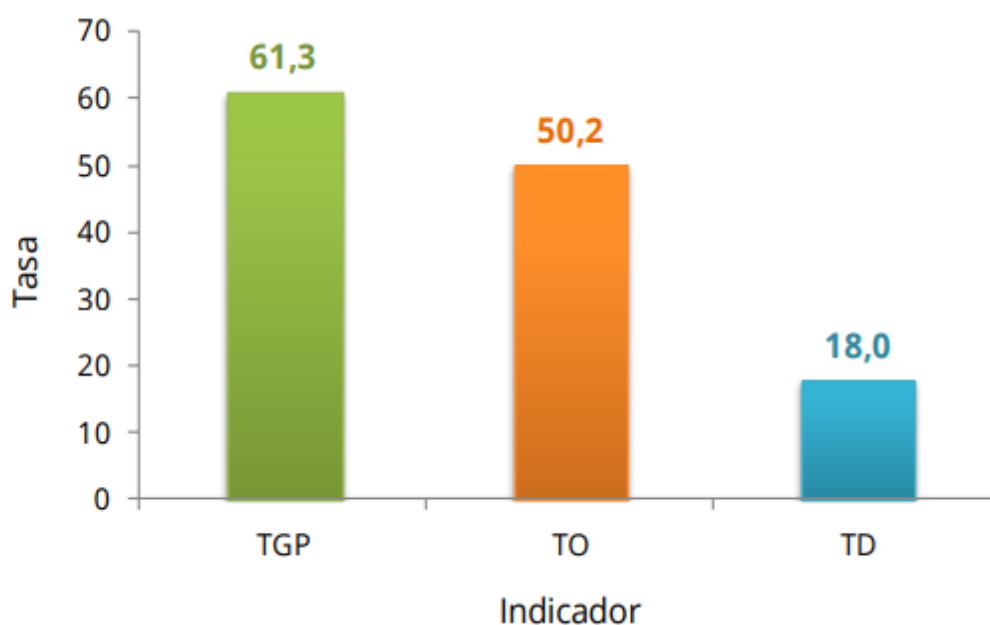




### 2.2.1. Indicadores de mercado laboral para Buenaventura

En 2016, la tasa global de participación para Buenaventura fue 61,3%, la tasa de ocupación fue 50,2% y la tasa de desempleo se ubicó en 18.0%, así como lo muestra el gráfico 1.

*Gráfico 1. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Buenaventura*



Fuente: DANE-GEIH (2017)

En 2016 el 27% de la población estaba ocupada, un 20% desempleada, y el 54% en una población inactiva (Cámara de Comercio de Buenaventura, 2017).

### 2.2.2. Actividades productivas de Buenaventura

En cuanto a las características del sector empresarial de Buenaventura para el año 2016 el 93,7% de las unidades empresariales formalizadas corresponden a microempresas, las pequeñas corresponden a un 54% y el restante entre las grandes y medianas empresas llega sólo al 0,9%. (Cámara de Comercio de Buenaventura, 2017).

De acuerdo con lo anterior la generación de empleo según el tamaño de la empresa se distribuye en la tabla 4.

*Tabla 4. Empleos según tamaño de la empresa*

<b>Tamaño Empresa</b>	<b>No. EMPLEOS</b>
Micro	15.473
Pequeña	3.543
Mediana	2.704
Grande	1.584
<b>Total general</b>	<b>23.304</b>

Fuente: Tomado de Cámara de Comercio de Buenaventura (2017) p. 27.

Cómo se puede observar en la tabla 4 la cantidad de empleo generados en total fue de 23.304, es decir que solo el 5,60% de la población se encuentra en un empleo formal según los diferentes tamaños de empresas.

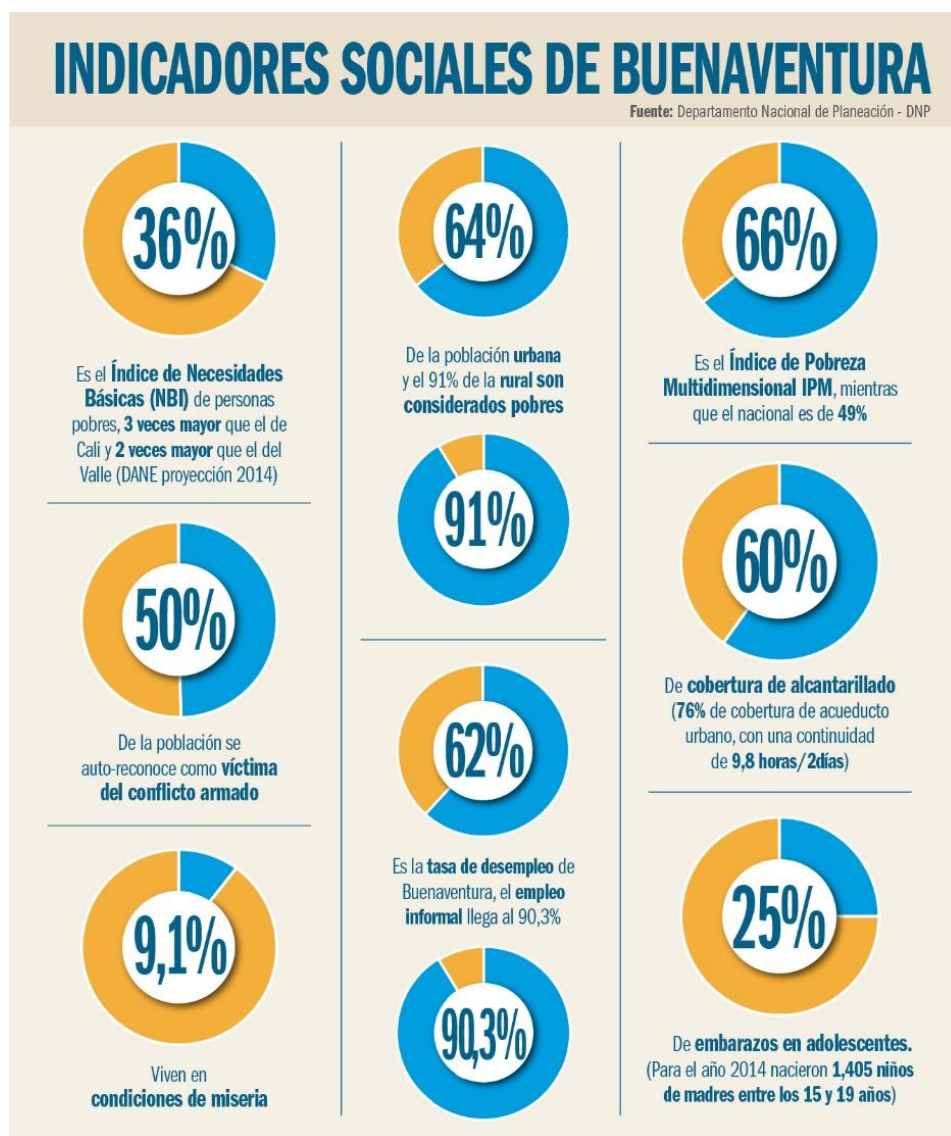
Ahora bien, la concentración de empleo de acuerdo con el ente jurídico es en su mayoría empleos generados como Persona Natural con 11.202, le sigue la Sociedad Anónima con 3.065 empleos, Sociedad Limitada con 2.207, entre otras como se observar en la tabla 5.

*Tabla 5. Empleos según Ente Jurídico*

<b>Cod. Ente</b>	<b>Nombre Ente Jurídico</b>	<b>No. Empleos</b>
001	Persona Natural	11.202
003	Sociedad Limitada	2.207
004	Sociedad Anónima	3.065
006	Sociedad en Comandita Simple	198
007	Sociedad en Comandita por Acciones	9
008	Sociedades Extranjeras	5
014	Empresa Asociativa de Trabajo	24
015	Empresa Unipersonal	192
016	Sociedades por Acciones Simplificadas	6.404
	<b>Total Empleos Generados</b>	<b>23.304</b>

Fuente: Tomado de Cámara de Comercio de Buenaventura (2017) p. 28.

Figura 3. Indicadores sociales de Buenaventura



Fuente: Departamento Nacional de Planeación – DNP (2017)

### 2.3. Entorno demográfico

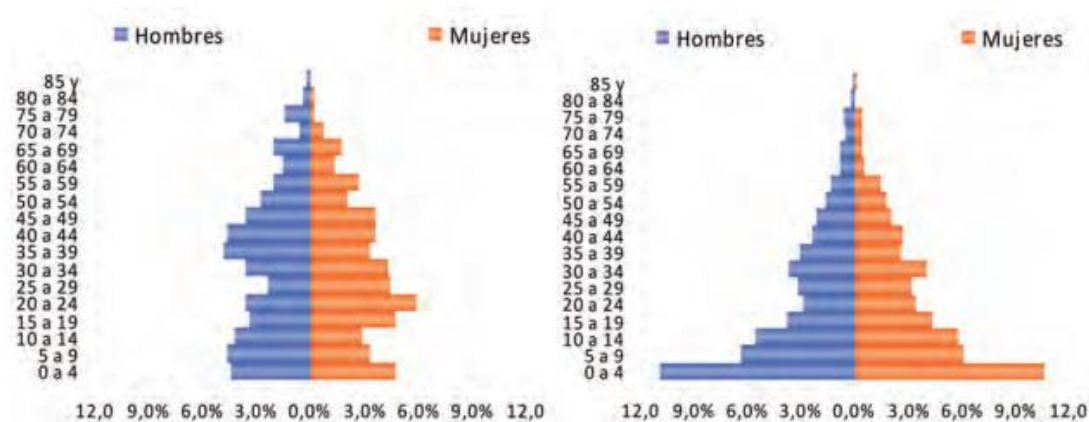
Buenaventura es uno de los municipios con mayor concentración de población afrodescendiente en Colombia con un 88,7% en la cabecera y 84,2% en el resto, la población indígena es de 6,9% en el resto y el 0.3% en la cabecera, entre tanto la población

sin pertenencia étnica es del 11% en cabecera y el 8,9% en el resto (DANE y Universidad del Valle (CIDSE), 2010).

### 2.3.1. Composición de la población por edad y sexo

Gráfico 2<sup>a</sup>. Estructuras de población indígena. Región Municipio de Buenaventura Cabecera 2005

Gráfico 2b. Estructura de población indígena. Región Municipio de Buenaventura Resto 2005



Fuente: DANE, Censo General (2005)

Figura 4. Población afrodescendiente



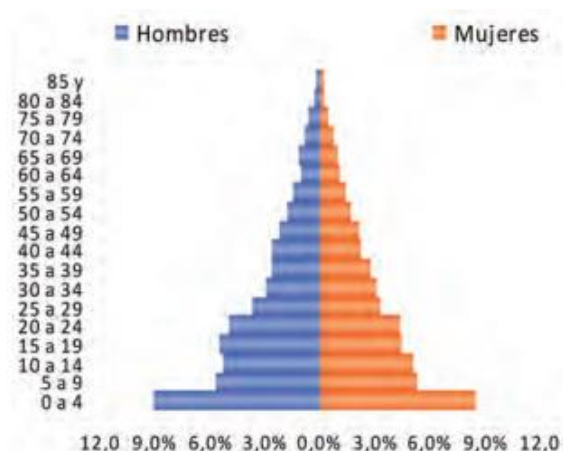
Fuente: DANE y Universidad del Valle (CIDSE), 2010.



Gráfico 2c. Estructuras de población Afrocolombiana. Región Municipio de Buenaventura. Cabecera 2005.

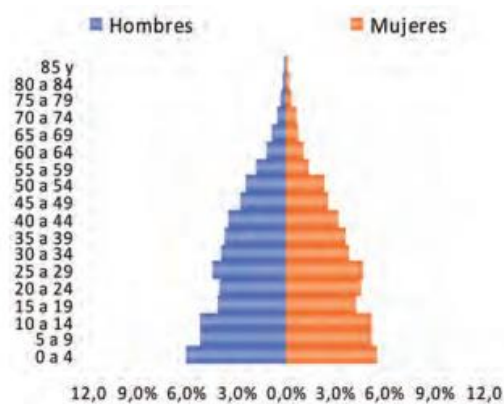


Gráfico 2d. Estructuras de población Afrocolombiana. Región Municipio de Buenaventura. Resto 2005



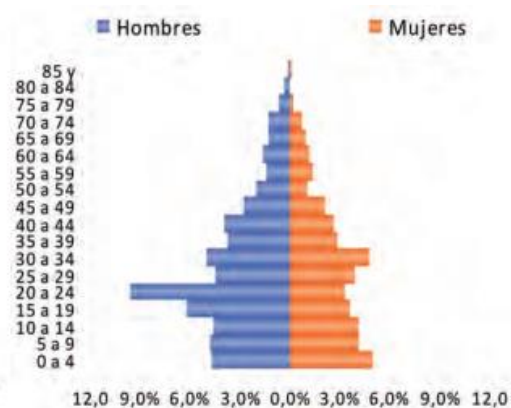
Fuente: DANE, Censo General (2005)

Gráfico 2e. Estructuras de población sin pertenencia étnica. Región Municipio de Buenaventura. Cabecera 2005.



pertenencia étnica. Región Municipio de Buenaventura. Resto 2005.

Gráfico 2f. Estructuras de población sin



F

Fuente: DANE, Censo General (2005)

Las mujeres entre los 20 y los 24 son el grupo poblacional mayoritario en la población indígena en la Cabecera de Buenaventura, mientras que en el Resto abunda la probación infantil entre niños y niñas de 0 a 4 años, lo que refleja diferencias entre una zona y otra, predominando en el resto rural la fecundidad. En cuanto a la comunidad afrocolombiana en la pirámide poblacional se nota también un porcentaje importante de fecundidad tanto de niñas como niños, tanto en la Cabecera como en el Resto del área rural.

Finalmente, la población sin pertenencia étnica presenta una mayor cantidad de niños y niñas de 0 a 4 años, mientras que en el Resto predominan los jóvenes hombres entre 20 y 24 años, lo que es atípico respecto a los otros tipos de población.

## **2.4. Entorno ambiental**

Existen varios determinantes del deterioro medioambiental en la zona del distrito de Buenaventura, según la Financiera del Desarrollo S.A Findeter (2015) algunas de las principales son:

- La actividad portuaria → Pesca, explotación de la madera, actividades derivadas del comercio internacional.
- Falta de vías de acceso interregional → contaminación atmosférica y auditiva ya que las vías de acceso suelen permanecer ocupadas por vehículos con mercancía para transportar al puerto o desde el puerto hacia el resto del país.
- Problemas de sedimentación y contaminación de la bahía → residuos de los ríos Dagua y Anchicayá que hacen necesarios constantes dragados en el canal de acceso al muelle, lo cual libera diferentes residuos a las aguas.

Uno de los mayores problemas de la gestión ambiental en Buenaventura es que no se cuenta con indicadores base para hacer un diagnóstico (Findeter; 2015), indicadores que den cuenta del estado de: el agua, la situación atmosférica, el suelo, el paisaje, la vegetación y la fauna. La falta de estas estadísticas refleja una débil gestión por parte de la administración municipal.

También agravan estos problemas ambientales la falta de recursos para la gestión ambiental y el despilfarro de los mismos, la carencia de normatividad y en algunos

casos el desconocimiento, la poca apropiación ciudadana por sus recursos naturales y la poca legitimidad de las instituciones encargadas del cuidado ambiental.

Sin embargo, existen también otros problemas de contaminación, Findeter (2015) nos refiere los siguientes:

- El suelo está contaminado por el mal manejo de las basuras y no se cuenta con rellenos sanitarios que tengan licencia.
- Las aguas están contaminadas tanto por el vertimiento de hidrocarburos y de aguas residuales de las navieras para el caso de drenajes naturales bahías; para el caso de algunos tramos de la red de agua potable se corre también riesgo de contaminación por aguas residuales.
- En las carreteras, principalmente en la vía Simón Bolívar existe contaminación atmosférica y auditiva por el constante movimiento de mercancías hacia la zona portuaria
- En la zona urbana de buenaventura numerosas zonas verdes o parques se encuentran contaminados, altamente deteriorados o en intervención.

Buenaventura es un municipio que por su posición geográfica tiende a ser blanco inminente de desastres naturales, además también influye la manera en que sus comunidades han ocupado el territorio tanto en la zona urbana como en la rural como sucede con el fenómeno de las invasiones lo que ocasiona un detrimento del ecosistema y la vegetación (Cabrera, 2015).

#### **2.4.1. Problemas medioambientales de la zona rural**

La zona rural de buenaventura se caracteriza por un alto grado de biodiversidad, sin embargo, presenta problemas que se relacionan tanto a fenómenos naturales como a intervenciones humanas.

Las actividades de carácter productivo que se realizan en la zona han venido aumentando, dichas actividades propician la destrucción de los bosques, la modificación del paisaje por la tala de árboles y la minería, la contaminación de las aguas, la disminución



de la biodiversidad y el aumento de la población en estos sectores, (Findeter; 2015), al igual que la demanda de bienes y servicios.

El movimiento de mercancías que realiza la región a través de Buenaventura aumenta la contaminación atmosférica de la ciudad y la zona rural que atraviesa la carretera Cabal Pombo.

Podemos evidenciar entonces una deficiente gestión municipal que permite el aprovechamiento insostenible de especies (como peces o arboles) por parte de las comunidades que habitan la zona rural generando una cultura ciudadana de irrespeto y disminuyendo la biodiversidad de la zona; así mismo estas prácticas también causan la contaminación de los cursos de agua, erosión por pérdida de la capa vegetal e incluso problemáticas de mal manejo de los residuos sólidos. Adicionalmente el transporte de combustibles cada vez representa un mayor riesgo de contaminación de las aguas y de incendios.

## **2.5. Entorno económico**

La economía colombiana si bien ha crecido en primer semestre de 2018, ha registrado el peor crecimiento de los últimos 8 años (Cigüenza, 2018). Según El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) el Producto Interno Bruto (PIB) creció 2.2% en el primer semestre de 2018, siendo las actividades financieras y de seguros, la administración pública y defensa, actividades profesionales, científicas y técnicas, las que representaron un mayor crecimiento. El valor del PIB del país en cifras fue de \$210,8 billones (Dinero, 2018).

Los indicadores económicos nacionales al 7 de junio de 2018 son los siguientes:

*Tabla 6. Indicadores económicos nacionales*

INDICADOR	RESULTADO
Dólar TRM	2.828,42
Salario mínimo	781.242
Café	US\$1,17
IPC	0,25%
Desempleo	9.5%
PIB	2,2%

Fuente: DANE (2018)

En cuanto a la balanza comercial, es decir la diferencia entre el total de las exportaciones e importaciones, en marzo de 2018 en Colombia se registró un déficit de 384,0 millones de dólares. En el mismo mes del año 2017 fue de 638,8 millones de dólares. El mayor déficit se registró con países como China, México y Alemania (DANE, 2018).

Específicamente en Buenaventura, la mayor actividad económica que genera es la portuaria, sin embargo, hay otras actividades que generan recursos como por ejemplo las actividades agropecuarias, servicios, comercio, industria y turismo.

En cuanto a la actividad agropecuaria los principales cultivos que se destacan son: el chontaduro, el borojó, los cítricos, la yuca y el bananito (Bonet, 2008).

Según (Bonet, 2008):

En términos generales, muchas de las actividades económicas en Buenaventura no han logrado desarrollarse como sistemas productivos competitivos. El DNP (2006) menciona como principales causas de esta situación: la poca vinculación con el entorno social, los bajos niveles de capital humano, la frágil cultura empresarial y una evidente desarticulación entre las actividades productivas. (P. 75)

Según un artículo publicado por el diario El País (2017), las cifras de Buenaventura no son alentadoras, pues el 81% de la población está en situación de pobreza, el 44% vive en la indigencia, el analfabetismo se ubica en el 17%, el 50% de la población se reconoce como víctima del conflicto armado, en la ciudad hay 31.000 personas sin ningún tipo de

ocupación, 71% de la población obtiene agua hasta 8 horas día por medio según Hidro pacífico, el 60% cuenta con servicio de alcantarillado, mientras que el 76% tiene cobertura en sistema de acueducto.

Como rechazo a esta situación 83 organizaciones convocaron a paro cívico el 16 de mayo de 2017 pidiendo al gobierno nacional declarar el estado de emergencia social en el Distrito Especial de Buenaventura. Mediante un pliego de peticiones los representantes de la población bonaverense expresaron las siguientes problemáticas:

- Falta de agua potable y en general no hay cobertura y calidad de los servicios públicos
- La tasa de desempleo se encuentra en el 62% y el empleo informal llega al 90.3%.
- El narcotráfico, la delincuencia común y la confrontación armada hacen que el municipio sea inseguro.
- El 50% de la población se considera víctima del conflicto armado, hasta el año 2017 se han declarado 181.675 víctimas.
- En materia de salud aún no hacen la reapertura del único hospital de segundo nivel que hay en Buenaventura, por lo que afecta la sanidad de la población.
- En materia de infraestructura no cuenta con espacios públicos adecuados.
- El 64% de la población urbana y el 91% de la rural son consideradas pobres (Asamblea ciudadana por la defensa de Buenaventura, 2017)

Debido a todo lo anterior, no ha sido posible el desarrollo económico y la competitividad de Buenaventura, los esfuerzos que ha hecho el Estado han sido insuficientes para mejorar la situación y hasta la fecha se siguen vulnerando los derechos fundamentales de los habitantes de este territorio históricamente olvidado por el Estado.

Históricamente, la cultura afrocolombiana se deriva de los esclavos africanos, quienes huyeron de sus países de origen para ser libres, llegando a Colombia en primera instancia a la Costa Atlántica (González, 2012), exactamente al corregimiento de San Basilio de Palenque ubicado a 50 km de la ciudad de Cartagena de Indias, lugar donde aún se conservan tradiciones como el lenguaje, la comida, el baile y su cultura.

Posteriormente, surgen las comunidades cimarronas en el siglo XVII en el sur - occidente colombiano, quienes conforman comunidades más abiertas y dispuestas a convivir con el resto de la sociedad (González, 2012). Desde la proclamación de la independencia, en 1819 se dio inicio a un nuevo orden, el Republicano, con el que se empezaría a proclamar la libertad de los ciudadanos, aunque con algunas restricciones, hasta la actualidad expresado en la Constitución Política de Colombia dónde se consagran los derechos de todos los ciudadanos en términos de igualdad ante la ley, aunque algunos críticos indican que no es suficiente.

La Ley 70 de 1993 expresa que:

Reconoce a las comunidades negras que han venido ocupando tierras baldías en las zonas rurales ribereñas de los ríos de la Cuenca del Pacífico, de acuerdo con sus prácticas tradicionales de producción, el derecho a la propiedad colectiva (...). Así mismo tiene como propósito establecer mecanismos para la protección de la identidad cultural y de los derechos de las comunidades negras de Colombia como grupo étnico, y el fomento de sus desarrollo económico y social, con el fin de garantizar que estas comunidades obtengan condiciones reales de igualdad de oportunidades frente al resto de la sociedad colombiana (...).

A pesar de la contribución de estas comunidades con el desarrollo del país, estas no se han visto retribuidas con el crecimiento propio de sus pueblos y ciudades. Sin embargo, esta razón no es obstáculo para que los pueblos afrocolombianos sobrevivan, creyendo en sus tradiciones, haciendo de ellas una forma no solamente de trabajo sino para dar a conocer en especial su gastronomía y bebidas ancestrales (afrodisiacas) tanto a nivel regional como nacional a colombianos y extranjeros.

## **2.6. Entorno cultural**

La población que habita en Buenaventura es en su mayoría afrocolombiana e indígena, quienes han generado una estrecha relación con los ríos, los ríos suministran alimentación, por medio de ellos se movilizan y aportan a fortalecer la identidad de las comunidades (Defensoría del pueblo de Colombia, 2016).

En cuanto a la gastronomía en el Pacífico Colombiano se hacen diferentes comidas a base de plátano, es muy común la comida de mar en la que se preparan diferentes platos como arroces, cazuelas, ceviches, fritos y viudos con pescados y mariscos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Fondo de Promoción Turística Colombia, 2009). En Buenaventura es común la “sopa de piangua, en aperitivos los aguacates rellenos, el cebiche de camarones o langostinos, entre los platos fuertes esta la cazuela de mariscos, el encocao de jaiba y el pastel de pescado, y como postres las chancacas y las cocadas” (Atlas de Culturas Afrocolombianas, 1992, p. 203).

La cocina de Buenaventura guarda una estrecha relación con el mar, esteros, manglares y ríos; la cual se enmarca en el respeto y en el encuentro entre familias. Al son de la música, al pie del fogón, entre bromas, se cocinan los alimentos aquellos que cada vez son reinventados para una mayor diversidad de productos (Ministerio de Cultura, 2016).

También un fruto autóctono del Valle del Cauca es el chontaduro, un producto especial por su textura y sabor, otras frutas exóticas son el borojó, la badea, la piñuela y el carambolo, con las que se preparan jugos, salsas, postres, entre otras combinaciones (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Fondo de Promoción Turística Colombia, 2009).

En este territorio se celebran diferentes ferias y fiestas entre ellas las Fiesta Patronales de San Buenaventura, el Festival Folclórico de Pacífico, Cantores del Río, Sonar de Marimba (Cámara de Comercio de Buenaventura, 2014).

*Imagen 1. Cultura en Buenaventura*



Fuente: Ministerio TIC Colombia citado por Viaje Jet (2012).

El viche (aguardiente de caña hecho en alambique en fogón de leña), así como también pipilongo, tomaseca, calentura, candelazo, guarapillo, arrechón, crema de viche, tumbacatre, siete polvos, caigamos juntos y beso de reina, son algunas de las bebidas tradicionales que se producen y se consumen no solamente en Buenaventura sino en todo el Litoral Pacífico. Difundidas en eventos como El Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez<sup>9</sup> realizado en la ciudad de Cali, hacen parte de la cultura bonaverense.

*Lo que tenemos, lo conservamos.*

*Lo que está en riesgo, se defiende,  
lo que se ha perdido de se  
recupera.*

*Y lo que atente contra la dignidad,  
se transforma.*

(Graciano Caicedo, integrante del grupo gestor de músicas de marimba y cantos tradicionales del Pacífico Sur. Buenaventura, Valle del Cauca, citado por Ministerio de Cultura, 2015)

El curado o botella curada es una bebida que se hace con viche, yerbas y bejucos. Según la tradición esta bebida debe prepararse en tiempo de luna menguante. El curado sirve para la personas que tienen mal de ojo, para que no le piquen las culebras, para que tengan más fuerza o para aquella mujeres que no han podido quedar en embarazo para que quiten el frío de la matriz y puedan concebir un hijo (Ministerio de Cultura, 2015).

Entre los ritmos típicos se encuentran el Bunde, el Currulao y la juega, bailes que se centran en hechos folclóricos, homenajes al mar o representan la espiritualidad (Petronio Cali, 2018), el cantar es una manifestación cultural que se hace en diferentes momentos desde parir hasta morir (Ministerio de Cultura, 2015).

Buenaventura es una ciudad intercultural donde se combinan las costumbres y creencias de los pueblos indígenas y del pueblo afropacífico. Ambas culturas se han encargado de preservar la cultura de sus antepasados y han creado mecanismos de resistencia frente a otros modelos de vida foráneos que alteran su modo de vida y la convivencia ancestral de las comunidades. (Ministerio de Cultura, 2015).

---

<sup>9</sup> El Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez es un evento dedicado a la música del folclor del Pacífico colombiano, con el propósito de destacar los compositores, grupos musicales e investigadores de la música afro (Petronio Cali, 2018)

En el pacífico actualmente existen cuatro manifestaciones pacíficas que son patrimonio cultural, estas son:

- La partería afro
- Músicas de marimba y cantos tradicionales del Pacífico Sur
- La fiestas de San Pacho
- Guías, alabaos y levantamientos de tumbas, ritos mortuorios de las comunidades afro

En Buenaventura es muy usual la partería y tiene un valor cultural importante para las comunidades afrodescendientes del Pacífico, el cual es considerado un hecho colectivo donde puede haber intervención musical de marimba o tambores durante el acto del parto; lo que deja ver que en el Pacífico todo tiende a tener un sentido musical.

La partería afro es un saber ancestral que es considerada un ritual para el cuidado de ciclo reproductivo de la mujer y para el diagnóstico y tratamiento de enfermedades en general. Para las comunidades afro un parto atendido por una partera significa crear un lazo fuerte con el territorio, puesto que el nacimiento de un nuevo ser es concebido como un acto de confianza, un acontecimiento único y de interés no solamente para la familia sino para toda la comunidad de la cual hace parte.

En segundo lugar está la música de marimba y cantos tradicionales del Pacífico Sur. La marimba es un instrumento insignia del Pacífico colombiano que reúne lo que es la tradición afro, sus aspectos sociales, culturales, patrimoniales y medioambientales (PES-Ministerio de Cultura, 2010). Las músicas de la marimba van acompañadas de otros instrumentos como lo son los bombos (macho y hembra), cununos (macho y hembra) y guasás. “Se afirma que las Músicas de la marimba y los cantos tradicionales representan la dimensión étnico-territorial, la artístico-musical y espiritual-religiosa” (Convenio de asociación, 2012).

Otra manifestación cultural es las Fiestas de San Pacho, las cuales se realizan desde 1648 en honor a San Francisco de Asís. La celebración al patrón se configura en esa época, y parte de un modelo religioso. Actualmente, participan 12 barrios cuyos representantes trabajan durante todo el año para que las fiestas sea un éxito.

La última manifestación cultural es: Gualíes, alabaos y levantamientos de tumbas, ritos mortuorios de las comunidades afro. El objetivo de este ritual es acompañar a las personas que fallecen y a sus familiares durante el velorio, el novenario y el levantamiento de tumbas, “asegurando así el paso de su alma hacía la eternidad”. Los labaos son canticos para adultos, los gualíes son cantos para los niños difuntos y el velorio alude a hacer guardia o acompañar.

## **2.7. Entorno jurídico**

### **2.7.1. Concepto de empresa**

Siendo parte fundamental de este proyecto de investigación la formalización empresarial, es conveniente saber sus aspectos fundamentales, iniciando con la definición de empresa, la cual es considerada como una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos (Chiavenato y Olson, 1993), otra definición dada por Thomson (2006) es la siguiente:

La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio. (p. 2)

Otra definición es la que se consigna en el código del comercio en su Art. 25: “Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios” (Decreto 4010, 1971). Es importante aclarar que, aunque esta definición se



encuentra en el código del comercio, no quiere decir que todas las empresas sean mercantiles.

Además, es relevante mencionar el papel que cumple la empresa y el estado en la construcción de país, así como lo menciona el Art. 333 de la Constitución Política de Colombia (...) “La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial” (Título XII, Cap. 1, Art. 333, 1991).

### **2.7.2. Formalización empresarial**

Una de las principales preocupaciones en América Latina y sobre todo en Colombia, son las tasas de informalidad laboral y empresarial. En el caso de específico de Cali y Yumbo, la encuesta 123 realizada por el DANE y Censo Empresarial de 2005, los resultados indicaron que el 46,2% de las microempresas son informales, en el sentido de no tener registro mercantil. Un estudio realizado por Cárdenas y Rozo en 2009 analiza las consecuencias de esa informalidad, algunas de ellas son el acceso a créditos, capacitación, comercialización, acceso a la tecnología y rentabilidad.

### **2.7.3. Proceso de formalización en Colombia**

Antes de formalizar una empresa se deben hacer unas consultas previas, las cuales se observan en la tabla 1. Además, se deben tener en cuenta los siguientes tramites de registro: Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), elaboración de documento para personas jurídicas, diligenciar formulario de Registro Único Empresarial y realizar inscripción en registro distrital o municipal de impuesto (ICONTEC, 2009).

Después de haber registrado la empresa debe continuar con otros tramites como los son: DIAN, registro en un ARP (Administradora de Riesgos Profesionales), registro de empleados en una EPS (Empresa Prestadora de Servicios de salud), registro de empleados en el fondo de pensiones y cesantías, registro ante la caja de compensación familiar, SENA e ICBF, abrir una cuenta bancaria y verificar ante la Superintendencia de Industria y Comercio SIC si la marca ya existe.

Los trámites para la creación de una empresa en Colombia se dividen en trámites registrales, tramites específicos y tramites laborales, los cuales se pueden observar detalladamente en la tabla 7.

*Tabla 7. Consultas previas*

Actividad	Consulta	Donde se puede consultar
Tipo de empresa	Conozca las características y responsabilidades que implica cada uno de los tipos de empresa (Véase el Anexo E)	Consultar en la página <a href="http://www.crearempresa.com.co">http://www.crearempresa.com.co</a> ó las oficinas de las cámara de comercio de su región, o en el Código de Comercio.
Nombre	Permite conocer si existen o no otras empresas o establecimientos a nivel nacional, con el mismo nombre de la empresa que se va a crear.	Consultar en la pagina <a href="http://www.rue.com.co">www.rue.com.co</a> o en <a href="http://www.crearempresa.com.co">http://www.crearempresa.com.co</a> ó las oficinas de las cámara de comercio de su región.
Marca	Permite verificar si el nombre o expresión que tiene planeado para su marca y/o empresa no se encuentre registrado. Si ya se encuentra registrada consulte otras opciones de nombre o expresión para su marca. Para realizar el registro lleve a cabo los pasos pertinentes en la Superintendencia de Industria y Comercio.  Dado que la Cámara de Comercio no registra nombres iguales a otros que ya se encuentren inscritos, deberá consultar otras opciones de nombre que no estén registradas.	Consultar en la página <a href="http://www.crearempresa.com.co">http://www.crearempresa.com.co</a> , en las oficinas de la Superintendencia de Industria y Comercio ó las oficinas de las cámara de comercio de su región.
Actividad económica	Consultar el Código CIIU o el nombre de la actividad económica.	Consultar en la pagina <a href="http://www.crearempresa.com.co">http://www.crearempresa.com.co</a> ó las oficinas de las cámara de comercio de su región
Simulador de pagos	Le permite proyectar el costo aproximado en el que deberá incurrir para realizar el registro de su empresa ante la cámara de comercio.	Consultar en la página <a href="http://www.crearempresa.com.co">http://www.crearempresa.com.co</a> o las oficinas de la cámara de comercio de su región

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e Icontec (2009)

Algunos de los beneficios que hay de la formalización empresarial es que ofrece mayores posibilidades y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de la empresa y del personal que la constituye, desde el punto de vista empresarial promueve la competencia leal, además de facilitar la gestión de cobro de cartera y el reconocimiento de la empresa dentro del mercado.

*Tabla 8. Trámites para la creación de una empresa en Colombia*

TRÁMITES REGISTRALES		TRÁMITES ESPECÍFICOS		TRÁMITES LABORALES	
Trámites hasta el registro correspondiente	Código	Trámites relacionados según la ubicación de la empresa	Código	Trámites relacionados con la vinculación de personal	Código
Certificado de homonimia	TR1	Certificado del uso del suelo	TRE1	Aportes parafiscales	
Escritura pública	TR2	Paz y Salvo y/o recibo de pago de Impuesto de Industria y Comercio	TRE2	Afiliación en la Caja de Compensación Familiar	TRL1
Inscripción ante la Cámara de Comercio	TR3	Certificado de Condiciones de Sanidad	TRE3	Afiliación en la EPS	TRL2
Registro mercantil	TR4	Certificado de Seguridad y Prevención	TRE4	Afiliación en las Administradoras de Riesgos Profesionales, ARP	TRL3
Matrícula mercantil	TR5	Certificado de Condiciones ambientales	TRE5	Registro de los contratos laborales	TRL4
Certificado de Existencia y Representación Legal	TR6	Certificado de Sayco y ACIM-PRO	TRE6		
Registro Único Tributario, RUT	TR7				
Otros Trámites para iniciar la actividad					
Apertura de cuenta corriente	TR8				
Registro de libros de comercio	TR9				
Registro único de proponentes	TR10				

Fuente: Tomado de Gómez, Martínez y Arzuza (2006)

#### **2.7.4. De la fabricación y comercialización de bebidas alcohólicas**

En primera instancia es importante mencionar el Artículo 298 de la Constitución Política de Colombia, el cual expresa que los departamentos tienen la autonomía de planificar y promocionar el desarrollo económico y social dentro de su territorio en los términos establecidos por la constitución. Se considera fundamental mencionar dicho artículo porque ser requiere dejar en claro el papel que juega la instancia gubernamental en los procesos de desarrollo local.

En cuanto a las disposiciones legales sobre las que deben regirse aquellas unidades productivas que fabrican y comercializan al público en general bebidas alcohólicas, que es donde se ha enmarcado la categoría de bebidas afrodisiacas de Buenaventura, son varias las constituidas por el Ministerio de Salud y Protección Social, estas se observan a continuación:

### **Decreto Número 1686 de 2012**

Por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano.

Considera:

- Que el artículo 78 de la Constitución Política de Colombia, dispone: (...) Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. ( ... )
- Que se hace necesario establecer un reglamento técnico que garantice la calidad de estos productos, estableciendo los requisitos sanitarios que deben cumplir las bebidas alcohólicas, como una medida necesaria para proteger la salud humana y prevenir posibles daños a la misma.
- Autoridades sanitarias competentes. Las autoridades sanitarias competentes son el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA - y las Direcciones Territoriales de Salud, a las que, de acuerdo con la normatividad vigente, les corresponde ejercer funciones de inspección, vigilancia y control y desarrollar las acciones de prevención y seguimiento para garantizar el cumplimiento de lo dispuesto en el presente reglamento técnico.
- Registro sanitario: Es el acto administrativo expedido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA -, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para elaborar y vender; elaborar y exportar; elaborar, importar y vender; importar, hidratar y vender; y envasar y vender, bebidas

alcohólicas que cumplan con las características de composición, requisitos físicos, químicos y microbiológicos y, que sean aptas para el consumo humano.

- Los establecimientos donde se fabriquen elaboren, hidraten y envasen bebidas alcohólicas se certificarán en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). (Ministerio de Salud y Protección Social, 2012).
- En el artículo 6 del mismo Decreto define que la destilación continua o discontinua, la fermentación controlada, la maceración, extracción, decolación y tratamiento de calor y frío, son prácticas permitidas en la elaboración de bebidas alcohólicas

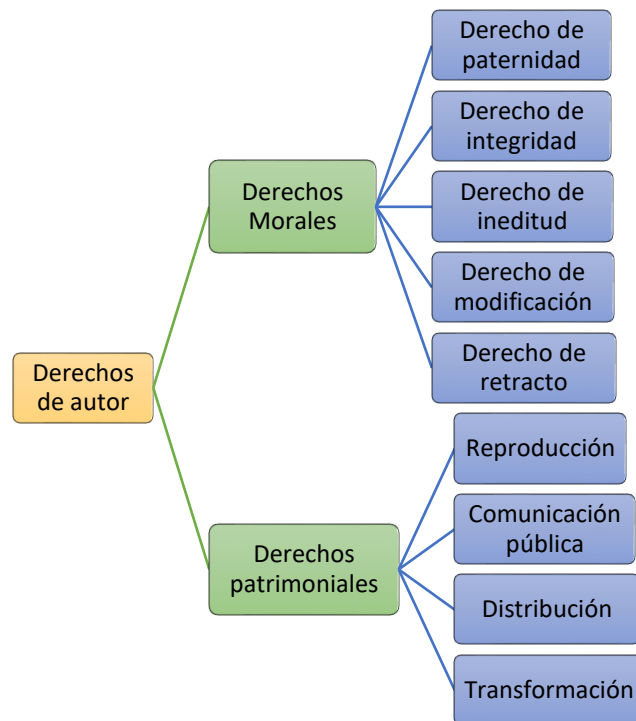
Del Decreto 1686 también hacen parte aspectos como el aseguramiento y control de calidad, rotulado o etiquetado, publicidad, importaciones, exportaciones, inspección, vigilancia y control. Se considera pertinente la citación de dicho decreto porque de manera completa se encuentran todos los requisitos sanitarios con los que se deben cumplir para que las bebidas alcohólicas puedan ser legalmente aptas para el consumo humano.

### **2.7.5. Derechos de autor**

Según la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA) constituida como una Unidad Administrativa especial del Ministerio del Interior, el derecho de autor es un conjunto de normas que protegen los derechos subjetivos del autor de una obra, desde el momento mismo de la creación de la obra sin necesidad de alguna formalidad jurídica. De la autoría se desprenden dos tipos de derechos: Los Derechos Morales y los Derechos Patrimoniales.

Los Derechos Morales facultan al autor para reivindicar en todo tiempo la paternidad de la obra, estos se caracterizan por ser intransferibles, irrenunciables e imprescriptibles. Los Derechos Morales son: (1) Derecho de paternidad: Es la facultad que tiene el autor para exigir que sea reconocido como creador de su obra, (2) Derecho de integridad: Es la facultad que tiene el autor para oponerse a toda transformación de su obra, (3) Derecho de ineditud: Es aquella facultad del autor de querer dar a conocer o no su obra al público, (4) Derecho de modificación: Es la facultad que tiene el autor de hacer cambios en su obra antes o después de su publicación y (5) Derecho de retracto: Es la facultad del autor para retirar su obra de circulación o suspender su utilización (Ver figura 5).

*Figura 5. Derechos Morales y Derechos Patrimoniales*



Fuente: Adaptado de DNDA

Los Derechos patrimoniales son aquellos que le permiten a los autores explotar su obra económicamente y se clasifican en: (1) Reproducción: Consiste en fijar la obra u obtener copias de toda o parte de esta por cualquier medio, (2) Comunicación pública: Es el acto por el cual un grupo de personas puedan tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares, (3) Distribución: Es la disposición de la obra al público mediante la venta o alquiler y (4) Transformación: Es la adaptación, arreglo o cualquier modificación que se le haga a la obra (ver figura 5).

#### **2.7.6. Protección del conocimiento**

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) los siguientes productos deben tener derechos de propiedad intelectual:

- Las obras literarias artísticas y científicas.

- Las interpretaciones de los artistas intérpretes y las ejecuciones de los artistas ejecutantes, los fonogramas y las emisiones de radiodifusión.
- Las invenciones en todos los campos de la actividad humana.
- Los descubrimientos científicos.
- Los diseños industriales.
- Las marcas de fábrica, de comercio y de servicio y los nombres y denominaciones comerciales.
- La protección contra la competencia desleal; y

“todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico”. (OMPI)

Acorde con el Decreto 1162 de 2010 en el capítulo 1, artículo 1 se indica que el Sistema Administrativo Nacional de Propiedad Intelectual es el organismo encargado de coordinar las actividades estatales y de los particulares para lograr un nivel adecuado de protección, uso y promoción de los derechos de propiedad intelectual (...)

También en el artículo 4 se crea la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual (CIPi) con el fin de coordinar y orientar las políticas comunes en materia de propiedad intelectual y de su ejecución, y será presidida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Decreto 1162 de 2010).

### **Registro de marca**

De acuerdo con la Decisión 486 de 2000 del Régimen común sobre propiedad industrial, se establece en el Capítulo I, Artículo 134 que a efectos de este régimen constituirá marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos susceptibles de representación gráfica.

Podrán constituir marcas, entre otros, los siguientes signos:

- a) Las palabras o combinación de palabras;

- b) Las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos
- c) Los sonidos y los olores;
- d) Las letras y los números;
- e) Un color delimitado por una forma, o una combinación de colores;
- f) La forma de los productos, sus envases o envolturas;
- g) Cualquier combinación de los signos o medios indicados en los apartados anteriores.

Capítulo II, Artículo 138. La solicitud de registro de una marca se presentará ante la oficina nacional competente y deberá comprender una sola clase de productos o servicios

Capítulo III, Artículo 152. El registro de una marca tendrá una duración de diez años contados a partir de la fecha de su concesión y podrá renovarse por períodos sucesivos de diez años.

### **Denominación de Origen**

La Superintendencia de Industria y Comercio solo registrará autorizaciones de uso y las modificaciones al reglamento de uso de denominaciones de origen de que se trata en el artículo 208 de la Decisión 486, cuando sean otorgadas por entidades que representen a los beneficiarios de las denominaciones de origen que hayan tramitado y obtenido la declaración de la denominación de origen respectiva.

### **Marca colectiva**

Artículo 180. Se entenderá por marca colectiva todo signo que sirva para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios pertenecientes a empresas diferentes y que lo utilicen bajo el control de un titular.



Artículo 181. Las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos, podrán solicitar el registro de marca colectiva para distinguir en el mercado los productos o servicios de sus integrantes (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f).

### **Registro INVIMA**

Según el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) son ocho los pasos para obtener un registro sanitario de alimentos.

Paso 1. Inscripción de la fábrica según lo dispuesto en el Artículo 126 del Decreto-Ley 019 de 2012.

Paso 2. Identificar la categoría del riesgo para su producto.

Paso 3. Una vez identificada la categoría de riesgo se debe tener en cuenta que si corresponde a riesgo alto requiere RSA, riesgo medio requiere PSA o riesgo bajo requiere NSA.

Paso 4. Tener en cuenta que se pueden amparar alimentos bajo un mismo registro, permiso o notificación sanitaria en los casos establecidos en el artículo 42 de la Resolución 2674 de 2013.

Paso 5. Si se trata de un alimento de riesgo alto o medio verificar los requisitos para la obtención de RSA o PSA.

Paso 6. Diligenciar los formularios tanto de información básica, como de solicitud de Registro, Permiso o Notificación Sanitaria, según sea el caso.

Paso 7. Verificar la tarifa que debe cancelar según el trámite requerido en el manual tarifario, y realizar el pago en cualquier oficina de Davivienda.

Paso 8. Presentar o enviar dicha documentación en carpeta blanca foliada en la Oficina de Atención al Ciudadano ubicada en la sede central del INVIMA. (INVIMA, 2016).

### Matriz de análisis por cada entorno

*Tabla 9. Matriz de análisis entorno geofísico*

Variable	A/O	AM	am	om	OM
La posición estratégica de Buenaventura favorece las actividades comerciales, lo que la constituye en centro de acopio y abastecimiento tanto para el consumo local como para la región costera	O			X	
La Costa Pacífica colombiana ha sido vista como un área marginal con características geográficas (topográficas, de acceso y climáticas), que impiden su crecimiento social, cultural, económico y político.	A	X			

Fuente: Esta investigación

*Tabla 10. Matriz de análisis entorno social*

Variable	A/O	AM	am	om	OM
Más de la mitad de la población urbana y el total de la rural son considerados pobres	A	X			
El empleo informal llega al 90,3%	A	X			
En 2016 el 27% de la población estaba ocupada, un 20% desempleada, y el 54% en una población inactiva	A	X			
las unidades empresariales formalizadas corresponden a microempresas, las pequeñas corresponden a un 54% y el restante entre las grandes y medianas empresas llega sólo al 0,9%	A	X			
La cobertura de alcantarillado se encuentra solo en el 60%	A		X		
El 50% de la población se autoreconoce como víctima del conflicto armado	A	X			

Fuente: Esta investigación

*Tabla 11. Matriz de análisis entorno demográfico*

<b>Variable</b>	<b>A/O</b>	<b>AM</b>	<b>am</b>	<b>om</b>	<b>OM</b>
Buenaventura es uno de los municipios con mayor concentración de población afrodescendiente en Colombia	O				X
Existe un 11% de la población sin pertenencia étnica	A		X		
Las mujeres entre los 20 y los 24 son el grupo poblacional mayoritario en la población indígena en la Cabecera de Buenaventura	O				X

Fuente: Esta investigación

*Tabla 12. Matriz de análisis entorno ambiental*

<b>Variable</b>	<b>A/O</b>	<b>AM</b>	<b>am</b>	<b>om</b>	<b>OM</b>
La zona rural de Buenaventura se caracteriza por un alto grado de biodiversidad	O				X
Hay contaminación atmosférica y auditiva, ya que las vías de acceso suelen permanecer ocupadas por vehículos con mercancía para transportar al puerto o desde el puerto hacia el resto del país	A	X			
Los residuos de los ríos Dagua y Anchicayá que hacen necesarios constantes dragados en el canal de acceso al muelle, liberando así diferentes residuos a las aguas	A	X			

Fuente: Esta investigación

*Tabla 13. Matriz de análisis entorno económico*

<b>Variable</b>	<b>A/O</b>	<b>AM</b>	<b>am</b>	<b>om</b>	<b>OM</b>
Muchas de las actividades económicas en Buenaventura no han logrado desarrollarse como sistemas productivos competitivos	A	X			
La tasa de desempleo en Buenaventura se ubicó en 18.0% lo que indica que más de la mitad de la población se encuentra inactiva	A		X		
La mayor actividad económica que se genera en Buenaventura es la portuaria, sin embargo, hay otras actividades que generan recursos como por ejemplo las actividades agropecuarias, servicios, comercio, industria y turismo	O			X	
En la actividad agropecuaria los principales cultivos que se destacan son: el chontaduro, el borojó, los cítricos, la yuca y el bananito	O				X

Fuente: Esta investigación

*Tabla 14. Matriz de análisis entorno cultural*

<b>Variable</b>	<b>A/O</b>	<b>AM</b>	<b>am</b>	<b>om</b>	<b>OM</b>
Su gastronomía, su folclore y el conjunto de valores y creencias hace que sea un territorio único, alegre y especial	O			X	
La población de Buenaventura es intercultural, donde los indígenas y la población afro pacífica luchan día a día por preservar sus costumbres	O				X
Diversidad gastronómica la cual guarda una estrecha relación con el mar, esteros, manglares y ríos	O			X	
Conocimiento de la producción y comercialización de las bebidas ancestrales afro (afrodisiacas y de sanación), tradición que se transmite de generación en generación	O				X
El cantar es una manifestación cultural que se hace en diferentes momentos desde parir hasta morir	O			X	
Las costumbres foráneas atentas contra las tradiciones propias de la cultura afro	A	X			

Fuente: Esta investigación

*Tabla 15. Matriz de análisis entorno jurídico*

<b>Variable</b>	<b>A/O</b>	<b>AM</b>	<b>am</b>	<b>om</b>	<b>OM</b>
La formalización empresarial ofrece oportunidades de crecimiento, promueve la competencia leal, facilita la gestión de cobro de cartera y reconocimiento de la empresa en el mercado	O				X
El 46,2% de las microempresas son informales, en el sentido de no tener registro mercantil	A	X			
El proceso de formalización empresarial en Colombia es engorroso.	A		X		
Los registros INVIMA para bebidas tienen un costo alto que no es fácil de pagar para los productores de bebidas ancestrales en Buenaventura	A	X			
Los productores de bebidas ancestrales no cumplen con las normas jurídicas para la elaboración y comercialización de sus productos	A	X			
Los productores de bebidas ancestrales no cuentan con una marca colectiva o denominación de origen que les permita proteger su conocimiento y los productos que elaboran	A	X			

Fuente: Esta investigación

*Tabla 16. Matriz de análisis del entorno*

VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
La posición estratégica de Buenaventura favorece las actividades comerciales, lo que la constituye en centro de acopio y abastecimiento tanto para el consumo local como para la región costera	O			X	
La tasa de desempleo en Buenaventura se ubicó en 18.0%, lo que indica que más de la mitad de la población se encuentra inactiva	A		X		
Más de la mitad de la población urbana y el total de la rural son considerados pobres	A	X			
La cobertura de alcantarillado se encuentra solo en el 60%	A		X		
El empleo informal llega al 90,3%	A	X			
La zona rural de Buenaventura se caracteriza por un alto grado de biodiversidad	O				X
La mayor actividad económica que se genera en Buenaventura es la portuaria, sin embargo, hay otras actividades que generan recursos como por ejemplo las actividades agropecuarias, servicios, comercio, industria y turismo	O			X	
Muchas de las actividades económicas en Buenaventura no han logrado desarrollarse como sistemas productivos competitivos	O				X
El analfabetismo se ubica en el 17%	A		X		
Su gastronomía, su folclore y el conjunto de valores y creencias hace que sea un territorio único, alegre y especial	O			X	
La formalización empresarial ofrece oportunidades de crecimiento, promueve la competencia leal, facilita la gestión de cobro de cartera y reconocimiento de la empresa en el mercado	O				X
La Costa Pacífica colombiana ha sido vista como un área marginal con características geográficas (topográficas, de acceso y climáticas), que impiden su crecimiento social, cultural, económico y político.	A	X			
En 2016 el 27% de la población estaba ocupada, un 20% desempleada, y el 54% en una población inactiva	A	X			
El 50% de la población se autoreconoce como víctima del conflicto armado	A	X			
Buenaventura es uno de los municipios con mayor concentración de población afrodescendiente en Colombia	O				X
Existe un 11% de la población sin pertenencia étnica	A		X		

VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
Las mujeres entre los 20 y los 24 son el grupo poblacional mayoritario en la población indígena en la Cabecera de Buenaventura	O				X
Hay contaminación atmosférica y auditiva, ya que las vías de acceso suelen permanecer ocupadas por vehículos con mercancía para transportar al puerto o desde el puerto hacia el resto del país	A	X			
Los residuos de los ríos Dagua y Anchicayá que hacen necesarios constantes dragados en el canal de acceso al muelle, liberando así diferentes residuos a las aguas	A	X			
En la actividad agropecuaria los principales cultivos que se destacan son: el chontaduro, el borojó, los cítricos, la yuca y el bananito	O				X
La población de Buenaventura es intercultural, donde los indígenas y la población afro pacífica luchan día a día por preservar sus costumbres	O				X
Diversidad gastronómica la cual guarda una estrecha relación con el mar, esteros, manglares y ríos	O			X	
Conocimiento de la producción y comercialización de las bebidas ancestrales afro (afrodisiacas y de sanación), tradición que se transmite de generación en generación	O				X
El cantar es una manifestación cultural que se hace en diferentes momentos desde parir hasta morir	O			X	
Las costumbres foráneas atentas contra las tradiciones propias de la cultura afro	A	X			
El 46,2% de las microempresas son informales, en el sentido de no tener registro mercantil	A	X			
El proceso de formalización empresarial en Colombia es engorroso.	A		X		
Los registros INVIMA para bebidas tienen un costo alto que no es fácil de pagar para los productores de bebidas ancestrales en Buenaventura	A	X			
Los productores de bebidas ancestrales no cumplen con las normas jurídicas para la elaboración y comercialización de sus productos	A	X			
Los productores de bebidas ancestrales no cuentan con una marca colectiva o denominación de origen que les permita proteger su conocimiento y los productos que elaboran	A	X			

Fuente: Esta investigación

*Tabla 17. Matriz integrada del entorno*

VARIABLE CLAVE	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
<p>Más de la mitad de la población urbana y el total de la rural son considerados pobres</p> <p>ENTORNO SOCIAL</p>	<p>La tradición de las bebidas afrodisiacas es transmitida de generación en generación. Sin embargo, la elaboración y comercialización de estos productos como son elaborados actualmente no les permite a las familias superar el grado de pobreza en el que se encuentran.</p>	<p>El 64% de la población urbana y el 91% de la rural son considerados pobres. A pesar de que se considera uno de los municipios con mayor potencial económico de la región vallecaucana. El índice de pobreza multidimensional a nivel nacional es de 49% y Buenaventura tiene el 66%. Tendencia: Debido a que Buenaventura conecta con más de 200 puertos alrededor del mundo, se prevé que se convierta un nodo estratégico para el país en términos industriales y de comercio exterior. Sin embargo, a través de la historia se puede denotar que este municipio no ha podido crecer y sigue teniendo uno de los índices de pobreza más altos del país.</p>	<p>La pobreza es un problema que afecta el desarrollo del país. Es un tema transversal que impide que los habitantes gocen de buena salud, de educación, alimentación adecuada, seguridad y en general contar con calidad de vida.</p>



## Continuación

VARIABLE CLAVE	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
<p>El empleo informal llega al 90,3%</p> <p>ENTORNO SOCIAL</p>	<p>La mayoría de las unidades productivas que trabajan en la elaboración y comercialización de bebidas afrodisiacas en Buenaventura no cuentan con un empleo formal, por lo que no cuentan con garantías laborales que les permita tener una estabilidad económica.</p>	<p>En Colombia el 41% de las microempresas son informales (Cárdenas y Mejía 2007, citado por Santa María &amp; Rozo, 2008). En el caso de Buenaventura el empleo informal llega al 90,3% (DNP, 2017). Según Boletín Técnico del DANE sobre mercado laboral de la ciudad de Buenaventura 2016, indica que la posición ocupacional trabajador por cuenta propia fue la principal fuente de empleo con una participación del 46%, seguido del obrero, empleado particular con el 39.7% y otras posiciones ocupacionales con un 14,3% (DANE, 2017). Tendencias: La problemática de este municipio según el personero es que los trabajos como cargador se los dan a los habitantes y los cargos medios y altos se los dan a personas de otros lados, por lo que es muy factible que ésta situación siga continuando.</p>	<p>La informalidad es una problemática que afecta el desarrollo normal de un territorio. Trae consigo que las personas no coticen su seguridad social y su pensión lo que puede afectar su salud y su calidad de vida a corto, mediano y largo plazo. Otras consecuencias son: la generación de empleos de baja calidad actúa como competencia desleal, congestiona los servicios públicos sin aportar a su financiación.</p>

## Continuación

VARIABLE CLAVE	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
<p>La zona rural de Buenaventura se caracteriza por un alto grado de biodiversidad</p> <p>ENTORNO AMBIENTAL</p>	<p>El hecho de que Buenaventura cuente con la materia prima para elaborar las bebidas afrodisiacas hace que tenga un valor agregado concerniente a su identidad que los hace diferentes y producir sus bebidas de frutos de la naturaleza.</p>	<p>Buenaventura es fuerte en productos como: chontaduro, borojó, bananito, coco, caña panelera y maíz chocoso. Algunos de ellos utilizados en la elaboración de bebidas afrodisiacas. Tendencias: Si bien la agricultura se está reinventando día a día, y se están incorporando nuevas tecnologías en este campo, hay elementos culturales o autóctonos por los que la población tienen preferencia. Es el caso de las bebidas afrodisiacas del Pacífico, las cuales con muy apetecidas en la región.</p>	<p>El impacto de la agricultura sobre un territorio considera un impacto ambiental importante, entre algunas razones por el uso de plaguicidas y fertilizantes o la deforestación. Sin embargo, los recursos naturales bien aprovechados son óptimos para el consumo, siempre y cuando se tenga un cuidado especial con la naturaleza.</p>
<p>Muchas de las actividades económicas en Buenaventura no han logrado desarrollarse como sistemas productivos competitivos</p> <p>ENTORNO ECONÓMICO</p>	<p>El sector de las bebidas alcohólicas de corte tradicional o ancestral se han caracterizado por producirse de forma artesanal, en hogares afrodescendientes de la Costa Pacífica. Estos productos son comercializados en su territorio o en ferias y fiestas tradicionales que se desarrollan a nivel local, regional y en algunos casos nacional.</p>	<p>La elaboración de bebidas fermentadas no destiladas es una de las actividades más frecuentes del sector industrial con un 26%. Las bebidas fermentadas son hechas con fórmulas ancestrales transmitidas de generación en generación como parte autóctona y cultural de la Región Pacífica; estas bebidas hoy en día son comercializadas en el mercado informal o en eventos culturales donde se ofrecen este tipo de productos, los cuales no tienen ningún tipo de registro INVIMA. Tendencias: Esta actividad económica es muy usual en el Pacífico colombiano. Sin embargo, la forma en que elaboran estos productos es artesanal y no cuenta con tecnología ni con registros de seguridad como el INVIMA para poder comercializarlos y de esta manera lograr ser competitivos en el mercado.</p>	<p>El consumo de bebidas afrodisiacas es un aspecto cultural del Pacífico colombiano con el cual se sienten identificados. El consumo en exceso de estas bebidas puede llegar a ser perjudiciales para la salud, por lo que se recomienda consumirlas moderadamente.</p>

## Continuación

VARIABLE CLAVE	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
<p>La formalización empresarial ofrece oportunidades de crecimiento, promueve la competencia leal, facilita la gestión de cobro de cartera y reconocimiento de la empresa en el mercado</p> <p>ENTORNO JURÍDICO</p>	<p>La relación de la formalización empresarial con el sector de las bebidas alcohólicas es una estrategia que pretende impulsar a estas unidades productivas para que tengan mayor productividad, desarrollo y reconocimiento tanto a nivel regional, nacional como internacional</p>	<p>En Buenaventura los trabajadores independientes presentan un importante nivel de informalidad. Aproximadamente 1.000 empresas no están formalizadas empresarialmente. Tendencias: Las campañas que adelantan la Cámara de Comercio y entidades gubernamentales como la Gobernación del Valle, buscan impulsar la formalidad empresarial gradualmente, para ello es importante que las unidades productivas o los trabajadores independientes entiendan la importancia de la formalización empresarial y los beneficios que esta trae.</p>	<p>La formalidad empresarial ofrece al emprendedor un ambiente propicio para trabajar, genera crecimiento y asociatividad que permiten promover su competitividad. Entre más empresas sean formalizadas mayor crecimiento y desarrollo habrá en el territorio.</p>

Fuente: Esta investigación

### 3. CARACTERIZACIÓN DE LAS BEBIDAS ANCESTRALES

#### 3.1. Composición de las bebidas afrodisiacas

El origen de los afrodisíacos se remonta antes de la antigua Grecia, época en la que se utilizaban plantas y alimentos con el fin de fomentar el deseo sexual en hombres y mujeres. Tal como se había mencionado en la justificación del presente estudio, la palabra "afrodisíaco" tiene una connotación especial, ya que se le dio este nombre en honor a Afrodita, la seductora diosa griega del amor y la belleza, quien tenía como virtud conocer los ritos para fortalecer los ánimos de los hombres fatigados, cocinándoles filtros y pociones de amor con las que encendía sus deseos más delirantes a sus amantes (Cruz, 2000).

En el Pacífico colombiano, especialmente en el Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño, se da la producción, distribución y consumo de bebidas ancestrales afrodisíacas o con propiedades curativas, así mismo estos lugares se destacan por su gastronomía, música y bailes característicos de su cultura; conocimientos transmitidos de generación en generación y que aún siguen vigentes en el presente.

Algunos de los mitos de las bebidas ancestrales elaboradas en el Pacífico colombiano es que son elaboradas con fines medicinales y propiedades curativas como la Botella Curada, Viche curado elaborada a bases de raíces. Con la Tomaseca, y la materia prima que es el viche las curanderas curan cinco males de ojos y seis clases de espanto (es cuando alguien se asusta por algún suceso y se altera el sistema nervioso).

Según Dimas Orejuela Licenciado en Ciencias Social “El viche es un elemento de la ancestralidad afro que merece ser salvaguardado utilizado en procesos de fecundación y/o reproducción, más allá de que sea afrodisíaco es que el viche con las yerbas medicinales utilizadas prepara el útero y la próstata para que tengan más fuerza, para que esté más limpia, y no hay nada que obstaculice ese proceso de fecundación. Una vez una mujer da a luz se le da Tomaseca durante 40 días para fortalecerle el vientre, limpiárselo y sobre todo preparándolo para el siguiente parto o la siguiente fecundación”.


En caso de los hombres la Tomaseca aligera el proceso para una fecundación efectiva durante el proceso en que las mujeres están fértiles para que la bebida sea efectiva. A este bebedizo hay que agregarle fe, confianza y seguir las recomendaciones.

Con nombres llamativos, hechas en su mayoría de forma artesanal y envasadas en botellas de plástico, algunas de las bebidas afrodisíacas más representativas en los departamentos de la costa



Pacífica colombiana son: el arrechón, la tomaseca, el vinete, el tumbacatre, el viche, el viche anisado, la crema de viche, el revidurax, el pipilongo, entre otras.


A continuación se presentan las fichas técnicas de las bebidas artesanales producidas en el Pacífico colombiano, actualmente se cuenta con una gran variedad de bebidas de tipo medicinal o afrodisiaca, para efecto de este trabajo se han escogido la bebidas que según los protagonistas de esta investigación son las más vendidas por los microempresarios en su tierra natal, en otras ciudades de la región como Cali, en otras ciudades en puestos improvisados en la calle, centros comerciales o en ferias o festivales donde la cultura afrodescendiente está presente.


*Tabla 18. Fichas técnicas bebidas ancestrales del Pacífico colombiano*


<b>Ficha técnica del Viche</b>	
<b>Ingredientes</b>	Caña de azúcar cruda.
<b>Preparación</b>	Es la toma más pura y fuerte de la caña de azúcar, mezclada con raíces fermentadas para adquirir su sabor, el guarapo de caña se destila en ollas de barro.
<b>Propiedades</b>	Cura enfermedades, mejora la circulación y tiene propiedades afrodisiacas.
<b>Presentación de empaques</b>  Presentación en envase plástico por 250 ml Presentación en envase plástico por 500 ml Etiqueta con nombre del productor, nombre de otros productos y datos de contacto Nota: Anteriormente las bebidas eran envasadas en botellas recicladas donde se envasaban bebidas gaseosas	

<b>Ficha técnica de El Arrechón</b>	
<b>Ingredientes</b>	Viche (bebida fermentada que sale de la caña de azúcar), picha (pene de tortuga), borojó (fruta energética con alto contenido de vitamina B), kola granulada (suplemento nutricional), leche condensada (leche de vaca con azúcar), leche, y miel de abejas y clavos.

<b>Preparación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poner en una olla leche.</li> <li>- Agregar el borojó, la picha y la kola granulada.</li> <li>- Dejar hervir por 5 minutos.</li> <li>- Una vez haya hervido, licuar y colar.</li> <li>- Añadir el viche, leche condensada, crema de leche, miel de abejas y clavos licuar nuevamente.</li> </ul>
<b>Propiedades</b>	Afrodisiacas.
<b>Presentación de empaques</b>  Presentación en envase plástico por 250 ml. Presentación en envase plástico por 500 ml.  Nota: Anteriormente las bebidas eran envasadas en botellas recicladas donde se envasaban bebidas gaseosas.	 

<b>Ficha técnica de la Tomaseca</b>	
<b>Ingredientes</b>	Dulce de panela, viche y plantas medicinales, como canela pimienta y nuez moscada (fruto de una planta de hoja perenne).
<b>Preparación</b>	Escoger las plantas medicinales y llevar a proceso de fermentación.
<b>Propiedades</b>	Se le atribuye el don de limpiar la matriz.
<b>Presentación de empaques</b>  Presentación en envase plástico por 375 ml	

Ficha técnica de la Tumbacatre	
<b>Ingredientes</b>	Viche, chontaduro (palmera de altura, cultivada en climas calientes y de frutos comestibles), borojó y bejuco selvático que se extrae de la selva pacífica.
<b>Preparación</b>	Mezclar los ingredientes y dejar fermentar <sup>10</sup> .
<b>Propiedades</b>	Afrodisiacas. También recomendada para mujeres que han dado a luz. Esta bebida se us mucho durante el embarazo y el posparto.
<b>Presentación de empaques</b>  Presentación en envase plástico por 375 ml.	

Ficha técnica de la Crema de Viche	
<b>Ingredientes</b>	Viche, leche condensada, crema de leche, nuez moscada y hierbas aromáticas.
<b>Preparación</b>	Licuar los ingredientes, dejar reposar y envasar.
<b>Propiedades</b>	Sirve para las personas que estudian o trabajan con números, para que tengan buena memoria.
<b>Presentación de empaques</b>  Presentación en envase plástico por 375 ml	

<sup>10</sup> Fermentar: Algunas bebidas se fermentar para su consumo como “chichas”. Se fermenta el zumo de la caña de azúcar para producir alcohol como el viche.

Fuente: Productoras de bebidas ancestrales de Buenaventura, las imágenes son reales y se observan en sus puestos comerciales ubicados en el centro de la ciudad (2018).

La botella curada es otra de las expresiones más naturales que se dan en la cultura afrocolombiana. Esta bebida se hace a base de Viche como las otras antes mencionadas, contiene numerosas hierbas que influyen más de 20 especies, más el conocimiento, energía y poder espiritual de quien la prepara. Su uso es especial para evitar enfermedades.



Durante la investigación acerca de los ingredientes y la preparación de las bebidas artesanales en el Pacífico colombiano se encontró que la información al respecto no está consignada de manera oficial en algún documento, por lo que se infiere que todo el conocimiento ancestral se encuentra tácito en las personas que las producen y en las familias de cuya actividad depende su sustento económico, no se ha encontrado mucha literatura al respecto, la información encontrada ha sido en su mayoría de blogs de internet.

Para conocer más de estas bebidas el trabajo de campo fue desarrollado en Buenaventura donde se tuvo contacto con Polanía Cuevas quien tiene su unidad productiva “La Pola & asociados S.A.S”, Sixta Tulia Rentería con su microempresa “Sabores Sixta y Asociados S.A.S.”, Mary Mosquera con “La Reina del Sur” y Belarmina Riascos. Todas estas mujeres ubicadas en el municipio de Buenaventura son productoras y distribuidoras de las bebidas ancestrales.

Con las entrevistas realizadas a estas emprendedoras se obtuvo información, aunque no dieron recetas exactas de la preparación de las bebidas, puesto que argumentan que es su conocimiento y no quiere que este sea arrebatado. Además afirman que las bebidas artesanales producidas en Buenaventura aunque tenga los mismos nombres e ingredientes similares nunca quedan con el mismo sabor, es decir cada unidad productiva hace un Tumba Catre, un Arrechón o una Tomaseca diferente.

Los productores de bebidas ancestrales son unidades económicas familiares, en la mayoría de los casos la generación de empleo se da en el momento de comercializar las bebidas, ya sea a nivel local, regional en eventos, nacional e internacional con las encomiendas. El tipo de empleo que se da es informal, los comerciantes no tienen ningún beneficio como el pago de su seguridad social. La cadena de producción empieza desde que se cultiva la caña de azúcar, después pasa al proceso de



destilación de donde se origina el viche, esta bebida es distribuida a las demás unidades productivas quienes lo procesan o mezclan para obtener nuevas bebidas. Una vez están listas las bebidas son comercializadas por las mismas familias o entregada a quienes se encargan de la comercialización fuera del territorio, finalmente llega al consumidor.

En Buenaventura los consumidores de estas bebidas y extranjeros que llegan por primera vez pueden encontrarlas en el centro o cerca del malecón. Uno de los puestos más reconocidos en el municipio es el “La Pola & Asociados S.A.S”. Doña Pola ofrece bebidas como el arrechón, la crema de viche, la tomaseca, el viche puro, la botella curada, así mismo dulces de la región como cocadas (ver imagen 2).

*Imagen 2. Puesto de bebidas artesanales “La Pola & Asociados .S.A.S” Buenaventura*



Fuente: Esta investigación

Otro puesto, contiguo al de Doña Pola es el de Sixta “Sabores Sixta y Asociados” quien ofrece las mismas bebidas pero con un sabor y textura diferente, puesto que así se llamen igual el sabor de cada productor es distinto (ver imagen 3).

*Imagen 3. Puesto de bebidas artesanales “Sabores Sixta y Asociados” Buenaventura*



Fuente: Esta investigación

La Reina del Sur prepara en su puesto comercial las cocadas con sus propias manos, también vende los diferentes tipos de bebidas ancestrales. Mary Mosquera (en la imagen 4) afirma que el oficio de hacer las bebidas y las cocadas lo aprendió de su madre y su progenitora lo aprendió de su abuela, por lo que ha sido y será transmitido de generación en generación.

*Imagen 4. Puesto de bebidas artesanales “La Reina del Sur” Buenaventura*



Fuente: Esta investigación

Belarmina Riascos es una productora de las bebidas ancestrales que aún lo hace de una forma artesanal, pero su interés por formalizarse está presente puesto que desea consolidarse en el mercado y poder ser más competitiva, ya que esta actividad es el sustento de su hogar.

*Imagen 5. Productora de bebidas artesanales Belarmina Riascos- Buenaventura*



Fuente: Esta investigación

La principal bebida que se toma pura pero también es un insumo para el resto de las bebidas destiladas del Pacífico colombiano es el “Viche”, el cual es el equivalente al aguardiente pero producido de manera artesanal en las casas de mujeres afrodescendientes. Los efectos son casi inmediatos [...] Las bebidas son para curar, contienen vitaminas que sirven para curar cualquier cosa desde un dolor de cabeza hasta una persona que no puede tener familia ¡con eso tiene! [...] así lo afirma Polanía Cuevas.

Mary Mosquera es una productora y comercializadora de las bebidas artesanales en el Centro de Buenaventura y de dulces típicos como la cocada, aprendió a hacerlas hace 30 años con la enseñanza de su madre. Ubicada en un sitio estratégico de la ciudad, ella describe las propiedades de las bebidas de la siguiente manera:

Arrechón para la arrechera, la Crema de Viche para el cansancio, el Curao para tener hijos, para los miomas, para limpiar la sangre. Tengo la TomaSeca para los quistes, para limpiar la sangre. La Arrancagallo para arrancar el gallo. Dulces, aceite de coco, de tiburón. El aceite de tiburones para la gripa, la tos, el asma y el de coco es para el dolor en los huesos, para el Alzheimer, para el dolor de oído, para adelgazar.

Normalmente, al consumir estos productos las comunidades se deleitan escuchando instrumentos como la marimba y bailando sus ritmos tradicionales como el currulao, reflejando de esta manera la alegría que caracteriza a la población del litoral Pacífico.

### **3.2. Caracterización de la población**

El Pacífico colombiano es una de las regiones con mayor biodiversidad en el mundo y es el hogar de una considerable población afrodescendiente. Población que día a día lucha por mantener sus saberes y tradiciones como elementos esenciales de vida e identidad, a pesar de situaciones como el desplazamiento forzado, el impacto de los cultivos de uso ilícito, los monocultivos y la migración a otras ciudades del país en búsqueda de oportunidades (Ministerio de Cultura, 2016).

La población que produce y comercializa las bebidas artesanales en el Pacífico colombiano en su mayoría son mujeres, quienes también participan en el cultivo y transformación de la caña de azúcar y en el proceso de recogerla y llevarla a trapiche, “La cadena de producción y comercialización está claramente en sus manos y son ellas quienes juegan un papel principal en la transmisión del oficio” (Meza, *et.al*, 2012).

El conocimiento de la producción de las bebidas ancestrales es aprendido de generación en generación en las familias del Pacífico colombiano y se convierte en base de su economía. Su comercialización se hace entre sus mismas comunidades, algunas tiene un mayor alcancé en

ciudades como Cali y Bogotá, y están presentes mediante la participación en ferias, fiestas y festivales que se realizan en la región Pacífica.

*Imagen 6. Molienda en el trapiche matacuatro de Pilizá –Bajo Baudó, Chocó*



Fuente: Meza, 2012

Buenaventura es el epicentro de consumo de bebidas destiladas artesanales de toda la región, en el caso de la bebida del Viche es hecha en las partes rurales, en lugares en los que era difícil acceder por temas del conflicto armado, por esas razones las personas debían salir a comercializar sus productos fuera de su territorio.

En el trabajo de campo se identificó que en la cadena productiva hay unos grupos que se dedican a la destilación del viche o de la fermentación de la panela, y otros grupos que se dedican al mercadeo del producto terminado ya sea al por mayor o al detal. Es importante mencionar que el proceso de fermentación puede durar hasta seis meses. En el caso del comparador hay unos que son los nativos de estos territorios que lo pueden llegar a consumir esas bebidas una o dos veces por semana, y otros usuarios que solo lo compran en festividades el cual es un comprador ocasional.

“[...] yo hago el arrechón, la crema de viche, la tomaseca y el viche puro en mi casa, mi instrumento es la licuadora donde proceso, [...] A veces a uno le hacen pedidos de Bogotá, de la gente que ya se ha dado cuenta de todo y yo se los mando [...]” (Polania Cuevas, 2018).

“[...] Antes yo hacía las bebidas y las ponía en botellas recicladas de aguardiente, esa era la botella que yo presentaba, que no voy a hablar lo que no es, sin etiqueta ni nada, y después fuimos mejorando la presentación ya empezamos a comprar las botellas ya cuando llegamos en el primer Petronio que hicieron en la plaza de toros ya yo llevaba las botellas plásticas tengo hasta fotos, las botellas plásticas, pero sin etiquetas porque nadie sabía nada de eso [...] Sabíamos cual era cada

bebida por su color, la blanca es la crema de viche, el arrechón es rosado porque contiene cola granulada, el viche natural es transparente y la tomaseca es negra [...]”.

El canto, la música y la danza son muy comunes entre la población afrodescendiente, desde el ocaso de la esclavitud estas celebraciones eran acompañadas por el Viche, la alegría los caracteriza, son rumberos y les gusta el sancocho ñato, el tapado de pescado con arroz de coco y con patacón, escuchan toda la música del Pacífico, esa es su cultura afirma Sixta Tulia Rentería que “viene de los ancestros”.

Los sabores y saberes relacionados con la alimentación y las cocinas tradicionales del litoral Pacífico colombiano son muestra de la adaptación de comunidades, especialmente afrodescendientes, a un territorio con una diversidad biológica muy amplia y con unas condiciones geográficas, morfológicas y ambientales muy diferentes a otras regiones del país (Ministerio de Cultura, 2016, p.13).

### **3.3. Festival de música Petronio Álvarez**

El motivo por el cual se hace un apartado solo para el Festival de música Petronio Álvarez, es porque es una de las festividades más importantes que se celebran en el país en torno a la cultura de la costa Pacífica y que reúne la mayor cantidad de unidades productivas que elaboran las bebidas autóctonas del Pacífico, junto con aquellas que cocinan los platos típicos y donde se presentan grupos musicales que le cantan al Pacífico y a sus tradiciones.

Este festival se celebra anualmente en el mes de agosto en la ciudad de Cali desde 1996 y se ha convertido en evento insignia y de orgullo del Pacífico colombiano, espacio multicultural al que confluyen personas de varios lugares del mundo con el ánimo de disfrutar de la cultura afrodescendiente.

El Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez celebró recientemente su versión XXII, la cual contó con variedad gastronómica (platos como Tumba Catre, Sancocho Tres Carnes, Camarón Muchilla, Totollo, Enconcado de Pianguil) y dónde los asistentes disfrutaron de una gran muestra artística con ritmos del Pacífico como el Abozao, el bunde, el currulao, la juga, entre otros. Algunas de las canciones más conocidas que han nacido en el este Festival son:

Kilele - Grupo Bahía

El Birimbí –Grupo Bahía

La memoria de Justino-Grupo Socavon

## La lunita con el son-Bambuco Patiano

*Imagen 7. Festival de música Petronio Álvarez, 2018*



Fuente: Esta investigación

\*En la parte derecha de la foto se encuentran los espacios de las personas que venden las bebidas ancestrales del Pacífico

*Imagen 8. Grupos musicales del Pacífico colombiano*



Fuente: Festival de Música Petronio Álvarez (2018)

El Petronio es un evento que como otros celebrados en la región se han convertido en una forma de legitimar la tradición de la elaboración de las bebidas ancestrales. Pues estas bebidas anteriormente eran prohibidas y gracias a festivales como el Petronio Álvarez les han dado vida a estos productos que son apetecidos por colombianos y extranjeros. La música es la representación del fuerte arraigo cultural de la población afrocolombiana, el Petronio como se le dice popularmente se ha convertido en el espacio más importante del país que representa la cultura afropacífica a través de la música, ha inspirado a muchos para conformar grupos musicales que con canticos e instrumentos autóctonos transmiten su alegría.

A lo largo de 21 años, el Festival de Música del Pacífico “Petronio Álvarez” ha sido más que un encuentro musical. Se ha constituido en un espacio en el que músicos, cocineras tradicionales, portadores y portadoras de tradición y asistentes, tejen lazos de hermandad en una ciudad cosmopolita, que es hoy el centro de la dinámica cultural del Pacífico colombiano (Sevilla & Cabezas, 1997-2016).

El Petronio se desplaza también hacia las universidades llevando la música y las tradiciones ancestrales de la costa Pacífica. También cuenta con un espacio para los más pequeños en un espacio lúdico pedagógico: Quilombo “German Patiño Ossa”, donde historiadores cuentan acerca de la cultura afro y también hay representaciones musicales. En esta gran fiesta del Pacífico se puede encontrar 200 stands con la representación de cocinas tradicionales, bebidas autóctonas, dulcería y mecató, cocina en vivo, artesanías, instrumentos, diseño de peinados y cosméticos.

*Imagen 9. Representación musical en el Quilombo “German Patiño Ossa”*



Fuente: Esta investigación

Este tipo de festivales son importantes para la comunidad afrocolombiana, por ello el presidente electo Iván Duque afirma que las industrias culturales en Colombia representan económicamente más que lo que aportan la minería y el café, por lo que confirma su apoyo hacia esta clase de eventos y a la cultura del país.

*Para una juga la tortuga,*

*Para un currulao el venao,*

*Para una masa Tomasa,*

*Para bañar por encima la corvina,*

*Para bañar por el plan el caimán,*

*Para bañar por debajo el gualajo.*

(Versión Ana Francisca Hernández)

Compilado por A. Vanín, 1986,

Citado por Ministerio de Cultura, 2016).

#### **4. ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA INTERNA DE LAS PRODUCTORAS DE BEBIDAS ANCESTRALES EN BUENAVENTURA**

Hasta hace 15 años las bebidas destiladas artesanales en Colombia eran consideradas ilegales. Esto porque se consideraba que su elaboración se hace en condiciones de salubridad no adecuadas por lo que se considera que puede conllevar a la adicción o a la intoxicación.

En Colombia, la activación patrimonial de bebidas destiladas artesanales hasta ahora parece ser poco viable debido al peso que tiene la larga tradición del monopolio licorero departamental que ha mantenido a tales bebidas en la clandestinidad. (*Meza y otros, 2012*).

Sin embargo, aunque su elaboración sigue siendo artesanal y en las casas de las mujeres del Pacífico colombiano, al cabo del tiempo han venido siendo legitimizadas a causa de su poder cultural, en lugares donde se realizan festividades en Colombia o ya es común encontrar de estos productos en ferias realizadas en centros comerciales o en las calles de ciudades cercanas como Cali.

El conocimiento ancestral de las comunidades afrodescendientes es un recurso fundamental para mantener sus tradiciones culturales. Las bebidas artesanales que producen estas comunidades es el conocimiento que se ha transferido de generación en generación, siendo cientos de familias las que la elaboran y que en la mayoría de los casos se convierte en la fuente de sus ingresos, como estrategia de supervivencia.

Recientemente, una persona quiso patentar este conocimiento y con un registro INVIMA poder comercializar un producto más elaborado que aquel que se hace en las casas del pacífico. Sin duda esta persona está buscando su beneficio propio y poniendo en riesgo la comercialización de las bebidas artesanales por parte de las familias que viven de ello (*Pulzo, 2018*).

Históricamente las bebidas autóctonas han sido usadas para curar enfermedades, mordeduras de serpientes o para aumentar la fertilidad, por esta última razón hay bebidas que se catalogan como bebidas afrodisiacas.

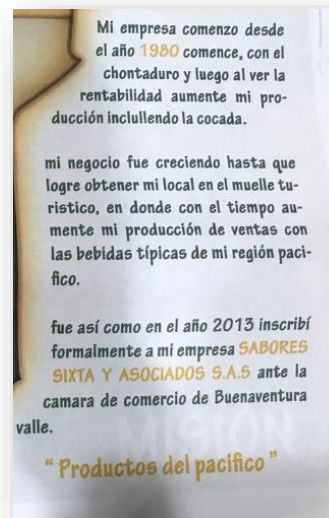


Belarmina Riascos “Belén”, afirma que ser emprendedora de bebidas ancestrales es el sustento de su familia, “Las experiencias que he tenido en diferentes eventos como el Petronio Álvarez es que he aprendido a preparar estas bebidas ancestrales y que ha tenido una aceptación muy importante entre la gente de mi región, también con los turistas. Así que quisiera tener un lugar adecuado para preparar los productos para que sean una garantía para el consumidor”.

Sabores Sixta y Asociados S.A.S. es una empresa suscrita ante la Cámara de Comercio de Buenaventura, su nombre comercial es El Sabroson. Esta unidad productiva comercializa productos de bebidas típicas y “mecatos” de la región pacífica.

“Mis proveedores son personas naturales y mis clientes más importantes son personal nativo y turistas”

*Figura 6. Publicidad unidad productiva Sabores Sixta y Asociados S.A.S*



Pie de foto: Unidad Productiva Sabores Sixta y Asociados S.A.S

A continuación se presentan las mallas de lectura correspondientes a cada uno de los actores que intervienen en la formalización empresarial de las bebidas afrodescendientes en el Pacífico colombiano, tales como las productoras, los entes reguladores como INVIMA y la Gobernación del Valle del Cauca y expertos que hablan de su situación actual y de cómo pueden llegar a la formalización empresarial sin perder su identidad.

*Figura 7. Malla de lectura unidades productivas (Buenaventura)*

ACTORES ENTREVISTADOS	TRADICIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE BEBIDAS AFRODESCENDIENTES	COMERCIALIZACIÓN DE LA BEBIDAS AFRODESCENDIENTES	FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL
Belarmina Riascos	Estar en este cuento de bebidas ancestrales es algo muy importante porque a través de la preparación de estos productos yo tengo el dinero para el sustento como madre cabeza de hogar.	Las diferentes experiencias que tengo en los diferentes eventos como el Petronio Álvarez es que he aprendido ancestralmente a preparar estas bebidas y ha tenido una aceptación muy importante entre la gente de mi región, también con los turistas que vienen de otros países porque el Festival Petronio Álvarez es una integración donde viene gente del mundo entero, estos turistas prueban las bebidas particularmente la mía y les gusta mucho.	Quiero tener un acceso a un lugar bien adecuado para preparar mis productos de manera que sean una garantía para el consumidor.
Polonia Cuevas	Yo aprendí la tradición por la familia. Las bebidas sirven para curar y para dar vitaminas. Yo vivo de esto, me sostengo y a mi familia, con esto resuelvo mis problemas.	Todas las bebidas se venden por igual: El Arrechón, la Crema de Viche, la Tomaseca y el Viche puro, también la botella curada que es medicinal (lo cura todo, hasta un dolor de cabeza). Los productos se venden acá en Buenaventura, a veces hacen pedidos de Bogotá y se envían en carro hasta allá.	Yo produzco las bebidas en mi casa, la máquina que yo tengo es la licuadora donde proceso.

Sixta Tulia Renteria	Yo aprendí a hacer las bebidas de una hija que ella aprendió a hacerlas para fiestas, las personas que iban a esas fiestas decían que la bebida era muy buena, entonces yo le dije que prepara un poquito para yo traer a vender acá al puesto (en Buenaventura) porque nadie vendía eso acá, de eso ya hace 19 años. Yo hago ahora las bebidas en mi casa, preparo la Tomaseca, el curado, preparo las botellas curadas para la mujer que no puede tener hijos, también preparo crema de viche, Arrechón, Tumbacatre.	Mis bebidas yo empecé a comercializarlas hace 18 años en el Festival Petronio Álvarez desde cuando se hacía en la Plaza de Toros y después pasó al Estadio y de allí a las canchas Panamericanas y ahora que lo hacen en el Coliseo del Pueblo. Este año no salí seleccionada para ir al Petronio. Con la preparación de las bebidas hemos ido a varias partes como a Pitalito (Huila), Bucaramanga, Bogotá, Medellín, Roldanillo y otras. Acá en Buenaventura mi hija era en un principio la mayorista, ella me tría a mí y a mis compañeras, y ella nos lo daba a un precio y nosotras lo vendíamos a otro precio.	En los primeros Petronio que estuvo en los Cristales eran botellas de aguardiente recicladas, sin etiqueta ni nada, y después fuimos mejorando la presentación, empezamos a comprar las botellas y ya cuando llegamos al Petronio que se hizo en la plaza de toros ya yo llevaba las botellas plásticas con la nueva etiqueta, que mando a hacer a Cali porque me salen más baratas que aquí en Buenaventura.
Mary Mosquera	Yo aprendí hace como 32 años, mi mamá me enseñó, todos en casa saben hacerlo, pero sólo mi mamá y yo lo hacemos, mi mamá prepara estas bebidas hace 50 años. Yo las hago en un sótano. Cada uno hace su Arrechón distinto, cada uno hace las bebidas distintas.	Yo vendí estas bebidas en Barranquilla y aquí en Buenaventura. Mi mamá ha vendido en el Petronio, pero hace dos años no va porque ha estado enferma.	

Fuente: Unidades productivas de Buenaventura que producen y comercializan bebidas ancestrales (2018)

*Figura 8. Malla de lectura entes reguladores/gubernamentales Valle del Cauca*

ACTORES ENTREVISTADOS	VENTAJAS DE LA FORMALIZACIÓN	BARRERAS PARA LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL
<p>Maritza Del Carmen Quiñonez Cortes Coordinadora de Occidente INVIMA</p>	<p>*yo siempre los he invitado a que no debemos pelear con la normatividad ni la institucionalidad, por el contrario, esos estándares le van a permitir producir algo de calidad que los va a poner a ellos en un nivel de competitividad en donde sus ingresos van a mejorar porque pueden además colocar su productos en grandes plataformas y porque no hablar de un mercado nacional e internacional. Al Petronio vienen muchas personas de nivel internacional que yo sé que si ven un producto de estos en sus países lo van a consumir.</p> <p>*Es posible porque una vez que cumplan todos los requisitos ellos pueden ya salir a hacer todas sus exportaciones.</p>	<p>Lo económico porque toda persona que fabrique bebidas alcohólicas debe someterse al cumplimiento de la normatividad del decreto 1686. Que para la visita del concepto sanitario no tiene costo esa visita, pero tienen que hacer unas inversiones para hacer unas adecuaciones del sitio donde va a producir, luego viene la inversión para el costo del registro. En este caso, si yo fabrico Tomaseca, Arrechón, Crema de Viche, Tumbacatre y los demás, para cada uno de ellos es un registro, para cada sabor es un registro y son registros que oscilan entre \$4.500.000 y \$5.000.000 y toda fábrica de bebidas alcohólicas a partir de febrero de 2019 debe tener el cumplimiento de las BPM que son las Buenas Prácticas de Manufactura en donde todas deben estar certificadas porque si no no pueden producir, y de acuerdo al número de empleados, hay unos rangos hasta 50 empleados cuesta 6 millones y superiores a estos cuesta 11 millones, entonces creo que es una limitante para ellos, lo que es el costo de todos estos registros y el costo de adaptar el lugar de fabricación.</p>

CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR AL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL	ACCIONES O CAMPAÑAS PARA LA FORMALIZACIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS	REQUISITOS PARA LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL
<p>De una u otra manera parte de la economía se movería en este sentido porque normalmente la población negra es lo que sabemos hacer, llámense las cocadas, llámense las bebidas ancestrales, llámense los dulces, todo esto, pero no los explotamos en el sentido de que solamente queda una comercialización local, a mi amigo, al que vende en la puerta de su casa, pero no hemos posicionado nuestros productos, porque posicionarlos significa cumplir unos mínimos requisitos sanitarios, entonces creo que con una excelente política local y regional, un acompañamiento que se le haga a estas familias yo creo que se puede salir adelante, porque de una u otra manera ellos deben hacer unas inversiones en marca, en registro, etiquetas, el mismo empaque o embace donde ellos no pueden utilizar embaces reciclables. Nosotros hemos estado en algunas ferias en donde vemos embaces reciclados, es allí donde hay una botella de aguardiente donde se ha sacado parte de la etiqueta no total, en donde las tapas no están esterilizadas, no están bien lavadas. Entonces eso es lo que uno aprovecha para decirles esto es lo que te pide la parte sanitaria, no te pide más, es saber hacer un aseo, colocarle un embace adecuado porque va a estar en un contacto primario con la bebida y si tú lo embazas en un embace que no está lavado como debe ser se va a contaminar lo que tu estas echando allí. Entonces yo creo que allí ha faltado de pronto unas políticas tanto locales como departamentales que agrupe a estas personas, que los motive, que los incentive, que les apoye a avanzar en el proceso de manera que ellos puedan decir ya tenemos registro, yo voy a hacer esto.</p>	<p>En el año 2016 INVIMA hizo un acercamiento con la Secretaria de salud, la Secretaría de Cultura que es la que abandera el evento Petronio Álvarez y también tuve acercamiento con la Secretaría de Bienestar Social y Desarrollo del municipio. Con estos tres secretarios les comentaba la preocupación de INVIMA frente a cómo se venía desarrollando esta industria y sin control y cómo podríamos hacer un acercamiento hacia ellos para capacitarlos y concientizarlos de esto. De una u otra manera con estas entidades no se pudo avanzar, no hubo un trabajo articulado con INVIMA, por ende el INVIMA hizo una convocatoria a través de una base de datos que inicialmente dio la Secretaría de Cultura del Municipio en el auditorio de la Cámara de Comercio de Cali donde llegaron más de 90 empresarios y se les contó cual era el proyecto, se les socializó la propuesta, se les capacitó sobre la norma y a partir de esa fecha periódicamente se les llamaba a reuniones, se les capacitaba, se les pidió muestras de sus productos, los mandamos al laboratorio y se les hizo a ellos una exposición donde se les indicaba cuál era el grado de alcohol de sus muestras y se les dio también el</p>	<p>*Lo que se les exige es el cumplimiento del Decreto 1686 de Agosto de 2012, en él está todo explicado lo que ellos deben cumplir respecto a ese tema.          *Todas las fábricas de bebidas independientemente si son ancestrales o no, bebidas alcohólicas como tal requieren de un concepto sanitario del lugar donde se fabrica, independientemente del registro sanitario de la bebida como tal, cada sabor, que es diferente a los registros de alimentos, cada sabor tiene un registro sanitario.          *La norma nos dice que los sitios de fabricación deben ser sitios especiales, debe ser en un área hermética, en donde realmente no haya un contacto con roedores, no haya contacto con superficies que realmente sean contaminantes.          *Lo segundo es que ellos conozcan sus productos, qué venden, qué tipo y qué grado de alcohol contienen esas bebidas y si usted hace una encuesta a ellos usted va a encontrar que no saben qué grado de alcohol tienen, calcula sí, pero no tiene una evidencia de un examen que pueda definir que el Arrechón, el viche, la toma seca tienen tantos grados.          *Lo otro es eso tiene unas combinaciones de una base que es el viche, en donde tampoco conocemos si el destiladero de donde proviene esta materia prima cuenta con todos los requisitos que exige la parte sanitaria, no</p>

<p>No soy partidaria de que todo deba regalarse pero sí que haya una contribución, porque no decirles venga vamos a hacer unos destiladeros comunitarios donde ustedes puedan destilar el viche, vamos a hacer una gran industria de bebidas del pacífico donde va a ver el concurso de recursos de la Nación, que recursos del departamento, del municipio y porque no ellos que son sabedores puedan participar de eso. Hay muchas iniciativas que se pueden desarrollar en torno a esto y poder ver algún día que uno pueda entrar a cualquier stand de un supermercado de cadena y así como uno compra una piña colada un sabajon también poder comprar estas bebidas del Pacífico.</p>	<p>documento soporte que había salido del laboratorio.</p> <p>*En este 2018 también se hizo otra convocatoria a 20 empresarios diferentes a los de la fase inicial, también se les hizo muestreo y pudimos demostrarles como algunos tenían presencia de metanol. Estos productos superan los 2.5 grados, normalmente están entre 7 y 15 grados lo que son Arrechón y las cremas de viche. El Viche y la Tomaseca están entre 25 y 40 grados.</p> <p>*Ha habido representación del INVIMA en dos foros, nos han invitado a Buenaventura al evento “Destilando patrimonio” y en el evento Petronio Álvarez también fuimos ponentes en otro foro donde siempre nuestra participación es invitándolos precisamente a que den ese primer paso de concientización frente a este tema, eso es lo que ha hecho el INVIMA, más allá que de pronto llegar a perseguirlos, a quitarles sus productos, es más como te concientización.</p>	<p>sabemos si lo está cumpliendo. El Viche como tal no es un alcohol que está establecido con el cumplimiento estándar para una bebida alcohólica y la invitación es a eso, a que realmente estas bebidas sin quitar su ancestralidad pues cumplan esos mínimos, porque si es un alcohol que en la parte de la destilación no está cumpliendo con esos parámetros, puede contener metanol, y sabemos que éste atenta contra la salud de la persona que lo está consumiendo toda vez que puede enceguecerse.</p> <p>*Lo otro es que estas bebidas independientemente de que la base de esto sea el viche tiene unos componentes que son leche, tampoco como no se les hace unas muestras de laboratorio no sabemos con estos exámenes la duración de estos productos, a los cuantos meses, días, años ya no se debe consumir, qué sugerencia se tiene de esto, si es a temperatura ambiente, si necesariamente deben estar refrigerados, la estandarización de las formulas. Tu compras 10 botellas de Arrechón y cada una de ellas tiene una textura, un sabor, un color totalmente diferente y el hecho de ser ancestral no quiere decir que no podamos estandarizar o acercarnos a unos estándares que nos van a permitir tener un producto de calidad.</p>
---	---	---

ACTORES ENTREVISTADOS	VENTAJAS DE LA FORMALIZACIÓN	BARRERAS PARA LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL
<p>Hernán Felipe Bravo Sánchez Subsecretario de Emprendimiento de Desarrollo económico</p>	<p>La ventaja más importante para ellos y que les hemos dado a entender es que no lo vean como que van a empezar a declarar renta o que van a tener todo el tema de barreras comerciales. Sino que van a acceder a muchos beneficios mucho más grandes, por ejemplo expansión en mercados, en una limitante para que tú puedas exportar a grandes cadenas. Porque si ellos crecen su capacidad productiva van a tener que contratar más gente y eso nos va a ayudar a generar más empleo, para que ellos sean mucho más eficientes y a que con sus impuestos den mucho más beneficio al gobierno para que podamos retribuir todos esos ingresos en ellos mismos.</p> <p>*La exportación de las bebidas afrodescendientes es totalmente viable. El tema es cuando podamos finiquitar todo el tema de legalidad de ellos créeme que va a ser muy viable porque si algo ha tenido este gobierno es que ya nos identifican a nivel nacional como líderes en emprendimiento y eso no es un secreto para nadie, las estadísticas lo dicen, la gobernadora acaba de ser premiada a nivel internacional, es la persona que más recursos ha invertido en empresario y en emprendimiento durante este periodo de gobierno, entonces que va a ocasionar eso, que nosotros ya estamos trabajando muy de la mano con Procolombia y algo muy interesante es que nosotros después de habernos reunido con Procolombia nos dimos cuenta que tenemos mucha diversidad de productos, que nos hace mucho más competitivos con otros países a nivel de exportación porque no dependemos de un solo producto o de un solo canal, o de un solo clúster, sino que tenemos muchas gamas de productos que nos van a ayudar a mantener un nivel de exportaciones equilibrado y de allí la importancia de no depender de uno. Estas bebidas ancestrales al entrar van a ser uno más de la cadena, lo cual va a entrar a sumar y no a restar como en otros países, por ejemplo en Chile o en Argentina que el 80% de exportaciones son de hidrocarburos, entonces dependen única y exclusivamente de eso, mientras que nosotros tenemos una dinámica comercial mucho más grande a nivel de exportaciones.</p>	<p>Nos tocó crear ese programa porque las barreras eran muy grandes empezando por los procesos para poder sacar un permiso o para poder sacar un cámara y comercio hay que hacer infinidad de filas, tiempo, dinero, entonces eso fue lo que hablamos con la gobernadora, ella copia el tema, le apuesta mucho a esto y sacamos este proyecto de generación de barreras para que ellos puedan acceder de una forma más ágil, más eficaz y mucho más económica para poder crear empresa.</p>

CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR AL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL	ACCIONES O CAMPAÑAS PARA LA FORMALIZACIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS
<p>El desarrollo económico local obviamente empieza por ellos, nosotros no podemos emitir un proyecto que cubija al departamento en general, de ahí lo puntual de haber creado estos centros “Valle Inn” porque pensamos que las decisiones hay que tomarlas lo más bajo posible y con esto me refiero allá donde está el problema y es a nivel local donde hemos invertido los recursos para que eso, la experiencia y los frutos de los buenos proyectos ejecutados a nivel local nos den una competitividad a nivel departamental.</p>	<p>*Nosotros ahorita estamos muy dados al tema de la legalidad sobre todo porque esto nos ayuda a constituir un proceso de generación de empleo formal, y al generar esto le estamos apostando a la competitividad del departamento. Entonces a raíz de eso nos hemos dado cuenta que estas bebidas tienen mucha aceptación pero los empresarios o los que producen estas bebidas no han tenido esa cultura de legalidad que nosotros requerimos en este momento y obviamente porque no han tenido una visión más allá de poder sacar sus productos de su entorno, entonces le estamos apostando a eso.</p> <p>*Hemos generado una estrategia muy fuerte de eliminación de barreras donde ya inclusive la gobernadora ha dado viabilidad para poder empezar a gestionar todo esto para que ellos se vuelvan legales y vamos a obsequiar unos registros INVIMA para dar el primer paso y poder llegar a lo que queremos.</p> <p>*Nosotros tenemos nuestros centros de emprendimiento e innovación “Valle Inn” donde hemos canalizado todos estos empresarios de las bebidas ancestrales del Pacífico colombiano, ahí les hemos generado toda esta cultura y obviamente ya hemos cambiado el chip de ellos para que empiecen a acceder a estos programas de la Gobernación que no solamente son en temas económicos o en temas de ayuda a sacar INVIMA, sino que ellos han podido desarrollar habilidades dentro de la competencia de su proceso de producción para mejorar sus costos, para mejorar que todo genere mayor rentabilidad para ellos y sus familias, entonces eso es lo que ha impactado fuertemente este Gobierno con sus centros “Valle Inn” y todo lo hemos canalizado por ahí.</p> <p>*Los centros los tenemos ubicados en ocho municipios: Cali, Palmira, Buga, Caicedonia, Sarzal, Buenaventura, Tuluá y Cartago. Estratégicamente escogidos por su actividad económica para que pudieran atender las expectativas de cada una de las poblaciones de estos ocho nodos.</p>



ACTORES ENTREVISTADOS	VENTAJAS DE LA FORMALIZACIÓN	BARRERAS PARA LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL
<p>María Jimena Ortiz Delgado</p> <p>Directora Jurídica Secretaría de Desarrollo Económico</p>	<p>Absolutamente tienen todas las ventajas, porque ellos legalizándose pueden comercializar y no solo a nivel nacional sino a nivel internacional, pueden dar a conocer su producto, pueden acceder a beneficios por ejemplo del departamento, del Estado, porque ellos están digamos en la clandestinidad, no tienen ni siquiera Cámara de Comercio, no tienen nada. En ese orden de ideas pues son cero competitivos, no tienen esa posibilidad, ellos casi no pueden ni salir de su región, vender eso por fuera es un riesgo, entonces para ellos como empresarios o potenciales empresarios los beneficios son todos, el desarrollo económico yo creo que subiría un 100% porque ellos no comercializan formalmente, para ellos es super beneficioso y para nosotros más porque estamos hablando de salubridad.</p> <p>Por ejemplo nos hemos dado cuenta que cuando hacen el festival del Petronio Álvarez han tenido muchísimos problemas con esas bebidas porque no tienen la cadena de frío, porque no las almacenan como las tienen que almacenar, entonces no tienen un control ni una vigilancia, hay gente que se ha intoxicado pero precisamente porque cualquiera saca y vende porque es el festival del Petronio sin importar que no haya legalidad, entonces digamos que para el consumidor también va a ser un beneficio que esta gente se legalice porque estas bebidas son muy ricas pero a mi me da miedo tomármelas en cualquier parte. Cuando íbamos con el INVIMA ellos nos decían con este si con este no, pero uno no sabe, si eso tuviera un registro bueno si el INVIMA dice que si yo lo compro y me lo tomo sino tiene INVIMA entonces definitivamente esto no está bien, entonces digamos que el beneficio en mi concepto es reciproco para las dos partes.</p>	<p>Primero el tema cultural de ellos es supremamente marcado, entonces entre ellos manejan unos celos digámoslo profesionales, y el tema de la fórmula es muy difícil, para ellos es secreto de estado, es un secreto familiar, entonces en mi fórmula mi viche no es igual al viche de fulano de tal que vive al frente y eso ha sido un problema.</p> <p>En Buenaventura nosotros nos encontramos con una persona que cumple a cabalidad con todo el tema para que le sea otorgado un registro, esa persona ha viajado incluso al exterior con la bebida y la ha mostrado, entonces para inicialmente nosotros poder ayudar a toda la gente que no estaban bien en sus fábricas dijimos vamos a sacar una colectividad y les vamos a dar un registro colectivo para que esta gente les fabrique, les embace, mientras todo se normaliza y podemos ayudarlos a que ustedes de alguna manera puedan hacer empresa y esta población no se pudo poner de acuerdo, hubo gente que no logró entrar en el tema INVIMA y aquí vinieron algunos que porque ellos sí y los otros no y básicamente lo que nosotros damos es capacitación pero todo bajo los parámetros del INVIMA, entonces el INVIMA decía no cumplen pues no los podíamos hacer parte y eso fue un problema, así que el tema cultural de ellos es muy marcado.</p>

CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR AL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL	ACCIONES O CAMPAÑAS PARA LA FORMALIZACIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS	REQUISITOS PARA LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL
<p>Estos grupos contribuyen en un 100% al desarrollo económico local porque el índice de producción de ellos es alto, lo que pasa es que como no es formal no conocemos cifras, pero cuando tú te vas allá a conocer eso, la gente vive de eso, entonces qué tal que lo pudieran comercializar legalmente, esa gente se potencializaría de una manera impresionante, y eso se pensaba con marca región también, marca región es un proyecto de la gobernación y queremos que las bebidas ancestrales lleven la marca región, una vez esa gente se legalice el sello del Valle del Cauca va a estar allí, entonces no solo vamos a ser conocidos aquí sino en el mundo entero, el desarrollo está garantizado.</p>	<p>La Gobernación del Valle suscribió inicialmente un convenio interadministrativo con el INVIMA con el fin de beneficiar a empresarios y microempresarios de nuestra región con el otorgamiento de un registro sanitario. Este tema jurídicamente tuvo algunos traspiés que no permitieron su ejecución el año pasado y en este momento estamos de nuevo implementándolo para ejecutarlo a partir del mes de febrero. Lo que estamos haciendo nosotros aquí es inicialmente dando una capacitación a empresarios y microempresarios en especial al sector de las bebidas ancestrales porque estas personas nunca han estado en un mercado formal, ellos nunca se han legalizado digámoslo de alguna manera y es la primera vez que tanto el INVIMA como la Gobernación del Valle del Cauca piensan en este producto para que sea comercializado como cualquier otra bebida alcohólica. Lo que hacemos es capacitarlos para que sus empresas y sus iniciativas de negocio se ajusten a los requerimientos del INVIMA, porque la idea es obviamente es propender por la salud pública, eso es lo que busca el INVIMA y por supuesto lo que respalda la Gobernación del Valle.</p>	<p>Nosotros conocimos el proceso de todas estas personas con sus bebidas y digamos todo el tema cultural que esto arrastra y nos pareció super importante que la gente pudiera estar en un mercado formal y que pudieran competir con las marcas nacionales y también internacionales. Económicamente es un poco pesado porque el valor de cada registro parte de los tres millones de pesos más todos los ajustes que ellos tienen que hacer en sus fábricas para poder estar dentro del tema legal. La Gobernación inicialmente los apoya capacitándolos para entender que es lo que tienen que cumplir y dándoles el registro sanitario. A futuro lo que queremos es poder no solo beneficiarlos con el registro sino poderlos ayudar en la formalización de sus empresas. pero la idea es poderlos ir formalizando poco a poco a través de convenios. Jurídicamente ellos actualmente no tienen ningún problema, las bebidas no están tachadas como ilegales, jurídicamente es viable que esta gente cumpla con la normatividad sanitaria y con toda la normatividad que exige el estado para que puedan comercializar sus bebidas. Es más, de un tema sanitario, del resorte del INVIMA, de que esta gente esté cumpliendo, ellos dicen si y la ley dice si inmediatamente si se acogen al tema de rentas y se normalizan, pero el primer visto bueno tendrá que ser del INVIMA.</p>

Fuente: Entes gubernamentales (INVIMA y Secretaría de Desarrollo Económico) 2018.

Figura 9. Malla de lectura Expertos

ACTORES ENTREVISTADOS	SITUACIÓN ACTUAL DE UNIDADES PRODUCTIVAS	FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL	PROTECCIÓN DEL CONOCIMIENTO
<p>Dimas Orejuela Licenciado en Ciencias Sociales</p>		<p>Desde Asoviche y desde el colectivo de Viche del Pacífico se habla de tres cosas: (1) La patrimonialización del viche, los derivados y los saberes, (2) La legalización vía denominación de origen o marca colectiva del viche y los derivados y (3) Lo que tiene que ver con la siembra de la caña de azúcar, transformación de la caña para la producción del viche, y mercadeo y comercialización. Eso implica que se deben formalizar desde la legalidad, pero hay algo que debe plantearse todo lo que tiene que ver con el viche, sus derivados y sus saberes son: inalienables, imprescriptibles e inembargables, es decir Inalienable es que no se le puede dar a nadie que no pertenezca a la comunidad que tiene ese derecho salvaguardado, inembargable porque yo no puedo empeñar eso imprescriptible es que siempre va a estar, y en ese sentido se tiene claro que la discusión con el estado, la formalidad del estado que se ve reflejada en la norma tiene que verse reflejada en el marco normativo que los hace un grupo étnico diferenciado es decir la ley 70. La ley 70 plantea en muchos de sus artículos plantea el desarrollo económico de las comunidades negras, pero como van a entrar al mercado sino tienen una formalidad que legalice su ingreso, pero no puede ser la del INVIMA tiene que ser una especial, porque el INVIMA certifica un proceso industrializado, no puede esperar que la producción del viche se industrialice pero si pueden haber buenas prácticas de manufactura que garanticen eso y sigan haciendo su producto como lo hacen.</p>	<p>Se puede hacer como lo han venido haciendo los ancestros siendo mezquinos, siento desconfiados y no enseñando todo lo que saben. Si les preguntan la formula por ejemplo del Candelazo, la respuesta debe ser raíces (punto) no necesita saber más. La mejor forma de salvaguardar es enseñándolo a las generaciones aunque existan leyes de salvaguarda.</p>

ARTICULACIÓN ENTRE LA UP Y ENTES GUBERNAMENTALES	POTENCIAL DE EXPORTACIÓN	BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA	MERCADEO DE BEBIDAS ANCESTRALES	DESARROLLO ECONÓMICO DE LA REGIÓN
<p>Yo diría que las autoridades territoriales como la Gobernación, la misma Alcaldía de Cali tienen hace más de 10 años al hacer la megaobra cultural al llevar el Festival Petronio Álvarez en un gran salto cualitativo y cuantitativo a lo que es hoy. Porque lo que hizo en su momento Jorge Iván Ospina fue generar y presentar un precedente por vía de hecho de legalidad con el viche, en la medida en que dijo “atiendo a los requerimientos de las comunidades negras, vamos a trabajar la industria cultural en el Petronio porque el Pacífico no es solamente música también es danza, también es gastronomía, también son artesanías, también son una cantidad de cosas y vamos a trabajar la industria cultural”. Al constituir el Festival, una de las condiciones es que no se vendieran marcas como Póker, Postobón o Aguardiente Blanco del Valle, solamente las bebidas ancestrales del Pacífico. Es decir que lo que hizo el Festival Petronio Álvarez fue legitimizar las bebidas ancestrales del Litoral</p>	<p>Si, de hecho ya lo hacen enviando estas bebidas para Estados Unidos, Costa Rica, Panamá, entonces tienen un potencial de exportación infinito.</p>	<p>Sigue siendo un vichero, porque él no va a transformar su proceso solo que va a mejorar la asepsia. Si antes tenía una mesa metálica para picar la caña que no le controlaba la mugre y ahora lo está haciendo sigue picando la caña de la misma manera, ya depronto puede usar guantes, tapabocas, controlar la higiene y la asepsia, pero el proceso no va a cambiar, en qué puede cambiar, en que va a limpiar, entonces va a tener menos material que se desperdicie, porque a mí me llega un viche con basura y yo lo regreso, entonces el vichero se está cuidando de filtrar bien el viche, el proceso de filtración no te cambia el viche,</p>	<p>Una vez se logren patrimonializar, se logren legalizar, evidentemente si quieren vender sus productos tienen que salir a ofrecerlo en almacenes de cadena y crear sus estrategias para publicitar sus productos para que sean reconocidos, entonces en ese sentido la comercialización pasa por tener unas condiciones para hacerlo. En las maneras organizativas que se ha venido ejerciendo hoy, los productores de viche pues muy seguramente van a requerir de una capacitación, de formación y de otras cosas para entender ese mundo donde ellos van a incursionar para poder</p>	<p>Si se cuenta con un proceso productivo integral donde mejoran las condiciones de la bebida, donde no se va a tener que acceder a economías ilegales como el narcotráfico, el vandalismo, la delincuencia, la siembra de productos como la cocaína para fines lucrativos del narcotráfico, la tala indiscriminada de los bosques, la minería ilegal, entonces en la medida que ellos encuentran un apoyo y un sustento económico en la producción de viche pues se va a ver retribuido en el fisco, en los impuestos que se pagan también, generando empleo, trabajando honestamente, entonces desde todo punto de vista aporta al desarrollo económico de la región, lo que una práctica económica genera lo va a seguir generando, porque no se va a cambiar el viche por banano, el viche se va a cambiar con recursos y ese recurso si hay personas que están trabajando todos los días pues requieren un salario correspondiente que les permita suplir las necesidades axiológicas de supervivencia y puedan ir a hacer su remesa y de ahí se</p>

<p>Pacífico. Pero lo que realmente desean las comunidades en una marca colectiva para que se legalicen totalmente las bebidas.</p>		<p>por el contrario te está dando garantía, aunque el decir de los vicheros es que el alcohol todo lo cura, ya el vichero no va a trabajar tanto al cálculo, ellos tienen su medida exacta, puede ponerle usted los medidores que quiera para medir la cantidad de alcohol pero ellos ya lo saben hacer.</p>	<p>luchar contra esa competencia real que hay en el mercado, y para que tengan esas herramientas que permitan apalancar a estos productores.</p>	<p>benefician los que están haciendo arroz, los que están produciendo aceite, los que están pescando, entonces la cadena fluye. Si hay economía, si yo tengo con que comprar, usted tiene a quien venderle, usted va a tener a quien comprarle y la cadena va a crecer y las condiciones de vida de la gente van a mejorar.</p>
--	--	--	--	---

ACTORES ENTREVISTADOS	SITUACIÓN ACTUAL DE UNIDADES PRODUCTIVAS	FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL	PROTECCIÓN DEL CONOCIMIENTO
<p>Ruddy Ocoro Experta en viche</p>	<p>Hay dos tipos de situaciones, en la primera están aquellas personas que se arraigan mucho a la situación y solo quieren producir las bebidas únicamente con fines medicinales, y están aquellas personas que no se limitan solo a eso sino que también al autocuidado, entonces empiezan a comercializar el producto alejándose un poco de lo tradicional y optimizando la producción alterando las recetas, entonces cambias algunos ingredientes por otros que tienen el mismo resultado y que sean mucho más baratos y terminan produciendo una bebida más por venderla y sacándole ganancia que por la riqueza de la bebida. Entonces en ese contexto la situación dependería de que parte del charco estas, del que te sigues arraigando a la tradición y termina resaltando más las propiedades curativas y medicinales de la bebida o no te acercas tanto a la tradición y empiezas a producir más por producir y sacar la utilidad monetaria exclusivamente. En este momento es un boom para ambas partes porque gracias al apoderamiento que tiene el Festival Petronio Álvarez ya mucha gente que antes no consumía estas bebidas, que</p>	<p>Lo considero muy viable. Por ejemplo la cachaza es un licor que también es de origen africano pero se hace en Brasil, tú la pruebas y es el mismo viche, el proceso de destilación es prácticamente idéntico y la cachaza paso por lo que el viche ahora está pasando, y por unos movimientos culturales en Brasil se ha reconocido la cachaza y en todos los supermercados hay cachaza de diferentes productores pero termina siendo cachaza y tienen también una bebida de cachaza negra muy parecida a la Tomaseca nuestra, entonces ellos ya pasaron ese proceso y las comunidades afro del país van hacia allá. Entonces es bueno formalizarse pero desde la tradición misma.</p> <p>La formalización empresarial se va a dar por dos razones: la primera porque es una bebida que se está abriendo a varios nichos de consumo, hay gente nacional y extranjera que está consumiendo, que le está gustando y que va a solicitarlo,</p>	<p>Se cree que parte de la protección se debe resguardar tal fórmula de la Coca-Cola pero ya se sabe que hay personas que pueden hacer la Coca-Cola, no la pueden registrar pero pueden igual su sabor, van a ver muchas formas en que la gente va a consumir las bebidas y va a ver gente que te dice esta bebida se hizo con esto y esto y la puede hacer en su casa hasta que finalmente le encuentre la receta. En el Festival de Petronio se evidencia que todas las recetas de las bebidas no son iguales, entonces hablar de proteger algo que empezando no es uniforme pues válido hasta un punto pero no es válido hasta otro punto y es el hecho de que cada familia o cada gran grupo de familias tiene una misma y única receta que no es igual a la de otra persona, entonces alguien va a querer comercializar un producto terminado y otra persona va a querer copiar la receta y lo va a poder hacer pero no le va a quedar igual porque con este tipo de cosas el conocimiento como tal cada uno lo tiene en su cabeza, es más ellos ni siquiera apuntan las recetas, tú ves a la gente preparando las bebidas en el Petronio y saben de memoria y a ojo tienen el cálculo de cada ingrediente, entonces realmente la tradición no exige un gramaje específico sino afinar el sentido del gusto y decir a esto le falta canela, es como preparar arroz cada quien prepara arroz de una manera diferente, hay sabores similares pero no iguales, entonces la protección del conocimiento en ese sentido va a seguir siendo finalmente quien prepara la receta y hecho de que tu apuntes la bebida se hace con leche de vaca,</p>

	<p>le daba miedo comprar licor en un empaque muy artesanal de dudosa procedencia entonces ahorita si lo consumen, ahorita si lo buscan. Antes decomisaban las galonetas de viche y les tocaba hablar con la policía para que se las devolvieran. Antes regularmente se decomisaba era por desconocimiento, como seres humanos siempre le tenemos miedo a lo desconocido, entonces lo que se decía era que era licor adulterado que se estaba haciendo en la selva del Pacífico, lo que cambio eso fue el Festival de Petronio Álvarez, lo que hizo fue dar vía libre para empezar a comercializarlo y a producirlo sin que los persigan por creer que era etanol y que los iban a dejar ciegos.</p>	<p>entonces por ejemplo los extranjeros son un nicho muy bueno porque ellos quieren llevar y en ese proceso de sacarlo del país deben haber unas condiciones mínimas que puedan llevar el producto y eso lo da la legalización de los productos. Y la segunda es que el viche es rentable porque es una bebida y en muchas ocasiones la gente prefiere beber que comer.</p>	<p>leche deslactosada, leche condensada, crema de leche, canela, eso finalmente no es la receta son los ingredientes y puede que alguien le dé con el chiste, y ahí no hay problema, el conocimiento también se hizo para ser compartido que es parte de lo que nos está pasando ahora con las comunidades indígenas, estamos dejando perder nuestras lenguas porque creímos en algún momento que eran solo cerradas y que solo pertenecían a un grupo de personas muy limitadas y no, el conocimiento está dado también para ser compartido y para ser abierto, porque no se trata de no proteger, compartiendo también se salva. Entonces si bien tu puedes salvaguardar la receta el conocimiento como tal es importante seguir difundiéndolo la tradición porque es medicinal, es cultural y es de sangre, eso por ejemplo se debe difundir y si alguien se va a formalizar hágalo pero no se olvide que detrás hay una gran tradición y hay un conocimiento ancestral.</p>
--	---	---	---

ARTICULACIÓN ENTRE LA UP Y ENTES GUBERNAMENTALES	POTENCIAL DE EXPORTACIÓN	BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA	MERCADEREO DE BEBIDAS ANCESTRALES	DESARROLLO ECONÓMICO DE LA REGIÓN
<p>Con el INVIMA la cosa ya está siendo muy suave, porque el INVIMA ya entendió lo que es el viche, antes no porque para el INVIMA hablar de viche era lo mismo que hablar de licor adulterado. Pero últimamente se han realizado unos foros como el “Destilando Patrimonio” donde estuvo la Directora del INVIMA y ella decía “les hago un llamado a que se formalicen, a que saquen registro INVIMA de sus productos para que la gente los pueda consumir sin preocuparse”, porque ya entendieron que la cosa no es hacerle la competencia a la Industria de Licores del Valle, ni a la Cervecería del Valle, es diferente. Pero hay que entender una cosa sacar un registro INVIMA cuesta y pagar el químico para que te haga el levantamiento de la etiqueta cuesta, entonces ahí si hace falta más articulación, el INVIMA dice listo legalícese, formalícese, saquen el registro pero no se tiene el dinero para todo eso, entonces allí falta una mayor articulación porque mucha gente no tiene como hacerlo porque generalmente dicen yo para que si ya tengo mi clientela.</p> <p>Con el tema de la gobernación es lo mismo, dan una orientación empresarial, hay en estos momentos en la gobernación una iniciativa precisamente para fomentar la formalización de los productores de viche y ellos si lo están haciendo desde la asesoría básica. Con Cámara de Comercio también hay unos programas que le están haciendo todo el asesoramiento a estas personas para que puedan legalizar su unidad productiva, es muy viable esa</p>		<p>Te puedo garantizar que hay buenas practicas, si bien es hecho artesanalmente tú ves que estas señoras siempre tienen el cabello recogido, se lavan las manos. Sin embargo, si hay prácticas que se deberían cambiar pero eso no se hace porque no hay como hacerlas, por ejemplo el trasladar el viche en barco en unas pilas de plástico se sabe que no es lo mejor, que no es lo más favorable, pero es lo que se puede hacer al no tener barriles de metal para meter el viche, entonces se hace en la galonetas de aceite, se saca el aceite se lava bien con agua hervida, se limpia bien que no quede grasa, entonces si hay</p>		<p>Con las ganancias de la comercialización de las bebidas las productoras pueden satisfacer sus necesidades básicas como la comida, comprando pescado a los pescadores de su territorio más próximo, finalmente todos esos dineros que se mueven alrededor de esta actividad ayudan a mejorar la calidad de vida de las productoras impactando a la región</p>



<p>articulación, muchos ya lo están haciendo, pero va a tomar mucho tiempo en que sea totalmente aceptado porque hay una parte de las personas que piensan que comercializar es vender la tradición.</p> <p>Es viable la articulación, para allá vamos de alguna manera, va a ver una resistencia por parte de algunas personas justamente por el miedo de perder la ancestralidad, que se prostituya la cultura, pero una vez se supere esa barrera de miedo se va a entender de que una de las formas de que perdure es vendiéndolo, haciendo que llegue a manos de otras personas, que esté la etiqueta que te diga lo importante de la bebida, es contar como las mujeres destilan la caña, por medio de una cartilla pequeña ponerlo al producto le entregas a la persona que te compra parte de tu historia, entonces es pensarse otras formas, que la gente valore lo que va a consumir.</p>		<p>cosas que se pueden cambiar, que van a tomar tiempo porque las condiciones no están dadas y depende mucho de los recursos.</p>		
---	--	---	--	--

Fuente: Expertos en bebidas ancestrales del Pacífico colombiano (2018)

El proceso de producción de las bebidas ancestrales en el Pacífico colombiano es aún artesanal y rudimentario, elaborado en su mayoría por mujeres que participan de todo el proceso desde el cultivo de la caña de azúcar hasta la venta de las bebidas tanto de viche como sus derivados. Algunas de la microempresarias cuentan con una licuadora en su casa para preparar los productos que después serán comercializados en su territorio o enviados por encargo a Cali, a otras ciudades del país o inclusive a otros países.

Actualmente, las unidades productivas en Buenaventura (Población objeto de estudio) cuentan con una fundación que las asesora en temas de comercialización de las bebidas. También hay otros entes gubernamentales que se preocupan por su formalización empresarial como lo son el INVIMA y la Gobernación del Valle del Cauca en cabeza de la Secretaría de Desarrollo Económico, quienes están capacitando constantemente a estas mujeres para que puedan formalizarse empresarialmente. Sin embargo, este proceso lleva tiempo puesto que el registro sanitario tiene un costo el cual no pueden asumir las unidades productivas para su desarrollo y evolución.

Otra problemática que se identificó en la investigación es que el tema cultural en cuanto a la protección de su conocimiento es muy fuerte, lo que impide que se llegue a acuerdos para que todos los productores puedan fabricar y comercializar con una marca colectiva o con un registro colectivo que les permita operar, puesto que no están dispuestos a compartir su receta, lo que también atrasa su proceso de formalización.

A continuación, se realiza una tabla de fortalezas y debilidades, donde se reúne lo dicho anteriormente en el transcurso de la investigación de la situación actual de las unidades productivas de bebidas ancestrales en Buenaventura:

*Tabla 19. Fortalezas y debilidades de las productoras de bebidas ancestrales en Buenaventura*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
El conocimiento ancestral de las comunidades afrodescendientes es un recurso fundamental para mantener sus tradiciones culturales.	Las unidades productivas no están formalizadas empresarialmente.
El conocimiento ancestral se transmite en las familias de generación en generación.	Las unidades productivas no cuentan con registro INVIMA.
Las bebidas elaboradas en esta región cuentan con un sabor único que las hace especiales.	La producción de bebidas es artesanal y puede atentar contra la salud pública.
Se cuenta con eventos como el Festival de música Petronio Álvarez donde las productoras pueden dar a conocer y vender sus productos.	Entre las unidades productivas no hay unión ni asociatividad para poder tener una marca colectiva que les permita operar.
Diversidad de bebidas y con diferentes beneficios.	Las unidades productivas no cuentan con recursos económicos para su formalización empresarial.
Cuentan con asesoría y capacitación por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico para que tengan el conocimiento de cómo las unidades productivas se pueden formalizar empresarialmente.	Las unidades productivas no cuentan con un lugar adecuado para la producción de sus bebidas.
	No cuentan con buenas prácticas de manufactura.

Fuente: Esta investigación

## 5. DOFA

Con los resultados del análisis del entorno donde se identificaron amenazas y oportunidades y con los resultados del análisis interno de las productoras de bebidas ancestrales del municipio de Buenaventura donde se identificaron las fortalezas y debilidades, se pretende cruzar el DOFA para obtener las estrategias de la siguiente manera: Fortalezas y Oportunidades (FO), Fortalezas y Amenazas (FA), Debilidades y Oportunidades (DO) y Debilidades y Amenazas (DA).

*Tabla 20. Cruce DOFA*

Estrategias FO	Estrategias DO
Capacitar a las productoras en temas de formalización empresarial y registro INVIMA	Formalizar a las productoras de bebidas ancestrales del municipio de Buenaventura junto con la Cámara de Comercio de Buenaventura
Debido a la biodiversidad de la zona y a la cantidad de productos frutales y herbales con los que cuenta la población objeto de estudio, se presta para que junto con el conocimiento de la preparación de las bebidas puedan realizar innovaciones ya sea en nuevas recetas o que tengan que ver con empaque, con el fin de que puedan mostrar un valor diferencial en el mercado.	Realizar un plan de comunicación sobre el proceso de formalización de las productoras de bebidas ancestrales de Buenaventura
Involucrar las bebidas ancestrales en las otras actividades que se desarrollan en Buenaventura, tales como el turismo, el comercio y la industria.	Realizar concursos en los que las productoras puedan obtener algún beneficio para su emprendimiento
Las bebidas cuentan con un sabor que las hace únicas y especiales, lo que se convierte en una oportunidad para que las unidades productivas desarrollen sistemas productivos competitivos.	Incentivar la participación de las productoras de bebidas ancestrales en eventos culturales en el Valle del Cauca donde puedan vender sus productos
Contar con el apoyo de entidades públicas y privadas para el fomento de la formalización empresarial es una oportunidad para que las productoras puedan dar a conocer sus bebidas y además todo lo que encierra la cultura afro pacífica.	
Estrategias FA	Estrategias DA

Establecer alianzas con la Cámara de Comercio del departamento para que las productoras de bebidas ancestrales de Buenaventura puedan participar en las ruedas y macrorruedas de negocio	Promover la unión entre los productores de bebidas ancestrales para que junto puedan constituir una marca colectiva que les permita ser legales.
Una vez las Unidades productivas se formalicen pueden contribuir a la generación de empleo formal para la misma población de Buenaventura, lo que contribuiría al desarrollo económico de la población.	Crear mecanismos para que cada vez sean más las productoras que se formalicen empresarialmente.
Hay población que se autoreconoce como víctima del conflicto armado, por lo que la actividad económica de la producción de las bebidas ancestrales se convierte en una oportunidad para que sanen las heridas que les dejó el conflicto y tengan nuevas oportunidades de salir adelante	Gestionar acuerdos con las entidades público-privadas para que las productoras una vez formalizadas puedan tener un lugar adecuado para la producción de sus bebidas.
La producción de las bebidas ancestrales permite a las nuevas generaciones mantener su identidad cultural y no la pierdan a causa de las tendencias actuales y nuevas culturas que se impone en el tiempo actual.	Establecer acuerdos con medios de comunicación para que las productoras puedan promocionar las bebidas a nivel regional y nacional.
Tanto en la producción como comercialización de bebidas ancestrales tengan en cuenta el impacto ambiental, para que se contribuya a proteger el medio ambiente y poder brindar un mejor futuro a las nuevas generaciones.	Gestionar fuentes de financiación para que las productoras puedan ejercer su actividad dentro de la normatividad vigente para bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

Fuente: Esta investigación

## **6. PLAN DE ACCIÓN PARA LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL**

En el análisis de la problemática de las productoras de las bebidas ancestrales de Buenaventura se identificó que la forma en que las elaboran es artesanal y no cumplen con los requisitos de salubridad para que sus productos sean aptos para el consumo. Además de esto, también se percibió que debido a que no se encuentran formalizadas empresarialmente, no han podido expandirse y posicionarse en el mercado o llegar a las grandes superficies.

De acuerdo con lo anterior, en este capítulo se muestra un plan de acción, en el cual se presenta los objetivos y las estrategias específicas que permitan formalizar a las productoras de las bebidas ancestrales de Buenaventura, con sus respectivas actividades, fechas de realización, responsable e indicadores de seguimiento y control.

### **6.1. Objetivos a corto plazo**

1. Brindar todas las herramientas posibles para que las productoras de bebidas ancestrales se formalicen empresarialmente.
2. Lograr que las productoras de bebidas ancestrales de Buenaventura obtengan el registro INMIVA de sus productos.
3. Incrementar la participación de las unidades productoras en ferias, eventos culturales y ruedas y macrorruedas de negocio.
4. Facilitar el acceso de asesoría empresarial a las productoras de bebidas ancestrales del municipio de Buenaventura.

### **6.2. Estrategias**

#### **6.2.1. Estrategia 1**

La primera estrategia consiste en capacitar a las productoras en temas de formalización empresarial. Esto se hace con el objetivo de que las productoras tengan bases sólidas y el suficiente conocimiento para que puedan formalizar sus negocios, lo que potenciará su productividad y desempeño personal. Las ventajas que trae la formalización empresarial

aparte de darse conocer en otros mercados a nivel regional, nacional e internacional, es tener acceso a círculos de contactos y conseguir inversionistas que puedan potencializar su negocio.

*Tabla 21. Plan de acción estrategia 1*

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	INVERSIONES	RECURSOS	RESPONSABLE
Capacitar a las productoras en temas de formalización empresarial y registro INVIMA	*Realizar un programa de capacitaciones dirigido a las productoras en temas relacionados con emprendimiento, procedimientos para formalizarse empresarialmente y cómo pueden obtener sus respectivos registros INVIMA. *Brindar acompañamiento grupal e individual en el proceso de formalización empresarial a cada una de las productoras	*Seguimiento mensual. *Capacitaciones trimestrales	Enero 2019	Diciembre 2019	\$ 20.000.000	Tiempo del personal. Espacios físicos para realizar capacitaciones. Transporte de los capacitadores Útiles y materiales para las jornadas de capacitación	Secretaría de Desarrollo económico

Fuente: Esta investigación

## 6.2.2. Estrategia 2

Esta estrategia consiste en formalizar a las productoras de bebidas ancestrales del municipio de Buenaventura junto con la Cámara de Comercio de Buenaventura. De tal forma que este grupo de personas sepan qué tipo de empresas constituir, así mismo como los beneficios que traer la formalización. En compañía de la Cámara de Comercio de Buenaventura las productoras pueden aclarar todas las dudas que le surgen y las diferencias que hay en realizar un registro como persona natural o como persona jurídica, o si es una empresa de Sociedad Anónima o Limitada, o las diferentes clases de empresas que existen.

*Tabla 22. Plan de acción estrategia 2*

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	INVERSIONES	RECURSOS	RESPONSABLE
Formalizar a las productoras de bebidas ancestrales de Buenaventura, junto con la Cámara de Comercio de Buenaventura	*Asesoría individual con la Cámara de Comercio de Buenaventura. *Realizar convenio de precios con la Cámara de Comercio de Buenaventura.	Asesorías permanentes	Enero 2019	Diciembre 2019	Convenio sin costo	Tiempo del personal. Espacios físicos para realizar asesorías. Personal capacitado para asesorar a las productoras.	Secretaría de Desarrollo económico. Cámara de Comercio de Buenaventura.

Fuente: Esta investigación

### 6.2.3. Estrategia 3

Esta estrategia radica en la importancia de incentivar a las unidades productivas a que se formalicen, para ello se pretende realizar concursos semestrales donde ella puedan obtener algún beneficio para su emprendimiento, puede ser una ayuda económica con un registro mercantil o con un registro INVIMA. Para lograr esta estrategia la Secretaría de Desarrollo Económico, el INVIMA y la Cámara de Comercio de Buenaventura deberán trabajar conjuntamente para lograr entregar los premios a los productores que estén en formación y deseen dar el paso a la formalización empresarial.

*Tabla 23. Plan de acción estrategia 3*

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	INVERSIONES	RECURSOS	RESPONSABLE
Realizar concursos en los que las productoras puedan obtener algún beneficio para su emprendimiento	*Diseñar las bases de los concursos. *Socializar con las productoras las bases de los concursos. *Identificar dentro de la población que premio es el que más les ayuda en el proceso de formalización empresarial. *Escoger el ganador y realizar la premiación en público.	Se realizarán dos concursos al año	Enero 2019	Diciembre 2019	\$ 20.000.000	*Premios *Espacios para la socialización y premiación del concurso	Secretaría de Desarrollo económico. Cámara de Comercio de Buenaventura. Invima

Fuente: Esta investigación

### 6.2.4. Estrategia 4

La presente estrategia propone participar en eventos culturales que se realicen en el Valle del Cauca donde las microempresarias puedan vender sus productos. Con estas actividades comerciales ellas pueden aumentar sus ingresos y se pueden dar a conocer más en la región, por lo que se constituyen en una gran oportunidad para ellas. Los eventos en los que pueden participar es el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, al igual que en ferias y fiestas que se realicen en el departamento y participación en eventos locales o de comunidades específicas tanto en Buenaventura como en la ciudad de Cali.

Para lograr el objetivo de esta estrategia debe contar con la unión de varias entidades como: La Secretaría de Desarrollo Económico, la Secretaría de Cultura, el INVIMA y otras dependencias de la Gobernación del Valle.



*Tabla 24. Plan de acción estrategia 4*

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	INVERSIONES	RECURSOS	RESPONSABLE
Participar en eventos culturales en el Valle del Cauca donde las productoras puedan vender las bebidas ancestrales.	*Desarrollar una agenda cultural y agrícola donde las productoras tengan la oportunidad de participar como expositoras de las bebidas ancestrales del Pacífico colombiano, en diferentes escenarios del departamento del Valle del Cauca. *Colaborar en la logística para la realización de cada uno de los eventos donde las microempresarias tengan participación. *Realizar free press para tener la presencia de medios de comunicación regionales y nacionales para que hagan cubrimiento de cada uno de los eventos donde las microempresarias son participantes.	Participación en 1 evento por trimestre.	Enero 2019	Diciembre 2019	\$ 40.000.000	*Tiempo del personal. *Empresa logística. *Recursos de comunicación para que sea cubierto cada evento.	Secretaría de Desarrollo Económico, Secretaría de Cultura, INVIMA y otras dependencias de la Gobernación del Valle.

Fuente: Esta investigación

### 6.2.5. Estrategia 5

Esta estrategia se fundamenta en estrechar las relaciones con entidades importantes en la formalización empresarial como la Cámara de Comercio de Buenaventura, para la participación en ruedas de negocio o macrorruedas que permitan que grandes empresarios e inversionistas puedan conocer más a fondo los productos ofrecidos por las microempresarias de Buenaventura.

Parte del acompañamiento a las productoras es capacitarlas para que puedan exhibir sus productos de una mejor manera, así como una buena presentación de su marca y decoración de su stand. De esa manera las productoras de bebidas ancestrales de Buenaventura pueden tener la posibilidad de realizar intercambios comerciales en el corto o mediano plazo. Cada encuentro entre comprador y oferente tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente por cada cita de negocio.

La intención es que las productoras participen en ruedas de negocios sectoriales y multisectoriales, y obtengan ventajas como dar a conocer sus bebidas ancestrales a nivel nacional e internacional, ampliar su conocimiento sobre el mercado y tener un trato directo con los compradores a quienes les interesa el producto que ellas ofrecerán.

Tabla 25. Plan de acción estrategia 5

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	INVERSIONES	RECURSOS	RESPONSABLE
Alianzas con las Cámaras de Comercio del departamento para que las productoras de bebidas ancestrales de Buenaventura puedan participar en las ruedas y macrorruedas de negocio	*Establecer alianzas estratégicas con las Cámaras de Comercio del departamento del Valle del Cauca y otras entidades para que las productoras de bebidas ancestrales del Valle del Cauca participen en las ruedas y macrorruedas de negocios. *Realizar una agenda empresarial donde las productoras puedan tener contacto con empresas e inversionistas y les puedan ofrecer sus productos. *Realizar seguimiento a las alianzas que hayan surgido de las ruedas de negocio. *Colaborar con las actividades de logística que se requieran para la organización de las ruedas de negocio.	Trimestral o sujeto a los eventos que realicen las entidades con las que se tienen las alianzas.	Enero 2019	Diciembre 2019	\$ 20.000.000	Tiempo del personal. Recursos de logísticos y de comunicación para que sea cubierto cada evento.	Secretaría de Desarrollo Económico, Cámara de Comercio de Cali, Cámara de Comercio de Buenaventura, y otras Cámaras de Comercio del departamento.

Fuente: Esta investigación

## 6.2.6. Estrategia 6

Esta estrategia tiene que ver con un plan de comunicaciones que abarque todas actividades resultantes de las anteriores estrategias y también sobre la divulgación y promoción de los productos de las empresarias una vez estas se hayan formalizado empresarialmente. El propósito de esta estrategia es por un lado es dar a conocer el proceso de formalización de las microempresarias y a su vez impulsar sus emprendimientos y difundirlos por toda la región, pues esto ayuda a motivarlas, a convencer a líderes que apoyen estas comunidades y aumentar sus posibilidades de éxito.

Tabla 26. Plan de acción estrategia 6

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	INVERSIONES	RECURSOS	RESPONSABLE
Elaborar un plan de comunicación sobre el proceso de formalización de las productoras de bebidas ancestrales de Buenaventura	*Realizar divulgación del proceso de formalización de las productoras. *Realizar piezas comunicativas con los productos de las microempresarias para entregarlos en los eventos culturales en los que ellas tienen participación. *Realizar una alianza estratégica con Telepacifico para que ellos comuniquen tanto el proceso de formalización empresarial, como para que den a conocer los productos de la población con la que se está trabajando.	Cubrir todos los eventos que haya en el proceso de formalización durante todo el año. Para el caso de la promoción de los productos se hará una vez las microempresarias ya se encuentren formalizadas.	Enero 2019	Diciembre 2019	\$ 30.000.000	Cámara fotográfica. Grabadora periódica. Backing. Piezas publicitarias (volantes). Tiempo del personal	Gobernación del Valle

Fuente: Esta investigación

La inversión total del plan de acción para la formalización empresarial sería de \$130.000.000.

### 6.3. Indicadores de seguimiento y control

El uso de indicadores posibilita cumplir las metas propuestas y tener un seguimiento preciso de cada una de las actividades que se deben hacer por cada objetivo que se quiera lograr. Por tal razón, a continuación, se darán a conocer los indicadores de seguimiento y control para que el plan de acción pueda funcionar a cabalidad.

OBJETIVOS	RESPONSABLE	INDICADOR	CONTROL	META
Brindar todas las herramientas posibles para que las productoras de bebidas ancestrales se formalicen empresarialmente.	Gobernación del Valle del Cauca en cabeza de la Secretaría de Desarrollo Económico. Cámara de Comercio de Buenaventura, Cámara de Comercio de Cali, INVIMA.	No. de actividades a desarrollar en el proceso de formalización empresarial. (1 trimestral)	*Registro fotográfico de las capacitaciones. *Registro de asistencia a las capacitaciones. *Informe final de actividades	100%
Lograr que las productoras de bebidas ancestrales de Buenaventura obtengan el registro INVIMA de sus productos.	Secretaría de Desarrollo económico e INVIMA	No. de productoras que obtengan su registro INVIMA. (Mínimo 10)	*Registro mercantil. *Registro INVIMA. *Plan de trabajo de las productoras. *Informe final de actividades	90%
Incrementar la participación de las unidades productoras en ferias, eventos culturales y ruedas y macrorruedas de negocio.	Secretaría de Desarrollo económico, Cámara de Comercio de Buenaventura, Cámara de Comercio de Cali, otras entidades que realicen ruedas de negocios en el departamento del Valle del Cauca.	No. de eventos en los que las productoras han participado. (Mínimo 5 en el año)	*Registro fotográfico de los eventos. *Registro de asistencia a los eventos. *Informe final de actividades, incluye reporte de ventas de las productoras.	90%
Facilitar el acceso de asesoría empresarial a las productoras de bebidas ancestrales del municipio de Buenaventura.	Secretaría de Desarrollo económico, Cámara de Comercio de Buenaventura, INVIMA	No. de asesorías empresariales brindadas a las productoras. (Mínimo 10 al año)	*Registro mensual de productoras asesoradas por la Cámara de Comercio de Buenaventura. *Informe final de actividades.	100%

Fuente: Esta investigación

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. Conclusiones**

Durante la investigación se identificó que las unidades productivas del Pacífico colombiano producen bebidas ancestrales con efectos curativos como con propósitos afrodisíacos o para la fecundación. Todo el proceso desde el corte de la caña hasta la comercialización de los productos es realizado en su mayoría por mujeres, quienes realizan un procedimiento artesanal, no cuentan con un registro INVIMA y no están formalizadas empresarialmente.

Las productoras pueden formalizarse empresarialmente sin perder su ancestralidad porque los ingredientes la fórmula no va a cambiar, lo que desean los entes territoriales es mejorar las prácticas de manufactura para brindar un mejor producto al consumidor. Sin embargo, el registro mercantil y en especial el registro INVIMA tiene un valor económico alto para las productoras, por lo cual se convierte en una barrera para la formalización.

Por otro lado, los eventos culturales constituyen una parte importante en la divulgación y comercialización de las bebidas ancestrales. El Festival de música Petronio Álvarez ha sido una forma de legitimar la venta de estos productos y un impulso para la economía no solo para las unidades productivas de Buenaventura sino para las del Pacífico colombiano en general.

Las tradiciones culturales de Buenaventura, que incluyen rituales, cantares, danza, gastronomía y las bebidas afro pacíficas, hacen que sea una población única y alegre, la cual necesita de apoyo para salir adelante y que los gobernantes puedan potenciar sus actividades económicas y preservar su cultura.

### **7.2. Recomendaciones**

Es importante fortalecer la cohesión entre entes tanto públicos como privados como la Secretaría de Desarrollo Económico, el INVIMA, la Cámara de Comercio de Buenaventura o la Cámara de Comercio de Cali, para incentivar la formalización empresarial de las productoras de bebidas ancestrales.

Los productos tienen potencial de exportación y de ventas en grandes superficies en el territorio nacional, pero la única forma de que las productoras puedan lograr esto en formalizándose empresarialmente.

Si bien, es esencial proteger el conocimiento sobre la elaboración de las bebidas ancestrales, el conocimiento también se hizo para ser compartido y contarle a las personas acerca de las tradiciones de la población afro pacífica, no contando las recetas como tal pero si dando a conocer sus tradiciones, los beneficios y los rituales que traen consigo la elaboración de estas bebidas.

Se recomienda que se lleve a cabo el plan de acción descrito en este trabajo en cabeza de los entes competentes, para que las productoras de bebidas ancestrales en Buenaventura se puedan formalizar empresarialmente y puedan ser competitivas en el mercado.

Una de las estrategias planteadas en el plan de acción se refiere a un plan de comunicaciones, el cual operará una vez las unidades productivas se encuentren formalizadas. Lo ideal es que esta estrategia pueda promocionar los productos que ellas realizan por ello es importante que se prolongue el tiempo necesario hasta que logren posicionarse en el mercado

## BIBLIOGRAFÍA

- Albuquerque, F., & Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (1996). Dos facetas del desarrollo económico y local: Fomento productivo y políticas frente a la pobreza. Santiago de Chile: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social. (Santiago de Chile).
- Albuquerque, F., Aghón, G., Cortés, P., & UN. ECLAC. (2002). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL.
- Alcaldía de Buenaventura. (2008). Así es Buenaventura: Geografía. Recuperado de [http://www.buenaventura.gov.co/images/multimedia/asi\\_es\\_buenaventura.pdf](http://www.buenaventura.gov.co/images/multimedia/asi_es_buenaventura.pdf)
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2015). Arrechón, tomaseca, viche, elixires del Pacífico que entonan el Petronio. Recuperado de [http://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/110423/arrechon\\_tomaseca\\_viche\\_elixires\\_d\\_el\\_pacifico\\_que\\_entonan\\_el\\_petronio/](http://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/110423/arrechon_tomaseca_viche_elixires_d_el_pacifico_que_entonan_el_petronio/) el 10 de diciembre de 2017.
- Arocena, J. (1995). El desarrollo local, un desafío contemporáneo, Caracas, Nueva Sociedad-CLAEH.
- Artículo 333. Constitución Política de Colombia, Bogotá D.C. Julio 4 de 1991.
- Asamblea ciudadana por la defensa de Buenaventura. (2017). Declaratoria de estado de emergencia social en el distrito especial de Buenaventura (artículo 215 de la Constitución Política). Buenaventura: Autor.
- Asociación de Geógrafos Españoles., Martínez, P. A., Prieto, C. A., Rodríguez, G. F., & Sforzi, F. (2008). Los sistemas locales de empresas y el desarrollo territorial: Evolución y perspectivas actuales en un contexto globalizado. San Vicente [del Raspeig] Alicante: Editorial Club Universitario.

- Atlas de Culturas Afrocolombianas. (1992). Gastronomía. Recuperado de [http://www.colombiaaprende.edu.co/html/etnias/1604/articles-83264\\_archivo.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/etnias/1604/articles-83264_archivo.pdf) el 11 de diciembre de 2017.
- Banco de desarrollo de América Latina. (2012). La economía local la función de las agencias de desarrollo. Serie de políticas públicas y transformación productiva (2).
- Banco de la República. (2008). *Economías del Pacífico colombiano*. Cartagena: Editorial Nomos S.A.
- Boisier, S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?. *Revista De La Cepal (Santiago De Chile)*, 86, 47-62.
- Boiser, S. (2001). Crecimiento y desarrollo territorial endógeno. Observaciones al caso chileno. Seminario Internacional Desarrollo Endógeno en Territorios Excluidos presentada en la Universidad de la Frontera, Temuco, Región de la Araucanía, Chile.
- Cabrera-Suárez, L. A. (2015). El Estado colombiano y la responsabilidad patrimonial por el medio ambiente estudio de caso: la minería en Zaragoza, Valle del Cauca. *Derecho y políticas públicas*, 16, 20.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). Beneficios de la formalidad y riesgos de la informalidad. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Fortalezca-su-empresa/Temas-destacados/Formalice-su-empresa/Beneficios-de-la-formalidad-y-riesgos-de-la-informalidad>.
- Cámara de Comercio de Buenaventura (2017). *Análisis socioeconómico de Buenaventura 2016*. Buenaventura Distrito Especial Industrial Portuario Biodiverso y Eco-turístico de Buenaventura.
- Cámara de Comercio de Buenaventura (2014). *Resumen ejecutivo: Caracterización tejido empresarial Buenaventura*. Buenaventura: Difusión Compañía de Medios.

- Cámara de Comercio de Medellín. (s.f). Formalización empresarial. Recuperado de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Empresariales/Creacion-de-empresas/Formalizacion-empresarial.aspx>.
- Cárdenas, S.-M. M., & Rozo, V. S. (2009). Informalidad empresarial en Colombia: Problemas y soluciones. *Desarrollo y Sociedad*, 63, 211-243.
- Chacaltana, J., & Infante, R. (2014). Hacia un desarrollo inclusivo: El caso del Perú. Santiago de Chile: CEPAL.
- Cigüenza, N. (15 de febrero de 2018). La economía colombiana registró el peor crecimiento de los últimos ocho años. *La República*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/economia/la-economia-colombiana-registro-el-peor-crecimiento-de-los-ultimos-ocho-anos-2599653>
- Convenio de asociación 1203/2012. Ministerio de Cultura/Grupo de Patrimonio Cultural Inmaterial - Asociación El Colectivo.
- Cruz, A. (2000). Afrodisiacos naturales. México: Selector actualidad editoriala.
- DANE. (2005). Censo General 2005: Perfil Buenaventura – Valle del Cauca. Autor.
- DANE. (2014). Proyección 2014. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- DANE. (2017). *Mercado laboral de la ciudad de Buenaventura 2016*. Recuperado de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech\\_buenaventura/boletin\\_buenaventura\\_16.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_buenaventura/boletin_buenaventura_16.pdf)
- DANE y Universidad del Valle (CIDSE). (2010). Análisis regional de los principales indicadores sociodemográficos de la comunidad afrocolombiana e indígena a partir de la información del censo general 2005. Bogotá, D.C.: Revista Escala S.A.



DANE (11 de mayo de 2018). Balanza comercial. Recuperado de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/balanza-comercial>

DANE (2018). Indicadores económicos. Recuperado de

<https://www.dane.gov.co/index.php/indicadores-economicos>

Defensoría del pueblo de Colombia. (2016). Problemática humanitaria en la Región Pacífica colombiana: Visiones del territorio. Bogotá: Autor.

Departamento Nacional de Planeación. (2010). Decreto 1162 de 2010. Por el cual se organiza el Sistema Administrativo Nacional de Propiedad Intelectual y se crea la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual. 13 de abril de 2010. Colombia.

DIAN. (2018). *Sobre DIAN, ¿Cuál es el objeto de la entidad?* Recuperado de

<http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Laentidad?OpenDocument>

DINERO (2018). Economía colombiana creció 2,2% en el primer trimestre de 2018. *Dinero*.

Recuperado de <https://www.dinero.com/economia/articulo/producto-interno-bruto-de-colombia-en-el-primer-trimestre-de-2018/258433>

DNDA. (s.f). Generalidades del Derecho de Autor. Recuperado de

[http://200.91.225.128/Intrane1/desarrollo/CONCEPTOSWEB/arch\\_conceptos/1-2018-47173.pdf](http://200.91.225.128/Intrane1/desarrollo/CONCEPTOSWEB/arch_conceptos/1-2018-47173.pdf)

DNP. (2017). Indicadores sociales de Buenaventura. Recuperado de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PublishingImages/BUENAVENTURA%20SEGUNDO-02.jpg>

DNP. (2017). Buenaventura, la puerta de entrada al Pacífico, comienza a diseñar su desarrollo a 20 años. Recuperado de <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Buenaventura,-la-puerta-de-entrada-al-Pac%C3%ADfico,-comienza-a-dise%C3%B1ar-su-desarrollo-a-20-a%C3%B1os.aspx>

Echeverry, R. R. D., Medina, V. J. E., & Silva, C. T. F. (2013). El desarrollo local desde una perspectiva sociocultural de la competitividad. Cuadernos De Administración (universidad Del Valle), 29, 49, 45-54.

El Banco Mundial. (2006). *Desarrollo económico local: Un instructivo para el desarrollo y la implementación de las estrategias y planes de acción de desarrollo económico local*. Washington, D.C: Autor.

Financiera del Desarrollo S.A (Findeter), Gerencia del Pacífico. Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Fundación Esteyco. (2015). La Buenaventura que nos merecemos – Plan maestro 2050 Recuperado de:  
[https://issuu.com/mintic\\_col/docs/librobuenaventuraplan2050\\_baja](https://issuu.com/mintic_col/docs/librobuenaventuraplan2050_baja)

Fondo de promoción turística Colombia. (2009). Evaluación de la gastronomía colombiana como factor potencial de turismo. Medellín.

García, A., Cedeño, R., Deschamps, L., y Maldonado, V. (2006). La empresa rural y las redes empresariales. México D.F.: SAGARPA.

Gobernación del Valle del Cauca (2016). Comunidades indígenas. Recuperado a partir de <http://www.valledelcauca.gov.co/etnicos/publicaciones.php?id=32027&dPrint=1>.

Gómez, L., Martínez, J. & Arzuza, M. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. *Pensamiento y gestión*, 21, 1-25.

Gómez, P. E. (2010). *Introducción a la Antropología Social y cultura (2010): Definiciones de cultura*. Recuperado de <http://ocw.unican.es/humanidades/introduccion-a-la-antropologia-social-y-cultural/material-de-clase-1/tema-2.-la-cultura/2.3-definiciones-de-la-cultura>.

Gutiérrez O. S. (2016). Capital social, cultura organizacional, cultura innovadora y su incidencia en las Organizaciones Productivas Rurales Colaborativas. *Economía y Sociedad*. 34.

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). Metodología de la investigación. México, D.F: McGraw-Hill Education.

Huertas, H. O. L., & Villegas, U. C. A. (2009). La narrativa como posibilidad de comprensión de las organizaciones productivas rurales. Bogotá: D - Pontificia Universidad Javeriana.

Invima (2011). Misión y visión. Recuperado de <https://www.invima.gov.co/nuestra-entidad/mision-y-vision.html>

INVIMA. (2016). 8 Pasos para obtener su registro sanitario de alimento. Recuperado de: <https://www.invima.gov.co/8-pasos-para-obtener-su-registro-sanitario-de-alimentos.html>.

Ley N° 590. Congreso de Colombia, Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, Bogotá, D.C. julio 10 de 2000.

Ley No. 1014. Congreso de Colombia. De fomento a la cultura del emprendimiento, Bogotá D.C., enero 26 de 2006.

Márquez D. J. A. (2002). *Empleo y nuevas tareas rurales para el desarrollo local*. Universidad de Alicante. Instituto Universitario de Geografía.

Meza, C., Murillo, J., Palacios, C., Castillo, C. Manyoma, J. & Sánchez, L. (2012). La ruta del viche. Producción, circulación, venta y consumo del destilado en el litoral Pacífico colombiano. Informe Número 11, Colección Informes Antropológicos del Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Fondo de Promoción Turística Colombia. (2009). Evaluación de la Gastronomía Colombiana como factor potencial de turismo. Medellín: Autor.

Ministerio de Cultura (2015). Memorias del encuentro de comunicación y patrimonio cultural del Pacífico Colombiano. Pacífico territorio revelado. Cali: Autor.

Ministerio de Cultura. (2016). Saberes & Sabores del Pacífico colombiano Buenaventura – Tumaco Biodiversidad, cocina e identidad en el Pacífico colombiano. Bogotá D.C.: Autor.

- MINTRANSPORTE. (2016). *Transporte en cifras: Estadísticas 2016*. Bogotá.
- Noguera, T. J. (2016). *La visión territorial y sostenible del desarrollo local: Una perspectiva multidisciplinar*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València
- Petronio Cali. (2018). Ritmos del Pacífico. Recuperado a partir de <https://petronio.cali.gov.co/ritmos-del-pacifico>.
- Pulzo. (2018). Bebidas afrodisíacas como el Arrechón y el Tumbacatre podrían dejar de comercializarse. Recuperado de <https://www.pulzo.com/nacion/interponen-tutela-bebidas-afrodisiacas-pacifico-PP520186>
- Santa María, S. M. & Roza, V. S. (2008). *Informalidad empresarial en Colombia: Alternativas para impulsar la productividad, el empleo y los ingresos*. Recuperado de <https://drive.google.com/drive/folders/0B-mzSC3xDTL7bFh5cUU0ajNtdFE>
- Sevilla, M. & Cabezas, F. (1997-2016). Guía (incompleta) al Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, 1997-2016. Santiago de Cali: Pontificia Universidad Javeriana, Sello Editorial Javeriano, 2017.
- Soto, U. D. (2006). La identidad cultural y el desarrollo territorio rural, una aproximación desde Colombia. *Territorios con identidad cultural*. Rimisp.
- Superintendencia Industria y Comercio (2018). *Entidades sector Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado de <http://www.sic.gov.co/entidades-sector-comercio-industria-y-turismo>
- Superintendencia de industria y comercio. (s.f.). Compendio de Normas Propiedad Industrial. ISBN 958-96897-9-5.
- Tello, M. D. (2010). Del desarrollo económico nacional al desarrollo local: Aspectos teóricos. Santiago de Chile: D - CEPAL.
- UNESCO. (1982). *Oficina de la UNESCO en México: Líneas generales*. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>.

Varela, R. (2010). El espíritu empresarial como opción de desarrollo profesional. Universidad Icesi.

Vázquez, B. A., & Naciones Unidas. (2000). *Desarrollo económico local y descentralización: Aproximación a un marco conceptual*. Santiago de Chile: CEPAL.

Viaje Jet. (2012). Bailes y trajes típicos de Cartagena de Indias - por Ministerio TIC Colombia. Recuperado de <https://www.viajejet.com/traje-tipico-de-colombia/>

Viloria, H. J. (2008). *Economías del Pacífico colombiano*. Cartagena, Colombia: Banco de la República.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1. Cuestionario y/o guía de entrevista para productores**

1. ¿Qué productos elabora?
2. ¿Cómo es el proceso de elaboración de estos productos?
3. ¿Qué tipo de empaque utilizan para embazar las bebidas que ustedes producen?
4. ¿Cómo comercializa sus productos?
5. ¿Conoce acerca de los procesos para formalizar empresarialmente su actividad económica actual?
6. ¿Se formalizaría empresarialmente como persona natural?
7. ¿Conoce las ventajas que le traería el formalizar su actividad económica?

### **Anexo 2. Cuestionario a entes reguladores**

1. ¿Qué campañas se están ejecutando actualmente para que haya mayor formalización empresarial en Buenaventura?
2. ¿Qué ventajas trae consigo el hecho de que un productor cumpla con todos los requisitos que ustedes exigen para formalizarse?
3. Piensa que este tipo de políticas contribuyen con el desarrollo económico local del municipio de Buenaventura y ¿por qué?

### **Anexo 3. Cuestionario a expertos**

1. ¿Cómo describe la situación de las unidades productivas que producen y comercializan bebidas ancestrales en Buenaventura?
2. ¿Considera pertinente y viable que las unidades productivas se formalicen empresarialmente?
3. ¿De qué forma las unidades productivas podrían proteger su conocimiento?
4. ¿Cómo generar una articulación exitosa entre las unidades productivas y los entes reguladores como la gobernación, las cámaras de comercio o incluso el INVIMA?
5. ¿Considera que las unidades productivas tienen potencial de exportación y por qué?
6. ¿Cómo incentivar las buenas prácticas de manufactura en las unidades productivas?

7. ¿Cómo se podría hacer el mercadeo de estos productos de las microempresarias?
8. ¿Cómo afrontar la brecha entre la formalización empresarial y la permanencia del conocimiento ancestral de las unidades productivas entorno a que no pierdan su identidad?
9. Dentro de la comunidad afro ¿cómo ve la posibilidad de formalizarse empresarialmente?
10. ¿De qué forma las unidades productivas situadas en el Pacífico colombiano y específicamente en Buenaventura contribuyen al desarrollo del territorio y su región?