

El Capital Social en una comunidad rural colombiana*

Social Capital in a Colombian Rural Community

Karen-Lorena Piracoca-Peraza¹
Sandra-Milena Zambrano-Vargas²

Cómo citar/ How to cite: Piracoca, K. & Zambrano, S. (2021). El Capital Social en una comunidad rural colombiana. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 16(2), 193 – 203. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2021v16n2.7831>

Resumen

La agricultura en Colombia y particularmente en el municipio de Aquitania- Boyacá, se caracteriza por ser de micro y minifundios. Para el caso de la cebolla de rama cultivada en este municipio, existen unas condiciones particulares que muestran falta de asociación para desarrollar acciones colectivas. El presente estudio, pretende revisar la formación de capital social en estos productores para reconocer si han creado beneficios, a través de las acciones colectivas de solidaridad y confianza en la comunidad. El enfoque metodológico es mixto, por un lado, se aplica un cuestionario a un grupo de 96 productores y se analizan las respuestas de 36 de ellos, los cuales pertenecen a alguna asociación. En segundo lugar, para el enfoque cualitativo, se realiza observación no participante y entrevistas a miembros de dichos colectivos. Se encuentra que existe una participación muy baja de los productores y una resistencia frente a las acciones grupales y sus posibles resultados, pues solamente se reúnen en torno a actividades en el corto plazo sin una visión duradera. Se concluye que en la actualidad no existe una motivación clara por parte de los productores de participar en un grupo de cooperación, lo cual sin duda no los deja crecer como sector.

Palabras clave

Capital social; asociaciones rurales; productores agrícolas; cebolla de rama.

Abstract

Agriculture in Colombia, particularly in the municipality of Aquitania-Boyacá, is characterized by being micro and small farms. In the specific case of the branch onion grown in this municipality, there are particular conditions that show a lack of association to develop collective actions. This study aims at reviewing the formation of social capital among these producers to recognize if they have created benefits through collective actions of solidarity and trust within the community. The methodological approach of this study is mixed, on the one hand, a questionnaire is applied to a group of 96 producers and the responses

Fecha de recepción: 28 de marzo de 2021
Fecha de evaluación: 20 de mayo de 2021
Fecha de aceptación: 28 de junio de 2021

Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)
Published by Universidad Libre



*Artículo de investigación como resultado del proyecto de investigación “Identificación y Evaluación de las Variables Determinantes en el Modelo de Negocio de la Cebolla de Rama, Aquitania- Boyacá”.

¹ Magíster en Administración de Organizaciones de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, integrante del semillero del grupo de investigación IDEAS. Correo electrónico: karen.piracoca@uptc.edu.co ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-3492-6971>

² Doctora en Administración de la Universidad Autónoma de Querétaro. Docente investigadora de la escuela de administración de empresas de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia sede Tunja, integrante del grupo de investigación IDEAS. Correo electrónico sandra.zambrano01@uptc.edu.co ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-5946-6954>

of 36 of them, which belong to some association, are analyzed. Secondly, for the qualitative approach, non-participant observation and interviews are carried out with members of the aforementioned groups. It is found that there is a low participation of the producers and a resistance to group actions and their possible results, since they only gather around activities in a short term time without a lasting vision. It is concluded that currently, there is no clear motivation from producers to participate in a cooperative group, which undoubtedly, does not allow them to grow as a sector.

Keywords

Social capital; rural associations; agricultural producers; branch onion.

Introducción

La transformación continua de los mercados, ha sumido a la producción agrícola en un ambiente de poco arbitraje gubernamental, inequidad social, y subordinación en un modelo económico globalizado excluyente (Lugo-Morin, 2013). Este es el caso de la agricultura colombiana, la cual, al día de hoy, solo ha podido competir en los mercados externos con productos como el café, el banano y las flores, concentrado en estos el 95% de las exportaciones (Tobón, Penagos y Acosta, 2019).

En Colombia, el 26% de la población habita en zona rural, dependiendo en su mayoría de la agricultura para su subsistencia. No obstante, los ingresos para el 70% de estos individuos son menores a un salario mínimo (Perry, 2010). Así mismo, convive la baja calidad educativa y la informalidad laboral; en el primer caso, reflejada por los años escolares alcanzados en zona rural y urbana y en el segundo, por la baja cobertura en seguridad social (Cárdenas y Vallejo, 2016).

Prevalece el micro y minifundio, caracterizados por cultivos de baja productividad, asociados a la ausencia de innovación tecnológica, la deficiencia en infraestructura vial y en los sistemas de riego y drenaje y el bajo acceso a créditos financieros (Leibovich y Estrada, 2009).

De esta forma, al imperar el microfundio y minifundio en el país, Leibovich y Estrada (2009) recalcan la necesidad de impulsar los grupos cooperativos y la empresarización del sector con el fin de lograr economías de escala. Del mismo modo, el Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, afirma que: “el fortalecimiento y formalización de la asociatividad, así como la generación de capacidades empre-

sariales en las organizaciones de productores, son elementos clave para la eficiencia y la sostenibilidad de las intervenciones tanto del sector público como del privado” (Tobón, Penagos y Acosta, 2019, p. 28).

El presente estudio, pretende indagar el estado de estas postulaciones, a partir del contexto de los productores de cebolla de rama en el municipio de Aquitania, Boyacá, abordado a partir del concepto de capital social, el cual se concibe, como un elemento estratégico que permite a las comunidades exentas de oportunidades y con bajos ingresos, crear beneficios a través de las acciones colectivas de solidaridad y confianza (Rueda y Muñoz, 2011). En la actualidad, los productores Aquitanenses afrontan dificultades a nivel comercial y organizativo; la mayoría de los pobladores comercializa de forma individual y vende el producto a intermediarios (Chaparro y Peñalosa, 2012). Así mismo, enfrentan presiones de tipo ambiental como consecuencia del actual modelo de negocio; su cercanía al lago de Tota, la falta de capacitación en el uso del recurso hídrico, conflicto con los demás actores beneficiarios del lago y la falta de promoción tecnológica (Departamento Nacional de Planeación, 2014; Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Humboldt, 2014).

Referentes teóricos

Capital social

Para Woolcock y Narayan (2000), el capital social está constituido por todas las redes que crea un individuo con su entorno. Dichas conexiones surgen de forma espontánea con familiares y amigos, siendo un activo importante a quienes el individuo puede recurrir en tiempos

de crisis, disfrutar de su compañía y obtener diversos beneficios materiales. De la misma forma sucede con las asociaciones o alianzas. Al consolidarlas, una comunidad puede crear las habilidades necesarias para enfrentar problemas e identificar oportunidades.

Coleman (1988) expone que:

Así como el capital físico (cambios en materiales y herramientas) y el capital humano (cambios en las personas que crean habilidades y capacidades) permiten la actividad productiva, el capital social lo hace también a través de los cambios en las relaciones entre las personas facilitando la acción (p. 101)

De esta forma, el éxito del capital social depende del número de conexiones o redes que se movilicen acertadamente en conjunto con el capital económico y cultural de los integrantes de una comunidad, bajo la intención de fomentar relaciones e intercambios (Bourdieu, 1986). Para Coleman (1988), el intercambio debe regirse bajo tres elementos, los cuales considera indispensables en el capital social: la confianza del entorno social, las normas y las sanciones efectivas y la búsqueda del interés colectivo

sobre el individual. Putnam (1995), utiliza estos atributos para definir al capital social como: “Las características de la organización social, como redes, normas y confianza social que facilitan la coordinación y la cooperación para el beneficio mutuo”. (p. 67)

De igual forma, Ostrom (2003) insta a ejercitar continuamente las relaciones de estas redes por medio de la confianza y la reciprocidad, justificando el hecho de que el capital social se ve deteriorado por la falta de uso. Por ello la importancia de alimentar los lazos y vencer los impulsos nocivos que enfrentan las redes cooperativas en el corto plazo.

A su vez, Woolcock y Narayan (2000), introducen al concepto los términos de capital vinculante (Bonding) y capital puente (bridging), dada la importancia de las redes horizontales y verticales en los grupos cooperativos. El primero hace referencia a los lazos que surgen a nivel intracomunitario, y el segundo, a nivel intercomunitario. Estos conceptos son explicados por los autores en la visión de redes, en las cuatro dimensiones del capital social de desarrollo económico (Woolcock y Narayan, 2000, pp. 229- 239), las cuales se resumen en la tabla 1.

Tabla 1. Dimensiones de Capital Social desde la perspectiva de desarrollo económico

Dimensión	Actores	Prescripciones políticas
<i>Visión comunitaria</i> <i>Asociaciones locales</i>	<i>Grupos comunitarios</i> <i>Organizaciones voluntarias</i>	<i>Reconocer los bienes sociales de los pobres</i>
<i>Visión de redes</i> <i>Lazos comunitarios y puentes</i>	<i>Empresarios</i> <i>Grupos empresariales</i> <i>Mediadores de información</i>	<i>Descentralizar</i> <i>Crear zonas empresariales</i> <i>Puentes sociales</i>
<i>Visión institucional</i> <i>Instituciones políticas y legales</i>	<i>Sectores públicos y privados</i>	<i>Conceder libertades civiles y políticas.</i> <i>Instituir transparencia, responsabilidad</i>
<i>Visión sinérgica</i> <i>Redes comunitarias y relaciones Estado-sociedad</i>	<i>Grupos comunitarios, civiles sociedad, empresas, estados</i>	<i>Coproducción, complementariedad</i> <i>Fomentar la participación</i> <i>Mejorar la capacidad y la escala de organizaciones locales</i>

Fuente: Woolcock y Narayan (2000)

La dimensión comunitaria, refiere los lazos entre los individuos, los cuales contribuyen al manejo de la pobreza y la vulnerabilidad. Estos grupos nacen al interior de las comunidades.

La dimensión de redes, resalta la importancia de la relación de los individuos de las comunidades con el exterior (descentralización). Los lazos dan a las comunidades sentido de pertenencia y al interactuar con otras instituciones de la sociedad civil asegura su desarrollo.

La dimensión institucional, señala que “la efectividad de las redes comunitarias y la sociedad civil depende en gran parte del entorno político, legal e institucional” (p.234). Así mismo, recalca el compromiso y la responsabilidad del estado hacia la sociedad civil, para que esta pueda prosperar.

Por último, está la dimensión de sinergia, la cual insta a integrar el trabajo de las redes o grupos sociales y los organismos del estado a través de la participación, la creación de enlaces y el fortalecimiento de las organizaciones locales. Dicho de otro modo, crear relaciones de apoyo mutuo entre actores públicos y privados.

Capital social en el ámbito rural

En Colombia, al predominar el micro y minifundio en la producción agropecuaria, las redes de acción colectiva, convierten a este elemento en un factor estratégico de desarrollo económico (Agencia de Desarrollo Rural, 2019). Dichas redes pueden establecerse según su funcionalidad: de forma reactiva, las cuales surgen para hacer frente a problemas existentes, y de forma proactiva, que se gesta con el fin de descubrir nuevas oportunidades (Lugo-Morin, 2013).

Dentro de las dificultades en las que incurrían estos grupos cooperativos en el camino de fortalecer su capital social, Szmulewicz, Gutiérrez, y Winkler (2012) refieren los bajos niveles de confianza entre los miembros, la inseguridad hacia estas organizaciones y su capacidad para lograr el éxito. Por ello, Ostertag (2002) en pro de asegurar el éxito de estas organizaciones, enumera algunos elementos que cierran la brecha hacia el cumplimiento de los objetivos:

agentes externos de apoyo económico, apertura hacia la innovación e introducción de nuevos procesos de transformación y valor agregado, la gestión de contactos de conexión hacia el mercado y empresas privadas, el desarrollo de la producción con orientación y segmentación de mercado, la certificación de productos, la creación de redes de apoyo financiero y técnico, y la participación de un liderazgo gerencial con formación empresarial y compromiso social.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2007) hace hincapié en las barreras que deben superarse al iniciar un emprendimiento colectivo. Al comercializar de forma individual y enfrentarse a competidores, que dejan de serlo para ir en pos de un objetivo común, los agricultores deben construir y mantener buenas relaciones de confianza, y ser conscientes de que éstas, se construyen en el tiempo y no de forma inmediata.

En el caso de Colombia, el gobierno nacional ha impulsado la estrategia asociativa a través de los proyectos productivos rurales, sin embargo, esta iniciativa ha presentado dificultades. Elementos como la inestabilidad en la política económica solidaria, la pérdida del tejido social por el conflicto armado, y la ambición del gobierno por condicionar a los productores a pertenecer a un grupo cooperativo para alcanzar recursos del estado, han dado origen a asociaciones débiles, sin un objeto social claro y carentes de visión compartida. Es por esto que en Colombia los casos de asociaciones exitosas, han surgido muchas veces sin la participación del estado, como es el caso de los productores en la zona cafetera (Departamento Nacional de Planeación, 2015).

Metodología

El presente estudio se realizó bajo un enfoque metodológico mixto, provisto de elementos cuantitativos y cualitativos, con el fin de indagar diferentes niveles del problema de estudio (Hernández, 2010, p.550).

Por un lado, se realiza un estudio cuantitativo, respondiendo al análisis profundo de las diversas herramientas e instrumentos de recolección de datos provenientes del escenario de estudio. Para esto, se diseña y aplica un cues-

tionario a una muestra de 96 productores de cebolla larga en el municipio de Aquitania en el departamento de Boyacá, cuyos resultados se analizan en el programa SPSS y Excel. Dicha muestra es seleccionada bajo el principio de conveniencia, en la cual la información es recolectada con base en la disposición y acceso de los agricultores residentes del municipio.

Por otro lado, se usa un enfoque cualitativo, en donde se llevó a cabo, la observación no participante en eventos institucionales como las mesas de trabajo y el lanzamiento de una estrategia para el campo colombiano, entrevistas a representantes legales, miembros de las asociaciones, y entrevista a un experto.

Resultados

Análisis cuantitativo

En el primer escenario, las dimensiones de capital social propuestas, son evaluadas a 96 productores de cebolla de rama del municipio de Aquitania, pertenecientes o no a una asociación. Las encuestas permiten constatar el predominio de los hombres como cabezas de hogar y cuyo nivel educativo no supera el bachillerato (66%). Así mismo, se presentan productores con rangos de edad desde los 21 hasta los 77 años, lo cual puede inducir la presencia de la población joven participante en la actividad.

La figura 1, presenta la baja iniciativa colectiva de los productores encuestados, seguido por un 39% de productores participantes en asociaciones y distritos de riego. En el caso de

las asociaciones, el vínculo es débil y solo se logra la cooperación en proyectos de alianza productiva, los cuales, al finalizarse resultan en la disolución del vínculo creado.

A su vez, cuando se les preguntó acerca de actividades de mejoramiento e innovación, los productores afirman tener inversiones en sistemas de riego, donde, según la entrevista con el experto, estos se unen para costear entre todos, el valor de sistema de riego y obtener un beneficio en el pago del sistema eléctrico.

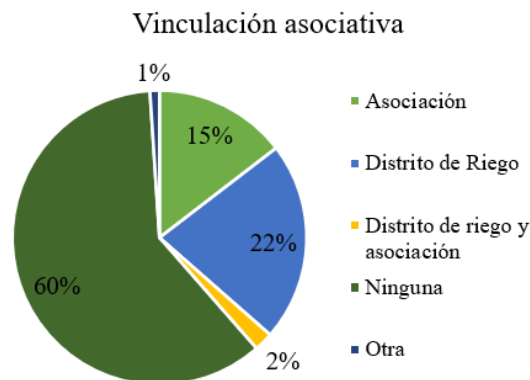


Figura 1. Vinculación asociativa de los productores.

Fuente: Elaboración propia

De esta forma, el capital social en el municipio, evaluado a partir de la percepción global de todos los encuestados responde a un promedio medianamente aceptable (Ver tabla 2), donde el apoyo institucional, la cooperación comunitaria y la inclusión social institucional, presentan los resultados más bajos.

Tabla 2. Percepción del productor frente al capital social en el municipio

Variable	Resultado
Capacitación	3,05
Empatía con la asociatividad	3,69
Trabajo en equipo	3,83
Apoyo institucional	1,94
Cooperación comunitaria	2,36
Confianza comunitaria exógena	3,48
Confianza comunitaria endógena	3,50
Inclusión social institucional	2,05
Calidad educativa	3,33
Confianza entre redes	3,49
Aceptación social	2,27

Fuente: Elaboración propia a partir del SPSS

También se analiza la opinión de 36 de los 96 productores, que pertenecen a algún tipo de grupo cooperativo, indagando su percepción acerca de la organización a la que pertenecen. Se evidencia un efecto positivo en los productores por el hecho de encontrarse asociados, ya

que los promedios en cada una de las variables son mayores a los mostrados en la tabla 2. Sin embargo, se observa una necesidad de seguir realizando acciones que permitan mejorar dicha percepción (ver tabla 3).

Tabla 3. Percepción del productor hacia la asociación en la que se encuentra vinculado

Variable	Resultado
Sentido de pertenencia	4,1
Nivel de cooperación	3,5
Calidad del liderazgo	3,5
Comunicación	3,6
Confianza hacia la asociación	3,7
Unidad de los miembros	3,5
Beneficios	4,0
Participación	4,1

Fuente: Elaboración propia a partir del SPSS

Análisis cualitativo

En el segundo escenario, el capital social se evalúa a partir del análisis de los instrumentos de la observación no participante en las mesas de trabajo para la construcción del Plan de Desarrollo 2019, el lanzamiento del programa de Coseche y Venda a la Fija del gobierno nacional, entrevistas a representantes legales y miembros de seis asociaciones y una entrevista a experto.

Con base en la entrevista a los seis representantes legales de asociaciones de diversa

índole (ver tabla 4), se identificaron algunas de las motivaciones que conllevan a los Aquitanenses a asociarse o participar de un grupo cooperativo. Estos se integran con el propósito de transformar las prácticas tradicionales del cultivo, con miras a proteger el agua y el medio ambiente; contrarrestar las exigencias de la normatividad vigente impuesta por el gobierno nacional y las corporaciones autónomas regionales; disminuir el poder de decisión y control que posee la central de abastos; mejorar los sistemas de riego en los cultivos; y emprender proyectos de transformación de cebolla para dar apertura a nuevos mercados.

Tabla 4. Asociaciones Municipio de Aquitania

Asociación	Número de miembros	Objeto Social
Asociación 1	14	Asociación de cebollas largas y hortalizas en producción más limpia del municipio de Aquitania.
Asociación 2	300	Asociación de usuarios de motores de riego.
Asociación 3	164	Asociación de productores de la provincia de Sugamuxi, especialmente cebolla larga.
Asociación 4	62	Asociación de usuarios de distritos de riego de pequeña escala.
Asociación 5	105	Asociación de usuarios de distritos de riego de pequeña escala.
Asociación 6	32	Asociación de Productores Agropecuarios de Aquitania

Fuente: Autoría Propia

Las acciones colectivas de estas organizaciones, pueden verse reflejadas por algunas actividades como son: la certificación en Buenas Prácticas Agrícolas, el manejo del agua a través de concesiones, capacitaciones en buenas prácticas de manufactura, emprendimiento, desarrollos industriales, cursos de alimentos y transformación de cebolla, uso de maquinaria agrícola, capacitaciones para el manejo de insecticidas, fungicidas, fertilizantes agropecuarios y manejo de riego. No obstante, cabe resaltar que, de los seis grupos cooperativos, solo uno cuenta con visión empresarial y trabajan en la actualidad para abrir nuevos mercados.

Es preciso señalar que una de las condiciones para la apertura de nuevos mercados, es la certificación de la producción en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), sin embargo, con relación a este aspecto, uno de los productores expresaba: “se habían logrado certificar 120 fincas, y hoy solo hay una, porque no tienen un mercado a donde llegar”. Esto se deriva como consecuencia del actual modelo de negocio, pues el destino en su gran mayoría para la cebolla de rama es la central de abastos en Bogotá (Chaparro y Peñalosa, 2012).

De esta manera, visto desde las dimensiones de capital social de desarrollo económico (Woolcock y Narayan, 2000), se identifican elementos incidentes en la situación de los productores Aquitanenses: En primer lugar, respecto a la visión comunitaria, se identifican lazos débiles, apatía y poca voluntad de los productores a la hora de asociarse. El segundo, en cuanto a la visión de redes, se hace evidente el bajo fortalecimiento y cohesión de las organizaciones en el municipio (Bonding), caracterizadas por la carencia de conocimientos empresariales, y su incapacidad para crear puentes con otras organizaciones (bridging). Como tercer elemento, desde la visión institucional y sinérgica, la intervención del estado no ha conseguido resultados satisfactorios, socavando las oportunidades de los grupos cooperativos como consecuencia de su debilidad normativa, tal como lo refiere el experto: “Colombia no posee un sector agrícola competitivo, debido a su debilidad normativa y a una carencia en la noción de inocuidad. Como consecuencia, cada sector opera de manera in-

dependiente y desordenada, y las exigencias a los productos entrantes son mínimas”. De igual forma, el experto resalta la política agraria chilena: “Chile protege a su producción nacional a través de los altos índices de calidad, lo que le permite también exportar; en contraste con la producción colombiana, donde el campesino se resiste a tener una visión competitiva, y el mercado se limita a las plazas de mercado”.

En este sentido, Herrera (2019, párrafo 15) expone que:

“Una razón de fondo de lo que está pasando es el descuido de la productividad: se ha trabajado muy poco en la capacitación de los trabajadores del campo, en impulsar programas de transferencia de tecnología e innovación, en mejorar la infraestructura productiva y de servicios, en adaptarse al cambio climático y en invertir en imagen país”.

En lo referente a los lazos de confianza y reciprocidad, uno de los representantes legales de una asociación, expresa que existe resistencia por parte de los productores en conformar asociaciones porque no tienen fe en ellas. Si bien el factor de cohesión es la comercialización, en el momento de enfrentar barreras, tales como la falta de habilidades, los productores desisten y se retiran. Este expresaba: “La asociatividad es un proceso, y más una asociación de campesinos como lo somos nosotros, operamos con recursos propios, y un proyecto como el que nosotros tenemos en camino es un proyecto que cuesta dinero, entonces hay que tocar puertas, y tocando puertas vamos a lograrlo, pero la gente se desanima y se desune porque quieren todo para ya”.

Con respecto a las asociaciones de distritos de riego, estas solo generan procesos de cooperación en la construcción del sistema de transporte de agua en sus cultivos, además de verse beneficiados con un 50% de descuento sobre el valor del recibo de energía eléctrica de los motores eléctricos. Se cobra una cuota de administración que aporta cada asociado, para el mantenimiento y manejo de imprevistos del mismo, pero no existe un vínculo comercial con

el cultivo de la cebolla y los asociados trabajan de forma individual.

Lo anterior confirma lo postulado por Martínez (2003), quien indica que estas asociaciones surgen como una forma de organización respaldada por el estado para el manejo y uso eficiente del agua en las zonas rurales, pero, si bien estas juntas se relacionan con el término de capital social gracias a factores como la toma de decisiones, planificación, gestión de recursos, comunicación y conflictos, no cumplen con la naturaleza misma del concepto pues, en el ejercicio de las labores no se practican relaciones de reciprocidad y cooperación. En este caso, esta forma de organización es portadora de capital social, pero no capital social en sí misma.

El experto presenta a los distritos de riego como los jalonadores de una futura visión asociativa empresarial en el municipio. Este expresa: “El distrito de riego a pesar de que tiene un área descrita, con plan agroecológico, plan de producción y distintas estrategias, solo es utilizado para el riego. El núcleo de desarrollo debería ser el distrito de riego, porque nadie se sale, esta es la ventaja estratégica. De igual forma, poseen personería jurídica, tienen estatutos, financieramente se manejan bien, hay una estructura base. En un distrito de riego la cohesión es mayor, salirse del distrito de riego no es posible, pues el agua es vital para la producción”.

En opinión del experto, otra ventaja estratégica presente en estas asociaciones, es el hecho de que estos distritos de riego están zonificados, es decir los predios de los asociados colindan unos con otros, lo que no sucede con otro tipo de asociaciones, pues la distribución de estos es atomizada distribuyéndose en diferentes zonas dentro del municipio acarreado dificultades a la hora de asegurar determinado volumen a un cliente o socio comercial, ya que las condiciones agroecológicas cambian respecto a la ubicación de las fincas.

También se contó con las opiniones de un miembro de una asociación conformada por 196 productores, en el marco de un evento que unía productores con potenciales compradores. A esta persona se le preguntó acerca de los ini-

cios de la asociación sobre los procesos como grupo cooperativo. Este respondió: “Comenzó como una asociación de regadío, y se empezó a hacer la gestión de venir a todos estos congresos y hacer alianzas para que nuestros productos no se quedaran solamente en la asociación de regadío: tener agua y buenos cultivos, sino que saliera el producto, garantizar que cada que salga el producto no se pierda y el productor no empiece a buscar donde venderlo, con bajos precios, sino que haya un precio justo desde el momento de sembrar”.

De igual manera, cuando se le preguntó acerca del éxito de la asociación, este resaltó algunos elementos como el compromiso y liderazgo existente: “Todos hicimos el esfuerzo para tener el punto de agua, que es el objeto social de la asociación, ahora ya nos metemos a un compromiso mayor y nos toca capacitarnos, es lo que nosotros hacemos, muchas veces también le pedimos el acompañamiento a las entidades del estado para que hagan esa intervención. Decimos que vamos a tratar de venderle a este proveedor, este proveedor nos exige que la cebolla salga de esta manera, con esta calidad, decimos: no la tenemos, no la estamos haciendo así, entonces busquemos apoyo”.

También afirma: “Depende de moverse, de querer hacer las cosas. La representante legal, ha sido una persona que ha estado desde el 2008, le ha puesto todo el empeño para que esto no solamente se quede en asociación de regadío, sino que crezca de esta manera; a ella le debemos mucho, por ese liderazgo, es la mamá de nosotros, nosotros la apoyamos y estamos convencidos de que todas las cosas que ella hace, de ir al ministerio de agricultura, de buscar el apoyo para acceder a geo mallas, han sido de gran ayuda a la asociación. La respuesta es querer hacer las cosas y querer hacerlas bien”.

De modo que, estas asociaciones permiten dilucidar algunos factores que abren camino para el éxito de las organizaciones cooperativas. En primer lugar, se resalta el rol del liderazgo y la relevancia que poseen al impulsar cualquier iniciativa. Tal como lo refiere Amézaga, Rodríguez, Núñez y Herrera (2013), el líder es el responsable de direccionar al grupo de miembros,

gestionar los proyectos, y el encargado de crear la cultura organizacional de la asociación.

Como segundo elemento, se destaca la inclusión de los asociados, como resultado del interés del liderazgo por formar y capacitar a sus miembros; derivando lazos de reciprocidad, solidaridad y confianza. De esta forma, Amézaga et al (2013), instan a valorar el carácter dependiente de las relaciones de capital social con la gestión empresarial. Toda vez, que una asociación puede contar un buen plan empresarial, pero si la cohesión de la organización es débil, este no prosperará; al igual que, pueden haber altos niveles de capital social, pero si la gestión empresarial es precaria, la organización tenderá a desaparecer.

Finalmente, se resalta el capital vinculante y puente que han logrado estas organizaciones, a partir de la visión comunitaria y la visión de redes, en búsqueda de lazos comunitarios y conexión con organizaciones externas, las cuales avalan el crecimiento y perdurabilidad de la asociación.

Conclusiones

Si bien el municipio de Aquitania es caracterizado por la individualidad a la hora de comercializar el producto (Chaparro y Peñalosa, 2012), la asociatividad no está del todo descartada. La investigación permitió identificar la presencia de algunas asociaciones con miras hacia la empresarización, y la presencia de población joven interesada en el cultivo, mejor preparada y con visión hacia el futuro.

Así mismo, la percepción del capital social dentro del municipio tiene un comportamiento aceptable, no obstante, este no está dando los frutos esperados. En la actualidad, no hay motivación por parte de los productores a pertenecer a un grupo cooperativo, debido a las barreras que el cultivo de la cebolla de rama debe hacer frente: la vinculación comunitaria, el fortalecimiento de capacidades empresariales, el fortalecimiento del liderazgo de las asociaciones, su conexión con otras organizaciones, y la vinculación institucional, la cual obtuvo el puntaje más bajo por parte de los productores.

El Departamento Nacional de Planeación (2015), reitera sobre la urgencia de un trabajo continuo de largo plazo, la integración garantizada de asistencia técnica, financiamiento y comercialización, la intervención de los individuos en el desarrollo y ejecución de proyectos, la conexión de redes entre los territorios y el mercado, el fortalecimiento de la confianza, y la participación efectiva de los actores públicos y privados.

Uno de los factores más relevantes a priorizar en la producción de cebolla de rama, es la formación del capital humano, la transformación de la producción a una de calidad y el respaldo del estado para proteger la producción interna. Tal como lo expresa Barrientos (2018) cuando resalta que la competitividad está más asociada al desarrollo de las personas, que al producto en sí, y el rol del estado es hacerse notar a través de las acciones colectivas, tal como sucede en otros países, en donde se respaldan sus productos posicionándose y atrayendo compradores por medio de las marcas propias, que sea ambientalmente sustentable, con profesionalismo de los agricultores, en donde la competitividad esté acompañada de la modernización continua en los procesos, estándares de calidad e inocuidad, firmeza de políticas rurales, y las alianzas de libre comercio (Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, 2019).

De otro lado, se identificó el predominio de acciones colectivas en torno al agua, pero con excepción de una asociación, ninguna otra ha trascendido hacia la comercialización como grupo cooperativo. No obstante, se presenta como una gran estrategia para comenzar actividades enfocadas a alimentar los lazos de confianza, solidaridad, cooperación y reciprocidad, además del fortalecimiento de su liderazgo, con miras a que en el futuro, estas organizaciones puedan comenzar a crear redes con otro tipo de organizaciones.

Finalmente, se concluye que el capital social es un elemento poderoso en la construcción del bienestar social como sociedad, sin embargo, demanda la intervención y compromiso de todos los actores para que las iniciativas de progreso tengan éxito, y tal como lo refiere Coleman (1988) se debe trabajar porque prime siempre la búsqueda del bienestar colectivo por encima del individual.

Referencias

- Agencia de Desarrollo Rural. (2019). Plan Integral de Desarrollo Agropecuario y Rural con enfoque territorial Departamento de Boyacá. Colombia. Recuperado de: <https://www.adr.gov.co/servicios/pidaret/BOYACA%20TOMO%201.pdf>
- Amézaga, C., Rodríguez, D., Núñez, M., y Herrera, D. (2013). *Orientaciones estratégicas para el fortalecimiento de la gestión asociativa*. San Salvador, El Salvador: IICA. Recuperado de: https://www.aciamerica.coop/IMG/pdf/gestion_asociativa.pdf
- Barrientos, F. (2018). La agricultura peruana y su capacidad de competir en el mercado internacional. *Equidad y Desarrollo*, 32, 143-179. doi: <https://doi.org/10.19052/ed.5056>
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. En J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, 241-258.
- Cárdenas, J., y Vallejo, L. (2016). Agricultura y desarrollo rural en Colombia 2011-2013: una aproximación. *Apuntes del Cenes*, 35(62), 87-123. Doi: 10.19053/22565779.4411
- Chaparro, D., y Peñalosa, M. (2012). Un Camino al Desarrollo Territorial: la especialización en la producción de Cebolla de Rama “*Allium Fistulosum*” en el municipio de Aquitania - Boyacá. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración Volumen , VIII*(14), 69-81.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Departamento Nacional de Planeación. (2014). CONPES 3881: Manejo ambiental de la cuenca hidrográfica del Lago de Tota. Bogotá D.C. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11762/22596>
- Departamento Nacional de Planeación. (2015). *El campo colombiano, una camino hacia el bienestar y la paz*. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Agriculturapecuarioforestal%20y%20pesca/TOMO%201.pdf>
- Hernández, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana Editores
- Herrera, E. (28 de octubre de 2019). La economía no va mal, pero el agro sí. *Razón Pública*. Recuperado de: <https://bit.ly/2WxhuXv>
- Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. (2014). Caracterización socioeconómica y cultural del Complejo de Páramos Tota-Bijagual-Mamapacha. Bogotá D.C. Recuperado de: <http://repository.humboldt.org.co/handle/20.500.11761/9578>
- Leibovich, J., y Estrada, L. (2009). Competitividad del sector agropecuario colombiano. C. P. Competitividad. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://compite.com.co/wp-content/uploads/2017/05/208Agro.pdf>
- Lugo-Morin, D. R. (2013). El capital social en los sistemas territoriales rurales: avance para su identificación y medición. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 31(91), 167-202.
- Martínez, L. (2003). Capital social y desarrollo rural. *Íconos*, 16, 73-83.
- Oficina de Estudios y Políticas Agraria (ODEPA) del Ministerio de Agricultura. (2019). *Panorama de la Agricultura Chilena*. Chile. Recuperado de: <https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2019/09/panorama2019Final.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo. (2007). Estrategias asociativas para micro y pequeñas empresas. Argentina. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_bai_pub_97.pdf

- Ostertag, C. (2002). Factores claves de éxito de una agroindustria rural: el caso de la asociación de producción y mercadeo para la educación –asprome-, Cali, Colombia. FAO, Santiago de Chile. Recuperado de: http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/prior/desrural/agroindustria/pdf/asprome.pdf
- Ostrom, E. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista Mexicana de Sociología*, 65(1), 155-233.
- Perry, S. (2010). *La pobreza rural en Colombia*. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. Recuperado de: https://rimisp.org/wp-content/files_mf/1366386291DocumentoDiagnosticoColombia.pdf
- Putnam, R. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Rueda, M., y Muñoz, J. (2011). Asociatividad, capital social y redes de innovación en la economía rural. *Gestión y Sociedad*, 4(1), 27-41.
- Szmulewicz, E., Gutiérrez, V. y Winkler, C. (2012). Asociatividad y agroturismo. Evaluación de las habilidades asociativas en redes de agroturismo del sur de Chile. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(4), 1013-1034.
- Tobón, S., Penagos, A., y Acosta, A. (2019). Desafíos y oportunidades de la ruralidad en Colombia para las fundaciones empresariales. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. Recuperado de: https://rimisp.org/wp-content/files_mf/1552398506DESAF%C3%8DOSYOPORTUNIDADESDELARURALIDADENCOLOMBIAPARALASFUNDACIONESEMPRESARIALES.pdf
- Woolcock, M., y Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research and Policy. *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225-249.