

QUITO 2003

servicios para el desarrollo alternativo



el cuy

de la tradición a la microempresa



Proyecto Fortalecimiento a Productoras
de Cuyes de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo
SEDAL - Intercooperation - FECD

el cuy

de la tradición a la microempresa

Quito, enero del 2003

El cuy: de la tradición a la microempresa
Sistematización de la experiencia

SEDAL

Proyecto Fortalecimiento a Productoras de Cuyes de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo.

Coordinación: Marcela Andino

Facilitador y editor: Galo Ramón

Diseño y Diagramación: carlosalbertoandrade [099-246-143]

Impresión:

Fotos portada: Archivo SEDAL

Se permite la reproducción parcial, citando la fuente y enviando un ejemplar a los editores.

SEDAL: Servicios Para el Desarrollo Alternativo

Amazonas 2431 y Moreno Bellido, 2do. Piso, Oficina 4

Teléfono: 593-2-2222746. Mail: sedal@interactive.net.ec, Web site: www.fundacionsedal.org, Quito.

FECD: Fondo Ecuatoriano Canadiense, Urb. El Alcázar, Pasaje 2 No. Oe7-02. Casilla: 17-21-1018,

Teléfono: 2449660, Mail: fezd1@fezd.org.ec, Web site: www.fezd.org.ec, Quito.

INTERCOOPERATION: Calle Zuriago No. 100 y Av. De los Shyris, Casilla: 17-17-994, Teléfono: 2430349, Web site: www.intercooperation.ch, Quito

CAFOD: Romero Close, Stockwell Road, London, SW9 9TY, Teléfono 44-20-77337900, Web site: www.cafod.org.uk, Londres

Quito - Ecuador, 2003

Esta publicación es financiada por INTERCOOPERACION

"Mi cuyera es una microempresa porque tengo utilidades que me permiten ayudar a educar a mis hijos, evita la migración de mi familia, tenemos buena alimentación y utlizo el estiércol de cuy para mejorar la producción de los cultivos".

Productoras de Tungurahua

"... antes los maridos no ayudaban a cuidar a los cuyes, salían a trabajar en otros lados. Ahora ya no sale a ningún lado, está preocupado por los cuyes. El ayuda a limpiar la cuyera, a cortar la hierba, se hace cargo del cuidado. También se quedan a veces cocinando cuando la mujer tiene que salir a capacitaciones". "Ahora mi marido me dice vaya usted a hacer la almuercito que yo voy a limpiar la cuyera o yo voy cortar la hierba a poner la paja a los cuyes, en cambio antes me decía para qué vas a las reuniones, pasando tiempo, ahí sentada, así sabía decir".

Productoras de Chimborazo

"El abono de cuy permitió recuperar algunos cultivos andinos: "Ahora produzco más porque se abona el terreno y he vuelto a producir alfalfa y maíz, que antes ya no se daba".

Productora Pichincha

El ingreso de las mujeres al proyecto les ha permitido emprender un conjunto de relaciones nuevas, de conocimientos, de iniciativas que sin duda mejorará, tanto su capital humano, como el establecimiento de redes sociales. Una participante destacó que *"Antes no salíamos a ninguna plaza ni a Guamote, Cajabamba ni vecinas porque no teníamos qué vender. Ahora salimos todos los jueves".*

Contenido

| | |
|---|-----------|
| Prólogo | 7 |
| Introducción | 11 |
| Capítulo I: El uso tradicional del cuy | 15 |
| El hogar del cuy | 17 |
| Un manejo poco exigente | 20 |
| El cuy en el ciclo vital de la familia y en el ciclo ritual de la comunidad | 22 |
| El cuy en las relaciones extracomunitarias | 26 |
| Gastronomía y consumo jerarquizado | 28 |
| El cuy como símbolo | 30 |
| Capítulo II: Experiencias, crisis y cambio | 31 |
| Los programas para mejorar la crianza del cuy | 33 |
| La crisis de las familias y la búsqueda de alternativas | 36 |
| La pobreza de las familias | 37 |
| La decisión por esta nueva aventura | 39 |
| El ajuste técnico y metodológico de las propuestas de crianza del cuy | 40 |
| La propuesta inicial del proyecto | 42 |
| 1. El fortalecimiento organizativo | 42 |
| 2. El manejo técnico | 43 |

| | |
|---|----|
| 3. El crédito | 44 |
| 4. La comercialización | 45 |
| Evaluación de la propuesta inicial: éxitos, desafíos y soluciones | 45 |

| | |
|---|-----------|
| Capítulo III: La microempresa familiar del cuy | 53 |
|---|-----------|

| | |
|---------------------------------------|----|
| Las microempresas familiares del cuy | 55 |
| Los cambios y adaptaciones culturales | 59 |
| El manejo técnico en la microempresa | 61 |

| | |
|---|-----------|
| Capítulo IV: Pensando en el futuro: La empresa del cuy | 67 |
|---|-----------|

| | |
|---|----|
| Los sueños del proyecto | 69 |
| Apoyar a la actual comercialización familiar y grupal | 70 |
| El desafío de construir una empresa comercializadora | 73 |

| | |
|------------------------|-----------|
| Agradecimientos | 75 |
|------------------------|-----------|

Prólogo

Luego de varios años de impulsar proyectos de desarrollo agropecuario la experiencia nos ha demostrado que no basta con incrementar los rendimientos físicos de los rubros agropecuarios que por generaciones se han producido en las fincas; si no que, cada vez más, es preciso adecuarse a los requerimientos de los mercados locales, nacionales e internacionales, considerando las potencialidades productivas de una determinada región y los recursos familiares disponibles.

Sin embargo, es preciso recalcar que la pobreza en el sector rural no puede ser resuelta sólo en el espacio de producción e intercambio, es decir, no solo se busca elevar la productividad al interior de la parcela y contar con recursos financieros, sino que es preciso impulsar cambios en las relaciones sociales, económicas y políticas, lo que equivale decir, cambios en los sistemas de producción campesinos y en las sociedades rurales, para lo cual es urgente contar con capital humano capaz de impulsarlos.

La Fundación Servicios para el Desarrollo Alternativo (SEDAL) en el proceso de búsqueda de alternativas innovadoras para el sector rural, esta empeñada en consolidar la visión empresarial en la actividad productiva, sobre la base de que en las últimas décadas la microempresa rural ha adquirido una gran importancia al mostrar una expansión significativa en los países de América Latina, tanto en expresión formal como informal, por

cuanto genera outputs: empleo, equidad, ocupación del territorio, integración de las actividades productivas, contribución al crecimiento económico, cuyos efectos, en última instancia, son mejorar la calidad de vida de la población rural, convirtiéndose en una propuesta alternativa en la lucha contra la pobreza, cuestión en la que todos los gobiernos están preocupados.

Es así como al terminar la primera fase del proyecto "Fortalecimiento a Productoras de cuyes de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo", 1999-2002, cuyo objetivo central fue darle un giro microempresarial a una actividad considerada como marginal y tradicional, SEDAL, impulsó la sistematización de esta fase, con el fin de reconstruir un proceso a través de la reflexión crítica, participativa, ordenada y consensuada, para producir lecciones que permitan enriquecer la estrategia generada por el proyecto a nivel organizativo, técnico, de crédito y comercialización. Creemos que solo una experiencia que trata de comprender el por qué de sus logros y fracasos se convierte en conocimiento, de lo contrario solo será un proyecto más.

Es así como la reflexión conjunta, permitió visibilizar aspectos no convencionales de la visión empresarial que considera como objetivo central "la generación de ingresos". Sin embargo, aun cuando la actividad cuyicola ha generado ingresos económicos, los testimonios demuestran que los deseos de las mujeres productoras de cuyes, van mucho más allá. Lo que se busca, es mejorar la calidad de vida de sus familias, lo cual se traduce en mayor acceso a educación para sus hijos, alimentación, vestido, etc., reconstrucción de la base familiar destruida por el efecto de la migración y la generación de autoempleo en su comunidad.

Los retos asumidos por las mujeres fueron muchos: involucrarse con el crédito, capacitarse en el manejo técnico - productivo, manejar adecuadamente registros, incursionar en mercados locales, atender a nuevos clientes, entre otros. Sin embargo, luego de cuatro años de arduo trabajo, a más de los resultados positivos a nivel técnico y económico, también se logró, en algunas comunidades, un cambio en las relaciones de género, que implicó una transformación en la valorización de la mujer y su trabajo,

buscando incluso aprender de ellas. Varios testimonios que se encuentran en el libro nos demuestran que los esposos de las productoras ahora apoyan toda la actividad productiva.

La presente sistematización pretende rescatar y difundir el significado que ha tenido el cuy en el ciclo ritual de la familia y la comunidad campesina e indígena, comprender los cambios y alternativas de las familias frente a una coyuntura de crisis ambiental y económica, y las adaptaciones técnico productivas de las familias indígenas y campesinas para montar su microempresa de cuyes.

Esperamos que su lectura sea entretenida y al mismo tiempo pueda contar con elementos que puedan ser incorporados en cualquier estrategia productiva. El presente libro quiere rendir un homenaje a las productoras de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo, participantes del Proyecto "Fortalecimiento a Productoras de Cuyes", que creyeron en su capacidad de producir y generar empleo e ingresos y a todos/as las productoras cuyícolas.

Agradecemos a las instituciones que han creído y apoyado este trabajo como es el Fondo Ecuatoriano Canadiense (FECD), la Fundación Suiza INTERCOOPERATION y CAFOD, quienes en diferentes momentos acompañaron este proceso.

Marcela Andino
Directora SEDAL

Introducción

Entre 1995 y 1997, el Centro de Estudios y Difusión Social, CEDIS¹, inició el programa “Red Andina, Mujer y Tecnologías Alimentarias” que tenía como objetivo central fortalecer las estrategias productivas lideradas por mujeres, para contribuir a resolver el problema de la seguridad alimentaria de las comunidades campesinas de la Sierra y lograr que las actividades productivas de las mujeres consigan ingresos permanentes y el abastecimiento de productos de calidad. Para ello, impulsó tres líneas de trabajo: la crianza de animales menores; el procesamiento de frutas; y la capacitación en administración y contabilidad.

En 1997, después de dos años de trabajo, el CEDIS y las participantes, la mayoría kichwa hablantes, evaluaron el programa. Consideraron que tuvo importantes impactos económicos en la generación de ingresos y empleo; y significativos impactos sociales en la valorización de las mujeres y en su capacitación. Decidieron continuar con el proceso, planteándose desarrollar un nuevo proyecto que no sólo trabajara en la seguridad alimentaria, sino también, en la generación de ingresos para mejorar el nivel de vida de las familias.

Entre enero de 1998 y mayo de ese mismo año, se elaboró de manera participativa el nuevo proyecto, poniendo su acento en la rentabilidad. Se escogió la producción de

cuyes como la actividad productiva más prometedora. Entre junio de 1998 y enero de 1999 se incorporaron ajustes pedidos por la financiera, el Fondo Ecuatoriano Canadiense, FECD, hasta que finalmente se aprobó el proyecto.

Entre marzo de 1999 y abril del 2001, el CEDIS ejecutó el mencionado proyecto denominado "Fortalecimiento a Productoras de Cuyes de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo". En esos dos años, el Proyecto atravesó por tres momentos clave: (i) entre marzo y mayo por una etapa de organización del equipo y de promoción de una primera propuesta técnica, en medio de importantes resistencias y temor al crédito de las participantes; (ii) entre junio de 1999 y enero del 2000, atravesó por una etapa de aceptación inicial en tres comunidades de Chimborazo y Tungurahua, la capacitación de promotoras, el ajuste de la propuesta técnica y la activación de un mercado seguro a las productoras por parte del proyecto; y (iii) una etapa de expansión de la propuesta a partir de febrero del 2000, en la que se incorporaron nuevas familias y grupos en las dos provincias con un alto costo de aprendizaje, hasta que finalmente varias productoras obtuvieron ganancias significativas. En esta etapa se ajustó el seguimiento técnico, se produjeron resultados diferenciales entre las productoras, dejando un rico aprendizaje sobre las reales potencialidades de la propuesta, según el tipo de recursos, dedicación y características étnico-culturales de las familias.

Desde abril del 2001 hasta la fecha, diciembre del 2002, asumió la continuación de la ejecución del proyecto la Fundación "Servicios para el Desarrollo Alternativo, SEDAL", parte de cuyo equipo estuvo integrado a la etapa anterior. En esta nueva etapa se produjo una masificación de la propuesta, llegando a incorporar a 400 productoras, pertenecientes a cinco cantones, 16 parroquias y 31 comunidades de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo. Es la primer experiencia masiva que se conoce en el Ecuador, después de que diversas iniciativas lo intentaron por más de treinta años. Esta nueva etapa permitió introducir nuevos ajustes a la propuesta a partir del aprendizaje, se exploraron nuevos mercados y estrategias de comercialización, se probaron nuevos sistemas crediticios y se avanzó decisivamente en los procesos de gestión. ¿Qué había sucedido en el contexto nacional, en las familias campesinas, en la propuesta de trabajo,

para que un grupo tan grande de mujeres desarrollara un proyecto largamente experimentado y siempre esquivo?. Tal la principal pregunta que animó la sistematización de la experiencia que hoy compartimos con nuestros lectores.

Hemos reflexionado colectivamente sobre nuestra experiencia. Nos hemos reunidos en dos talleres de tres días de trabajo, cuarenta y dos personas, treinta mujeres y doce hombres, para reconstruir el proceso, pero sobre todo para sacar lecciones y aprendizajes, no solo del proyecto, sino de la experiencia acumulada de las familias en la producción de cuyes. Nos hemos remontado unos treinta y cincuenta años atrás para examinar la producción tradicional del cuy, hemos analizado la coyuntura de crisis que motivó a las familias y a las mujeres en particular a buscar alternativas, hemos identificado los cambios más importantes que se introdujeron en la propuesta para que lograra una mayor interacción con las productoras, hemos analizado las diversas adaptaciones realizadas por las familias que montaron sus microempresas y hemos comenzado a soñar en una gran empresa de comercialización. Para ello, contamos con una metodología de sistematización propuesta por la ONG amiga, COMUNIDEC y con la facilitación de Galo Ramón que se incorporó en la reflexión de esta experiencia.

Ha sido un proceso difícil, complejo, lleno de desafíos que se ha ido ajustando y perfeccionando en el camino. Hoy en día, estamos interesadas en desarrollar una nueva fase, que permita ampliar y consolidar la comercialización y el fortalecimiento de la visión empresarial: queremos lanzarnos a conquistar los mercados externos. Se trata de un nuevo reto, más difícil que los anteriores, pero tenemos fe en nuestro proceso, tenemos confianza entre nosotras y tenemos la paciencia, la capacidad de autocrítica y el seguimiento constante para alcanzarlo. Este salto en la experiencia, demanda de una sistematización del camino recorrido hasta aquí, puesto que, su característica principal ha sido, la de aprender en medio de la acción. Ha sido en la propia dinámica del proceso en la que se ajustó la propuesta técnica; las lecciones aprendidas permitieron mejorar los sistemas de crédito; la práctica de relacionamiento entre técnicos, promotoras y productoras permitió mejorar el seguimiento y vencer grandes dificultades; y ha sido la iniciativa individual y la del proyecto, las que permitieron encontrar nuevos mercados y

para que un grupo tan grande de mujeres desarrollara un proyecto largamente experimentado y siempre esquivo?. Tal la principal pregunta que animó la sistematización de la experiencia que hoy compartimos con nuestros lectores.

Hemos reflexionado colectivamente sobre nuestra experiencia. Nos hemos reunidos en dos talleres de tres días de trabajo, cuarenta y dos personas, treinta mujeres y doce hombres, para reconstruir el proceso, pero sobre todo para sacar lecciones y aprendizajes, no solo del proyecto, sino de la experiencia acumulada de las familias en la producción de cuyes. Nos hemos remontado unos treinta y cincuenta años atrás para examinar la producción tradicional del cuy, hemos analizado la coyuntura de crisis que motivó a las familias y a las mujeres en particular a buscar alternativas, hemos identificado los cambios más importantes que se introdujeron en la propuesta para que lograra una mayor interacción con las productoras, hemos analizado las diversas adaptaciones realizadas por las familias que montaron sus microempresas y hemos comenzado a soñar en una gran empresa de comercialización. Para ello, contamos con una metodología de sistematización propuesta por la ONG amiga, COMUNIDEC y con la facilitación de Galo Ramón que se incorporó en la reflexión de esta experiencia.

Ha sido un proceso difícil, complejo, lleno de desafíos que se ha ido ajustando y perfeccionando en el camino. Hoy en día, estamos interesadas en desarrollar una nueva fase, que permita ampliar y consolidar la comercialización y el fortalecimiento de la visión empresarial: queremos lanzarnos a conquistar los mercados externos. Se trata de un nuevo reto, más difícil que los anteriores, pero tenemos fe en nuestro proceso, tenemos confianza entre nosotras y tenemos la paciencia, la capacidad de autocrítica y el seguimiento constante para alcanzarlo. Este salto en la experiencia, demanda de una sistematización del camino recorrido hasta aquí, puesto que, su característica principal ha sido, la de aprender en medio de la acción. Ha sido en la propia dinámica del proceso en la que se ajustó la propuesta técnica; las lecciones aprendidas permitieron mejorar los sistemas de crédito; la práctica de relacionamiento entre técnicos, promotoras y productoras permitió mejorar el seguimiento y vencer grandes dificultades; y ha sido la iniciativa individual y la del proyecto, las que permitieron encontrar nuevos mercados y

ensayar estrategias novedosas para llegar a los clientes. Si el aprendizaje permanente ha sido la escuela donde se ha pulido el proyecto, la nueva etapa que se intenta construir, se verá mejor iluminada con esta sistematización del aprendizaje en todas sus dimensiones: propuesta técnica, mercados, gestión, créditos, seguimiento, fortalecimiento del capital humano y social de las participantes.

Pero no solo sistematizamos la experiencia para pensar en nuestra próxima etapa, también queremos compartir las principales lecciones que hemos acumulado hasta el momento. Pensamos que ellas pueden servir para otras iniciativas, para acortar los caminos, para enfrentar con mayor información los retos que ya fueron andados, para recibir opiniones, críticas y sugerencias, en fin, para combinar experiencia con aprendizaje, trabajo activo con sistematización. Con esa esperanza en la mano, les ofrecemos este trabajo de reflexión.

Las y los autores

capítulo I

el uso tradicional del cuy

El hogar del cuy

El cuy y el perro fueron en el mundo norandino, los dos animales más integrados a la familia indígena. Dos animales cercanos, pero diferentes. El perro, allku en kichwa, había ingresado al mundo doméstico rodeado de un enorme afecto familiar, básicamente masculino, asociado con el mundo público y del vecindario, entrenado para la caza y el cuidado de sus viviendas, humanizado e individualizado con un nombre y muy relacionado con el jefe de la casa, al punto que tenía el privilegio de comer en el propio plato de su amo, de acuerdo a los relatos de Atienza que vivió en Quito en el siglo XVI:

“Los que delante de sí tienen en estos tiempos (las fiestas) por compañeros, son los perros de sus casas y aún de su vecindad; a éstos consienten meter el hocico en el plato, con éstos tienen conversación, y entretenimiento por las ocasiones que los mismos perros les dan, vestocando y haciendo otras cosas como brutos animales, sin de cosa alguna recibir alteración ni pesadumbre en el estómago; cuando mucho les riñen y echan de allí, y sin dilación alguna los vuelven a regalar y traer a mucho amor, pareciéndoles, si así no lo hacen, no los hallarán prestos en sus cazas y monterías, ni en sus viviendas y moradas tendrían custodia ni seguridad, faltándoles (Atienza, 1575, 1931:42-43)

El perro en el mundo andino, no tenía como destino convertirse en comida, su carne era un tabú y quien así lo utilizaba era objeto de burla. Con admiración se endilgaba el calificativo de “come perros” a sujetos no civilizados que se comían a un amigo del hombre. Su carácter ritual y excepcional se reforzaba, porque, en condiciones muy especiales, castrado, encebado y criado para el efecto, podía servir para ciertas curaciones muy especializadas, en las que se esperaba que las habilidades y atributos del perro pasaran al consumidor, como en la magia homeopática, confirmando la cercanía con el ser humano.

A diferencia del perro, el cuy estaba asociado al mundo privado de la casa, cercano a la cocina, a la tulla, a la mujer y a los niños, pero indiferenciado, sin un nombre que lo individualizara (Archetti,1992:13-14), criado como comida, y usado para los más sorprendentes y diversos fines, como animal alguno tuviera. Esta es una particularidad muy andina del cuy, contradictoria a los ojos occidentales en los que todo animal que ha ingresado tan íntimamente al hogar no se come. En efecto, el cuy es criado dentro de la casa como un individuo cercano, protegido, cotidiano y familiar, pero al mismo tiempo es indiferenciado para tener la suficiente distancia para comerlo. No se los “bautiza” con un nombre, aunque el macho mayor recibía el respetable adjetivo de “taita ruco”, el “padre viejo” para destacar su papel, más que para llamarlo por un nombre. Se asociaba con los alimentos a disposición de la mujer en la cocina como la sal, las papas cosechadas o el maíz en las **guayungas**¹, es en cierta medida un reservorio de carne fresca en la despensa del hogar y ha sido integrado al ciclo vital de la familia, a las curaciones de las personas, al ciclo agrícola y ritual de la comunidad, e incluso al mundo de las relaciones públicas. Símbolo de una mujer hacendosa, alimento valorado y apreciado o recurso inmediato para las urgencias domésticas. Todo ello era el cuy.

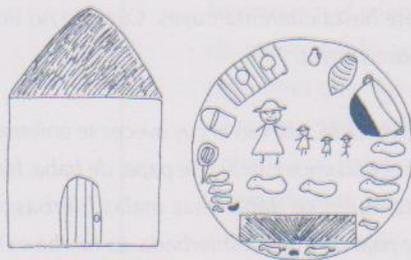
Como aquellas dimensiones arraigadas profundamente en el espacio privado de las familias, este “mundo social y simbólico del cuy”, para usar la feliz expresión de Eduardo

¹ Guayunga es el larguero colocado en el techo sobre la tulla para que el maíz en mazorca, previamente preparada para dejar al descubierto los granos, pueda ser colgado y recibir el humo ligero, con lo cual se seca y mantiene libre de plagas y enfermedades.

Archetti, se había mantenido hasta épocas muy recientes, con escasos cambios en las concepciones y en las prácticas familiares, al punto que, todas y todos los participantes, activos y modernos microempresarios del cuy, no tuvieron ningún esfuerzo en recordar aquello que hemos denominado el uso tradicional del cuy. A pesar de que se trataba de una lectura desde el presente, en la que las y los talleristas buscaban resaltar los cambios que habían logrado con el negocio del cuy, las descripciones de la antigua crianza en la choza no fueron peyorativas, como podía esperarse. La crianza tradicional del cuy en el seno del hogar se la relacionó con las características de la choza de tapial que no permitía construir varios ambientes. En la descripción se sugirió cierta cercanía del cuy con el gato en el espacio interno, y se trazó una diferencia nítida con los otros animales, incluso con el propio perro y con las gallinas que eventualmente podían penetrar en ese espacio:

“Antes hemos vivido en esta casa (se referían a la casa que dibujaron como parte del proceso de reflexión), el techo ha sido de paja y las paredes son de tapial. Siempre los antepasados han sabido tener una puerta por el medio. Hemos vivido siempre juntos, porque como eran casas de tapial no había cómo hacer cuartos separados como ahora. Allí teníamos la ropa colgada, la cama. Por debajo siempre corrían los cuyes y por acá los gatos, y por aquí teníamos un candelero chiquito. Allí mismo se hacían los deberes para los profesores. No teníamos luz eléctrica. Aquí la familia cocinaba. Allí estaba la leña que teníamos que cargarla desde lejos. Afuera teníamos el corral para las ovejas, por allá teníamos las vacas, el ganado, las gallinas. Pero

cuando no dábamos breve la comida a la gallina, al perro, siempre entraban cuando abríamos la puerta. A veces teníamos un corredor, donde dormían los perros, los chanchos. Otros, cuando no tenían bastantes animales, los tenían amarrados. Cuando ya se tenía más de quince a veinte ovejas ya se tenía un corralito. También se tenía afuera eucalipto, retama, marco, chilca, que eran como campana”.



Dibujo de casa tradicional realizada por un grupo.

Un manejo poco exigente

El cuy era importante en la familia andina, pero al ser un valor de uso, más que de cambio, tenía un bajo costo. Su número fluctuaba entre cinco a cuarenta individuos a lo largo del año, e incluso, podía desaparecer sin que represente una tragedia, porque era fácilmente recuperable. Este estatuto del cuy, ligado a una economía natural, era reforzado por el alimento que recibía y el manejo que se le dispensaba. A pesar del lugar tan íntimo de su crianza, era alimentado con hierbas montaraces del campo denominadas “malas hierbas”, los sobrantes de la cocina o de las labores de cosecha. Nadie se preocupaba por sembrar hierba destinada específicamente para los cuyes, como en cambio sí se realizaba para el ganado, los borregos, los chanchos o las gallinas, subrayando su valor de uso. Salomon sugiere que *“su beneficio diario y principal es convertir la mala hierba en un fertilizante para los jardines de los patios”* (Salomon, 1980:135)

Al depender por completo de las malas hierbas y desechos, el cuy estaba irremediamente atado al ciclo de las lluvias y a las cosechas: mayor número de cuyes cuando había hierba en la época de lluvias y en las cosechas de trigo o cebada, hasta bajar a un número muy modesto en las épocas de seca, como lo sintetizaron los talleristas:



“En enero en nuestra tierra había aguacero, más o menos hasta junio en que había hierba. En julio, agosto y septiembre era la sequía, no hay aguacero, hay verano. Eran los meses de los vientos, frío bastante. Cuando llovía nosotros teníamos hierba bastante, entonces teníamos entre veinte hasta cuarenta cuyes. Cuando no llovía, desde julio hasta diciembre, teníamos pocos cuyes.

Cuando llovía dábamos hierba un poquito mojado, por eso el cuy a veces se enfermaba, siempre moría, era un cuy pequeño. A veces dábamos cáscara de papa, de haba, hierba de cebada, todo eso ha sabido dar. También se daba unas malas hierbas, que llamábamos arodillo, alfelder, moradilla y paja de trigo deshierbada. La hierba se traía de una hora de camino, los niños y la mamá. Se ponía la hierba al suelo, la mamá tiraba la hierba a los cuyes”.

Los cuidados prodigados al cuy eran realmente limitados. Aunque se los criaba en la casa, el sitio de crianza era poco intervenido: *“se limpiaba cada quince días o hasta los tres meses”*. Había incluso la creencia que si se limpiaba demasiado se *“iba la suerte”*, remarcando ese carácter casi mágico de un crecimiento sin cuidado alguno. Los cuyes convivían y se reproducían sin mayor intervención de la mano de persona alguna. Una de las participantes explicó que *“cuando se enfermaban no los curaban porque no sabían”*, o tal vez porque en la rusticidad de su crianza radicaba su éxito.

Los talleristas muy persuadidos por las bondades de un manejo exigente, fueron muy críticos con el tipo de manejo anterior: los cuyes *“andaban sueltos en la casa”*, *“estaban unidos, mezclados, asomaban nomás los guaguitos, sin que se sepa quien era el padre”* *“no se daban cuenta que se cruzaban entre hermanos, con padres”*. Hubo algunas participantes que exageraron el descuido anterior para señalar que a los cuyes *“las personas los pisoteaban”*, *“se comían perros, los gatos, las ratas, los pericotes y hasta el chucuri”*, una raposa que suele ingresar furtivamente a las casas para llevarse gallinas y cuyes. Aunque ello podía ser ocasionalmente cierto, la participante enfatizaba el cambio en el manejo que había logrado con el programa.

En realidad, sí había algún manejo. Cuando los cuyes tenían *“piojos, piquis o piles”*, *“la abuela decía que debe botárseles marco, hierba buena, laurel, eucalipto, santa maría, hasta chilca para que no sigan muriendo”*. Una tallerista refirió que en su casa se llegaba incluso a *“castrar a los machos”* *“con un cuchillo y se cosía”*, lo cual muestra un claro manejo de las cruza y el engorde, pero ello parece excepcional. *“Los cuyes se morían de frío luego de comer hierba mojada, se les hinchaba la panza por mala alimentación”*. Un grupo reflexionó que *“los cuyes se morían con “el mal” y muchas veces se terminaban todos los animales. Ahora sabemos que la enfermedad es la Yersinia”*. Contra el temible chucuri que entraba con sorprendente astucia a la casa, se *“humeaba ají, caucho de toro, caucho, se ponía alrededor de la casa ceniza, o se golpeaba con un balde viejo”*. Humo amargo y sonidos estridentes para alejar al intruso². Contra los pericotes se colocaban trampas y

² Esta misma técnica del “humo amargo y el sonido fuerte” para alejar a un intruso maligno del hogar, fue aplicada en los tiempos del cólera, para alejar al fantasma, forma como los spots publicitarios de la televisión presentaron al “cólera”.

ese momento, la mujer-esposa ocupa el lugar central en la crianza del cuy, al ser asociada con la intimidad del espacio doméstico. El marido reconoce ese rol femenino y lo subraya como símbolo de una mujer hacendosa que será reconocida por la parentela del marido: *"No harás morir, darás hierbita, la suegra a de hablar a mi, su hija es carishina, porque no cuida bien los cuyes"*. Más aún, la alimentación de los cuyes impone la presencia permanente de la mujer en la casa, es en metáfora la prueba de una mujer hogareña. *"Cuando se visitaba a la madre le decía, anda pronto que cuyes han de estar llorando", "por ellos se regresaba pronto a la casa"* reconocieron las talleristas. Esta integración del cuy al espacio doméstico y al rol de la mujer esposa, resulta asombrosamente decisivo en la consolidación de la pareja, es en realidad una construcción cultural del hogar.

Inmediatamente el cuy se relacionaba con la fertilidad, el parto y el cuidado de la mujer-madre: *"cuando daba a luz la mamá, le daban cuyes con harina de quinua y harina de maíz, con tres cuyes"*. Todos ellos alimentos andinos de enorme calidad y contenido de proteínas y carbohidratos. El número tres, en la región norandina, tiene una carga simbólica, que se relacionaba ordinariamente con el espacio: el hanan, el chaupi y el hurin, o con el arriba, aquí y abajo.

El hogar recién estaba completo con el nacimiento de los hijos, transformándose en el espacio de la mujer-madre. Ese es su espacio de responsabilidad y de decisión. Las talleristas destacaron que allí *"decidía la mamá, porque ella sabía las necesidades", "las mujeres cuidaban, sabían cuantos cuyes tenían y ellas decidían el uso y a quien entregaban"* *"cuando el papá y la mamá salían, no había quién dé de comer a los cuyes. Nosotros los hijos les dábamos un poquito. Siempre la mamá es la ama de casa, ella era siempre la dueña dentro del hogar. Cuando nosotros no dábamos de comer siempre nos hablaban que por qué no damos de comer, qué estaban haciendo, solo jugando han pasado, siempre decían eso"*. Sin embargo un grupo matizó la idea señalando que *"cuando salía a migración el papá, sabía decidir solo la mamá"* y otra participante señaló que *"decidían los dos"*. En estos temas generalmente se expresan y entran en tensión los normativos culturales patriarcales, la ideología de la equidad y la realidad. En este caso, hay una tensión entre la idea de la decisión en pareja, versus la idea de la decisión a cargo de la mujer.

Cada hijo requería un padrino para entrar en las redes de afinidad comunitarias, que le garantizaban apoyo, solidaridad y reconocimiento. Nuevamente entraba en función el cuy. *“Se utilizaba para coger padrinos para bautizo del hijo. Se pide en palabra al padrino cuando está embarazada. Si acepta se da carihucho y queda comprometido”*. Con ello se evitaba que el hijo quede *“huaccha”*, es decir, solo y desamparado, pobre y marginado, sin redes de afinidad, ocupando el último lugar en la escala social: el cuy funcionaba anudando las relaciones sociales comunitarias y abriéndole un espacio al nuevo individuo.

Otro de los aspectos recurrentes del ciclo vital es la enfermedad. El cuy era utilizado por los curanderos *“para limpiar a las personas. A las personas mayores con cuy negro y a los niños con cuy chiquito y blanco. Para saber qué enfermedades tenía, se sabía limpiar”*. Otro grupo destacó la importancia del sexo, que debía ser similar a la del enfermo, más que la del color y tamaño *“se cogía a cuyes guaguitos de cualquier color, si es para mujer cuy hembra, y si es para varón cuy macho”*. Color, tamaño y sexo son variables importantes en la medicina tradicional andina, que funciona con analogías y con oposiciones binarias, según la enfermedad. El cuy en estos casos, funcionaba, tanto para curar enfermedades menores, como para pronosticar enfermedades de mayor complejidad. Esta capacidad de reflejar la enfermedad, como un espejo, muestra en las concepciones andinas la enorme relación de este animal con las personas, configurando una unión (la del espacio doméstico) y a la vez oposición entre estos dos mundos (personas y animales).

El cuy también entraba en las relaciones de afinidad entre vecinos, compadres y familiares para obtener bienes y servicios dentro de la comunidad. Los participantes destacaron que para obtener el *“arriendo de una Yunta”* para las labores de arado de la tierra antes de la siembra, se llevaba al dueño de los toros *“dos cuyes cruzados sobre papas cocinadas”* para hacer el pedido. También se utilizaba los cuyes para las mingas de siembras, de aporques y cosechas. La muerte de los cuyes en una familia, era ocasión para establecer o estrechar relaciones de ayuda comunitaria con la familia donante: *“cómo voy a vender cuisito, te regalo un parcito y luego ayudarás en la minga”*

De la integración al ciclo vital, el cuy ingresaba al ciclo ritual de la comunidad. Cada comunidad tenía su propio calendario, de manera que el cuy fluía entre esos eventos y acompañaba todas estas ritualidades. Por ejemplo, en las comunidades indígenas de Tungurahua, los participantes señalaron que:

“En enero se utilizaban 250 cuyes para la fiesta de los caporales, en la que el sacerdote o caporal debía entregar 50 cuyes y los otros 200 se recogían de la comunidad. En febrero, en la fiesta de carnaval, cada familia pelaba ocho cuyes y otros tantos, para la siembra de papas. En abril, en la fiesta de Pascua, cada familia pelaba veinte cuyes para compadres, ahijados y la familia. En San Pedro, San Pablo y Corpus en junio, se debía pelar 15 cuyes por familia y en compañía del sacerdote. En agosto, en las fiestas de los santos Santa Rosa y San Ramón, los festejados debían pelar cuyes para sus invitados. En septiembre, en las sonadas fiestas de las Marías, las agasajadas debían pelar cuyes y se utilizaban otros cinco, para las siembras de maíz. En octubre las familias debían pelar ocho cuyes para la siembra de papas, y en noviembre 20 cuyes para celebrar finados”. Se trataba obviamente, de una descripción normativa, ideal, que más allá de las cantidades, nos muestra la integración del cuy al ciclo ritual comunitario, como un alimento de prestigio presente en los momentos más importantes de la comunidad y de las familias.



Celebración

Los otros participantes también dibujaron su propio calendario de consumo comunitario del cuy. Las comunidades de Chimborazo destacaron el alto consumo de cuyes en “carnaval, finados, Año Nuevo, Pascua, para la siembra de papas”. En este último consumo, destacaron que las familias decían que “para que produzca bien, hay que comer cuy”, relacionando fertilidad agrícola con consumo de cuy. El cuy aparece como un chaupi, una línea de intermediación entre cultura y naturaleza, entre labores agrícolas y el

| | | | |
|---|--|---|--|
| Enero 15 cuyes grandes | Febrero 10 cuyes grandes están 2 chiquitos carnaval | Marzo 6 Animales grandes | Abril 10 grandes |
| Mayo 8 cuyes grandes y 2 chiquitos | Junio 8 cuyes grandes 1 chiquito | Julio 7 grandes | Agosto 5 cuyes grandes 4 chiquitos Sequia |
| Septiembre 10 cuyes grandes 5 chiquitos | Octubre 15 cuyes grandes 4 chiquitos | Noviembre 10 cuyes grandes 4 chiquitos Fenados y Siembra | Diciembre 10 cuyes grandes APR Viejo |

suelo agrícola. También describieron la importancia del cuy en el día de difuntos, en el que se dejaba *"un cuy con colada al difunto"* para agradecerlo. En este caso, el cuy servía para mantener la relación amistosa con los ancestros, por tanto para recrear la unidad familiar y los lazos permanentes entre comunidad y territorio.

Calendario realizado por grupo participante

El cuy en las relaciones extracomunitarias

El papel del cuy no se agotaba en el ciclo vital familiar y en el consumo ritual comunitario, permitía desarrollar un conjunto de intercambios o trueques a distancia, para buscar la complementariedad, es decir, para obtener bienes y servicios necesarios para la reproducción de las familias. Los talleristas recordaron que *"anteriormente teníamos los cuyes para cambiar en la plaza, cambiaba con motes, cebada, capulíes, máchica, platos de barro. Los cuyes grandes valían dos o tres sucses, hace unos veinte o treinta años"*.

Como se advierte, el lugar de trueque es la plaza, recordándonos a los antiguos *"tianguéz"*, *"ccatu"* en kichwa o *"centros de articulación"*, en los que se intercambiaban productos a distancia. Los equivalentes del cuy son todos productos andinos, excepto la cebada, que sin embargo se incorporó en los sistemas productivos locales con mucho éxito. La aclaración del valor del cuy en sucses, muestra dos hechos importantes: primero, los intercambios entre conocidos no suelen tener referentes monetarios, puesto que obedecen a otras consideraciones éticas, como la bondad del año, el reforzamiento de las relaciones, la cantidad del producto disponible, el grado de afinidad de los intercambiadores. En este caso, la referencia del valor nos muestra que estos intercambios se realizaban con personas no necesariamente conocidas, cuestión que requería de un referente monetario comparable aceptado por las partes; y segundo, nos indica que, el

cuy paulatinamente, también se estaba convirtiendo en valor de cambio cuando salía de las relaciones familiares e intracomunitarias, porque como destacaban los participantes *“entre familias, el cuy no se vendía”*. Esta separación entre economía tradicional y mercantil es una estrategia utilizada en varias comunidades andinas para mantener las relaciones comunitarias, de una parte, e incorporarse al mercado de otra. Esta táctica también será utilizada para el manejo del cuy, como se verá más adelante.

Otra de las relaciones importantes que señalaron los participantes, fue aquella que se mantenía con el Teniente Político. Como se recordará, uno de los cambios operados con la supresión del tributo en 1857, fue el cambio de las relaciones entre indígenas libres³ y estado. De una relación entre indígenas y gobierno central a través del tributo, se pasó a una relación entre indígenas y poder local, a través del cobro del trabajo subsidiario. Aunque éste se eliminó en 1895 con la revolución liberal, las relaciones entre poder local e indios se mantuvo. El sistema de dominación local, estaba generalmente integrado por el cura, el teniente político, los hacendados, los funcionarios del Registro Civil, y el Municipio. De ellos, el Teniente Político, era sin lugar a dudas la autoridad civil más inmediata, que tomaba parte en los conflictos interpersonales e intercomunitarios, en la elección de autoridades, en la recluta de mano de obra para el mantenimiento de la infraestructura local (vías, acequias, calles, plazas), en el levantamiento de cadáveres, en el encarcelamiento y liberación de infractores, entre una jungla de relaciones permanentes. Por esta razón, los participantes enfatizaron que el cuy era utilizado para *“agradar”* o para *“solicitar”* *“al Teniente Político”*.

Curiosamente, dijeron que le llevaban cuyes vivos. Ello mostraba de paso, dos problemas de las relaciones interétnicas: uno, la idea del *“agrado”* o la *“súplica”* con la autoridad blancomestiza con la que no se buscaba equidad o aplicación igualitaria de las leyes que un ciudadano podría haber reclamado, se trataba de una relación de *“ablandamiento”* de una autoridad que se la suponía sobornable, corrupta y comprometida; y dos, la idea de

³ Los indígenas *“sujetos a haciendas”* ya se relacionaban directamente con el Gobierno Central, puesto que, eran los hacendados que pagaban por ellos los tributos.

llevar cuyes vivos, no preparados, podía estar relacionada con el reconocimiento de formas diversas de preparar el cuy, dejando que el Teniente Político lo haga a su gusto, o también podía relacionarse con la idea de una relación inequitativa, "alimento crudo", como un tributo, que estaba fuera de las relaciones comunitarias. Cualquiera fuera la explicación, el cuy se incorporaba a las relaciones interétnicas y con la autoridad local, dada la aceptación y prestigio de este alimento en el ámbito blancomestizo. En ese sentido, el cuy se convertía en un intermediario de las relaciones interétnicas, como un constructor de relaciones de convivencia.

Gastronomía y consumo jerarquizado

Las y los participantes en los talleres de sistematización de sus experiencias, identificaron cinco platos que se preparaban con el cuy:

- Papas, cebolla y achiote y cuyes asados al carbón
- Locro de cuy (papas, leche, tripas, sangre)
- Colada de granos con cuy
- Colada de máchica con cuy (sopa)
- Quinua en polvo y grano (colada) con cuy

En la preparación de todos ellos, jugaban papel importante los condimentos como la sal, el ajo, el comino, el achiote y la manteca de chanco. Destacaron el pelado del cuy con

"rescoldo" de ceniza y el acompañamiento de los platos con ají de piedra. La mayoría de productos y condimentos utilizados, así como las formas de preparación, muestran una fuerte tradición andina, que se ha modificado muy poco a lo largo de los años. El mayor número de sopas presentes en los platos, ratifica la "cultura sopera" de los andes del norte.



Festival del Cuy

Lo más singular del consumo andino, es el tipo de jerarquías que se establecen en la repartición del cuy. Ellas varían al interior de la familia, con arreglo a la jerarquía del personaje por su género (cultura patriarcal), por su posición (padre, madre, hijo o hija), por su valoración como productor (hijo mayor, hijo menor). En los rituales comunitarios que incluyen compadres, vecinos, autoridades, las jerarquías se establecen con relación

al papel del invitado respecto a los dueños de la fiesta (padrinos, suegros), o a la jerarquía (autoridad) del invitado. La distribución jerarquizada establece diferencias en la cantidad (varios cuyes, cuy entero, medio cuy, una presa o simplemente la costilla o el mondongo); reconoce el gusto del consumidor; y eventualmente el sabor: el cuy había entrado en la afirmación y reconocimiento de las jerarquías en la familia y en la comunidad. Los grupos señalaron que una distribución mas o menos convencional del cuy al interior de la familia, podía ser la siguiente, aunque se admitieron otras reparticiones posibles:

Reparticiones señaladas por los grupos

- Papá pierna o por el gusto
- Mamá la costilla
- Hijos lo demás
- Papá e hijo las mejores presas

En tanto, una distribución que incluía invitados externos podía ser la siguiente:

- Padrinos piezas grandes, más mediano (poncherita con papas con tres cuyes)
- Papá/suegros piernas
- Mamá lo que sobra o comía la mamá la cabeza
- Hijos espalda

PLATOS



- Comida de Familia: Acha, 2 o 3 cuyes

- Acha: Fiestas propicias: 30 cuyes más medio sac de papa

- Papá: pierna o por el gusto

- Mamá: la costilla

- El hijo: lo de más

- Papá y hijo: las mejores presas

El cuy como símbolo

Finalmente los grupos reflexionaron sobre el carácter simbólico del cuy. Las connotaciones simbólicas fueron diversas, pero aceptables para todos. Estos significados podrían resumirse en seis: (i) el cuy como alimento de gran valor nutritivo y sanador, que servía incluso para *“curar los chuchaquis”* más inclementes; (ii) el cuy como símbolo de la reciprocidad andina, que servía para *“rogar”* o *“solicitar”* ayuda en las mingas; (iii) el cuy como símbolo de la relación de pareja, de construcción del hogar, que servía para *“hacer las pases después de los enojos”*, para presentar bien a la familia; (iv) el cuy como recurso inmediato de la familia, especialmente de la mujer, porque *“sacaba de apuros en cualquier visita”*, *“era como una caja de ahorro para comprar cualquier producto que se necesitaba con urgencia”*; (v) el cuy como elemento de mediación con las autoridades blancomestizas, que compartían el gusto por este animal; y (vi) el cuy como símbolo de la tradición andina, especialmente del campo.

Difícilmente, animal alguno en las diversas culturas alcanzó tal estatus, como el cuy en el mundo andino. Símbolo de diversos valores, relaciones y construcciones culturales; y animal doméstico integrado a la vida familiar, a su ciclo vital, al ciclo ritual de la comunidad y a las relaciones con el mundo externo. Sin duda alguna, se trataba de una poderosa estructura sociocultural, muy consolidada, cuya permanencia en el tiempo mostraba su grado de enraizamiento y su capacidad de adaptación. ¿Con tal carga cultural, era posible convertir al cuy en un negocio?

capítulo II

experiencias, crisis y cambio

Los programas para mejorar la crianza del cuy

La idea de cambiar el modelo tradicional de producción y crianza del cuy por uno moderno, que incorporaba un conjunto de técnicas y de conocimientos científicos, no es nueva. Era uno de los componentes de los programas de modernización agraria impulsados por la Misión Andina los Proyectos de Desarrollo Rural Integral, DRI, que se ejecutaron en el país, y de manera particular en la sierra a fines de los 70 y comienzos de los 80. Estos programas planteaban sacar al cuy de la cocina obscura, en la que los animales “vivían en promiscuidad”, según su percepción, para ser manejados en cuyeras visibles en las que se pudiera controlar su higiene, su reproducción, la introducción de machos mejorados, su alimentación, su crecimiento, su sanidad y finalmente su comercialización. Con ello, se aseguraba a las participantes, incrementos en la producción del cuy, ingresos para la familia e incluso mejoras en la alimentación. Uno de los aspectos centrales de estos programas era estimular la producción comunitaria. Se instalaban cuyeras comunales en las que debían trabajar por turno los participantes. Pensaban que la producción colectiva era posible dada la tradición comunitaria del mundo indígena, ponderaban que ella eficientizaba los factores de la producción y se convertiría en una escuela para las familias. Era una lectura bastante idealizada del mundo andino, muy condicionada por las percepciones asociativas que estaban en boga en la ideología del desarrollo y por el virtual desconocimiento de la comunidad andina:



Los talleristas recordaron la propuesta de uno de estos programas, el de INIAP: *“nos dieron una Cuyera Comunal, dieron la casa y machos reproductores. Nosotros pusimos cuyes hembras. Se mejoraba los cuyes, se aprendió a destetar y separar de la mamá, pero nosotros no pusimos empeño. Al inicio sí funcionó bien y después unas hacían el trabajo y otras no. Dejó de funcionar por el mal cuidado de las compañeras. Desapareció la cuyera comunal donde nosotros”*

En los años 80 y 90, varias ONGs experimentaron con otras metodologías mejor diseñadas, aunque el paquete tecnológico y la intención modernizadora era la misma. Algunas de ellas, pusieron énfasis en la capacitación a las familias para introducir en la propia cocina de las productoras cuyes mejorados y nuevas formas de manejo. Esta metodología reconocía que la producción del cuy siempre fue familiar, y que había que introducir cambios en ese mismo espacio en los que siempre se había criado. Un grupo comentó el trabajo de CARE PROMUSTA que *“daba asistencia técnica solamente, nos llevaron a gira de observación acá a Ambato. Así poco a poco teníamos ánimo de trabajar con los cuyes. Llevábamos comprando machos, hembras mejorados. Algunos aprovecharon, otros no”*. Los resultados fueron diversos y difícilmente evaluables. Otro grupo comentó el trabajo de VISION MUNDIAL *“nos regalaban dos hembras y un macho a todos los que querían, a cada familia. Se aumentó la producción, si se cuidaba bien. No se dio capacitación, ni cuidado. Ya tenía unos cincuenta cuyes, pero vino el chucuri y acabó con todo”*. Esta experiencia mostró que no era suficiente el mejoramiento genético, si no se trabajaba en el manejo. También se comentó el trabajo de SWISSAID que realizó un programa de *“capacitación en animales menores”*, se entregó *“dos hembras y un macho”*, pero *“no funcionó porque era muy poco y no aumentaba rápido”*, es decir, no se convertía en una respuesta productiva rentable, lo cual muestra las expectativas que tenían las familias.

Como puede advertirse, las propuestas externas, en todas sus variantes, planteaban la mejora genética y la introducción de un manejo distinto al que realizaban las familias, y particularmente al que las mujeres conocían y hacían desde cientos o quizás miles de años. El cambio era incierto. Los modestos resultados que lograron esos esfuerzos

modernizadores en unas pocas mujeres que asumieron parte del nuevo paquete tecnológico, fueron analizados en el estupendo trabajo de Eduardo Archetti, que ya hemos mencionado antes. Nos parece útil, recordar las principales lecciones que sacó ese estudio, para tratar de explicar comparativamente, por qué, este programa del SEDAL tuvo resultados tan distintos.

La primera lección extraída por ese estudio señalaba que los resultados de estos programas eran diversos, una especie de “abanico abierto”, con múltiples pero finalmente limitadas respuestas. Ello dependía del grado de autonomía de las productoras, que aunque estaban sujetas a una desigual relación de poder con los extensionistas que manejaban medios y recursos institucionales y estructurados de los programas, tenían cierto grado de libertad para seleccionar una parte del paquete tecnológico, adaptarlo a su particular situación o rechazarlo. Es decir, el cambio del paquete tecnológico se inscribía en un juego de fuerzas y poderes, que podía tener resultados muy diversos.

La segunda lección era que si bien es cierto que la cultura era un componente esencial del modelo de producción, circulación y consumo del cuy, sin embargo, estas ideas estaban insertas en el mundo material, y de manera particular, en las técnicas para producir el cuy. Por tanto, era posible que haya una interacción de técnicos y campesinas para discutir alternativas técnicas, que pueden ser aceptadas o rechazadas, tanto por los productores, como por los propios técnicos, produciéndose una serie de ajustes en el camino. Se trataba de propuestas técnicas muy dinámicas sujetas a múltiples adaptaciones.

La tercera lección se relacionaba con la “complejidad del proceso de formación de necesidades y preferencias” en el contexto social y simbólico familiar y comunitario. Es decir que, una familia y una mujer en particular, con la mayor producción de cuyes mejorados podría recibir más excedentes económicos y obtener más calorías, pero en cambio, podía disminuir su participación en los rituales comunitarios, en los intercambios complementarios y en su prestigio como esposa, madre y comunera. O podría optar por una solución intermedia, criar cuyes mejorados para el mercado y tradicionales para el

consumo interno y los ciclos rituales comunitarios. Cualquiera sea la solución tomada, ella no hace relación a un análisis puramente económico, sino a un cuidadoso examen de los "contextos sociales y morales que están por detrás de las necesidades, el establecimiento de preferencias y, en última instancia, el consumo, es la aproximación adecuada" (Archetti, 1992, 152-153).

Las conclusiones de Archetti, si bien dejaban abierta una gama de posibilidades de aceptación parcial o total del paquete tecnológico, o de su rechazo, sin embargo, no analizaron las enormes presiones económicas en las que se desenvolvían las familias campesinas. Cuando se realizó su investigación de campo, la crisis campesina era poco visible. Ello cambió drásticamente, con la abrumadora crisis económica que se profundizó entre 1995 y el 2001. Más que los contextos sociales y morales, cambió dramáticamente el contexto económico de los campesinos, generando situaciones más abiertas a los cambios. Esta fue la principal conclusión desarrollada en los talleres de reflexión: la presión y la urgencia de la crisis de la familia campesina e indígena, las abrió a un sin número de alternativas, obligó a que la mujer entre en la producción para el mercado, creándose condiciones para una propuesta modernizadora. Sin embargo, como se verá, ella también tiene diversas matizaciones.

La crisis de las familias y la búsqueda de alternativas

El taller de sistematización de la experiencia, llegó a un punto humanamente conmovedor, cuando una de las expositoras campesinas prorrumpió en llanto casi incontenible al narrar la extrema pobreza en la que se encontraba, no tenía casa vivía en un "ladito con mi mamá que es viuda", el maltrato a la que era sometida por su marido, la obstinada incompreensión del esposo que lo llevaba a prohibir su asistencia a las reuniones del grupo de mujeres, sus primeros fracasos en la producción de cuyes, su labor solitaria, dura y marginal, hasta que las cosas fueron cambiando, al punto que hoy su marido trabaja de igual a igual en las cuyeras, y es el primero en hacerse cargo de las guaguas para que pueda asistir a los talleres y reuniones de capacitación y debate, "solo me falta

construir mi propia casa" concluyó su vívido relato. Animadas por ese relato tan penetrante, otras mujeres relataron parecidas experiencias. Todas ellas tenían un denominador común: la crisis económica de las familias, que en los datos macroeconómicos solo son cifras, adquirirían en la experiencia cotidiana una urgencia vital por alternativas.

Los y las talleristas, consideraron en síntesis, que para que se produzca el cambio del manejo del cuy, de una producción dirigida al autoconsumo y el ciclo familiar-comunal, a una producción dirigida al mercado que propuso el proyecto a finales del década del 90, se habían producido tres cambios importantes: (i) se agudizó la pobreza de las familias; se monetizó la economía familiar, es decir que se compraban más productos de los que se producían en sus chacras; y por la migración de los hombres, las mujeres entraron a la producción, lo cual llevó a las mujeres, especialmente, a que pensarán en el cuy como un negocio y no solo como un producto de autoconsumo; (ii) cambió el mercado, debido a que aumentó la demanda urbana (de asaderos especializados en varias ciudades del país que respondían a una mayor demanda de familias que habían migrado a la ciudad) e incluso de proyectos que demandaban pies de cría, lo cual incentivó a que las mujeres pensarán en la producción para un mercado que lo consideraban más seguro; y (iii) las ONGs ajustaron su propuesta: pasaron de una propuesta comunitaria a una familiar, ajustándose mejor al manejo tradicional; mejoraron los conocimientos sobre el animal (genotipo, crianza, alimentación, control sanitario, habitat); pasaron del mejoramiento del autoconsumo a la idea de generar ingresos y lograron una mayor interlocución con las productoras incorporando enfoques de género, fortalecimiento organizativo y una elevada mística de trabajo.

La pobreza de las familias

Todos los grupos reconocieron que la principal motivación por la que ingresaron al programa de cuyes del SEDAL, era para mejorar los ingresos, para tener algún dinero para la alimentación de sus hijos, costear el estudio, la compra de útiles escolares y de ropa. Se trataba de una crisis doble: tanto de la producción agropecuaria en sus parcelas, como de

los ingresos obtenidos como migrantes. Antes de la profundización de la crisis, los dos ingresos se complementaban y permitían la sobrevivencia campesina: la crisis había golpeado al corazón mismo de la estrategia.



En las parcelas *"no teníamos abono para producir, la producción era baja", "terreno vacío no produce bien", "lo poco que se producía era para el autoconsumo, pero hasta eso disminuyó". "Se sembraba papita, oquita, melloco, cebada, avena, paja, hierba se vendía, poco, poco, algo era para el ganado". "No se tenía producción destinada para la venta, todo era para autoconsumo"*.

Como migrantes, los salarios se pulverizaron por la inflación incontrolada. Disminuyó la demanda de mano de obra, muchos debían retornar sin haber conseguido un centavo. Otros debían enrolarse en actividades inciertas, como las ventas ambulantes. Entonces, los ingresos de los maridos no alcanzaban para nada. Adicionalmente, muchos de los esposos gastaban lo poco que ganaban en aguardiente. La crisis incrementó la violencia doméstica, cundió el desánimo, la inseguridad, el desconcierto.

Las respuestas fueron múltiples. Varias mujeres comentaron que presionaron a sus maridos para que se hicieran evangélicos y poder así disminuir el consumo de alcohol. *"Mi marido era borracho, hasta se volvió loco, gritando solito, desnudo andaba"*, confesó entre sollozos una tallerista. Todas estuvieron de acuerdo que era hora de producir y salir a conocer el mercado. Muchas no conocían los mercados, ni sabían cómo había que comportarse en otros sitios. Una participante contó que años atrás *"con CARE mi marido hablando me mandó a vender en Cajabamba los cuisitos, pero yo tenía miedo, no sabía qué hacer, por ahí los mandé vendiendo baratos que mi marido me maltrató"*. Otras dijeron *"para qué íbamos a salir, si no teníamos nada que vender"*. Cuando las necesidades de cambio tocaron a la mujer madre, se abrieron los últimos temores.

Todas reconocieron que ya habían intentado con numerosas alternativas. Algunas buscaron posibilidades en la crianza de ganado, de chanchos, borregos, pollos, pero no pudieron salir adelante. *"Todo hemos probado y no resultó: ovejas, vaca, no resultó"*

Debían esperar demasiado tiempo para venderlos, hasta un año, mientras sus necesidades eran apremiantes. Otras señalaron que *“teníamos ilusión de mejorar todos pero fracasamos porque no conocíamos bien las enfermedades. Se tuvo capacitación, pero no resultó”*, destacaron.

La decisión por esta nueva aventura

Sin embargo, del reconocimiento de la crisis familiar, y de la incapacidad de mantenerse con los recursos generados por el marido, habían dos obstáculos iniciales: los normativos culturales que otorgaban un papel básicamente reproductivo a las mujeres, y el miedo al fracaso. Estos dos obstáculos produjeron diversas actitudes y caminos en las familias.



Una participante comentó esa lucha interna: *“mi marido no quería porque con una ONG no tuvieron resultado, porque solo fue conocimiento teórico y no práctico, no reconocíamos las enfermedades y no sabíamos cómo curarlos y se morían”*. Otra describió un proceso que incorporó en la decisión a la familia ampliada: *“fue una decisión familiar, maridos, los hijos tenían miedo por la deuda, pero hermanos también entraron y eso les entusiasmó. Muchas veces tuvieron dudas pero sí apoyaban”*. Para otras, fue más bien un proceso pedagógico de convencimiento mirando y observando otras experiencias: *“las giras me motivó y sabía que debía convencer a mi marido, sentía en mi corazón que resultaría”*. En fin, para muchas fue una apuesta del sentimiento, una intuición del corazón: *“tenía dolor de corazón no entrar en el proyecto y tener cuisitos”*

Superadas estas primeras dudas, ¿qué animal escoger?, si ya habían probado con muchos. ¿Podía ser el pequeño cuy la respuesta? ¿Podía ser ese animalito tan conocido, importante pero desvalorizado que tenía en la cocina?. Allí jugó un papel muy importante la reflexión colectiva en grupos de trabajo: *“Nos dieron charla sobre los beneficios de producir cuyes, entre todas comparamos la producción de cuyes con la de una vaca”*. *“La producción de vacas es demorada y trabajosa. Tenemos que sufrir mucho y no tenemos tiempo. Si se muere se pierde harta plata. Con los cuisitos podemos quedarnos en la casa, podemos*

vigilar los guaguas, si alguno se muere no se pierde tanto, se coge la plata rapidito, dando y mandando"

Otro problema que había que resolver era el miedo al crédito. Sin embargo había una coyuntura favorable. Los créditos otorgados por el FEPP para tierra habían sido exitosamente pagados, ese programa les había dado confianza en sus posibilidades: *"Si antes se cogía préstamos para tierra, semillas, por qué no coger crédito para cuyes"* explicó con claridad uno de los grupos de reflexión. Sin embargo, fue la creatividad del SEDAL la que ayudó a superar estos miedos. A una de las promotoras se le ocurrió una consigna simple, directa y precisa: *"cuy paga cuy"*. Los grupos dijeron *"lo que nos convenció fue la propuesta de que "cuy paga cuy", porque realmente lo que se decía es que el mismo cuy va a dar para la deuda, porque no teníamos que vender nuestros animalitos para pagar la deuda, sino que la misma producción permitiría pagar la deuda y tener ingresos"*.

El ajuste técnico y metodológico de las propuestas de crianza del cuy

No habría sido posible esta experiencia, si el SEDAL no habrían profundizado sus reflexiones para ajustar la propuesta técnica, conceptual y metodológica, de manera de aproximarla más con las productoras. El mejor conocimiento del mundo indígena y el cuestionamiento de las ideologías comunitaristas aplicadas mecánicamente, crearon el marco para que SEDAL lograra una mayor capacidad de interlocución con la población participante.

En el nivel conceptual la clave del cambio estuvo en comprender que la crianza del cuy fue siempre una actividad familiar y no comunitaria. Se trataba de una producción familiar básicamente desarrollada por la mujer, que se incorporaba, como lo hemos examinado en el capítulo anterior, en los ciclos vitales y rituales de la familia y la comunidad. Ello implicó una desideologización por el comunitarismo aplicado sin criterio alguno, un mejor conocimiento de la tradición campesina indígena y un ajuste significativo de la propuesta: había que desarrollar la propuesta técnica y metodológica a nivel familiar, con

las posibilidades, recursos, problemas y dificultades que plantea una familia campesina pobre. Había que probar la propuesta en escenarios reales, con familias reales:



Los razonamientos de los y las talleristas fueron contundentes en este punto: *“es mejor la cuyera familiar porque cada uno cuida”; “en las cuyeras comunales no se ganó nada, cada uno entregó cuyes y se perdieron”*. También se analizaron los límites de lo comunitario en la producción y la eventual generación de conflictos: *“cuando hay producción comunal hay muchas críticas de los miembros, no hay igualdad en el trabajo, las que no participan critican de que unos son beneficiados y otros no”*.

La crítica al comunitarismo mecanicista, no significa que el comunitarismo haya muerto. Todo lo contrario, se resitúa para ser exitoso. El trabajo comunitario muestra su potencialidad en la construcción y mantenimiento de la infraestructura social y productiva, en la comercialización, en la capacitación, en la construcción de la confianza mutua, en la creación de poderosas redes, en la vigilancia, en la toma de decisiones colectivas y en el control. Es el capital social, que combinado con el capital humano y la responsabilidad individual nos permite construir un desarrollo sustentable.

En el nivel metodológico, dos cambios fueron significativos: la especialización en la producción de cuyes por parte de la ONG, y un seguimiento continuo y permanente a nivel familiar. La especialización en los cuyes le otorgó un estatus y una dedicación que nunca antes tuvo un programa considerado de menor cuantía *“para simples animales menores”* que *“trabajaban con mujeres”*.

Las participantes lo destacaron con fuerza: *“creíamos porque solo se dedicaban a la crianza de cuyes, no hacían más actividades”*. El otro aspecto importante fue el seguimiento diario, cuestión que llevó el tema de la interacción al terreno práctico donde los adultos aprendemos. Una participante señaló que *“en una primera crianza el marido no quería porque no hubo resultados se murieron todos porque no sabían como curar las enfermedades. Luego cuando nos enseñaron en la casa, con los cuyes en la mano,*

aprendimos facilito, entonces la producción de cuyes fue una decisión de ambos". Este tipo de seguimiento reclama, sin duda, una alta mística de trabajo que fue también destacada por las participantes: "creimos porque estaban presentes en la zona". Las talleristas recordaron que "cuando se inició el proyecto se dio permanentemente la difusión, información, sobre ventajas, aún en lluvias o con poca gente. Aunque no tenían cuyes estaban presentes, eso nos animó, porque demostraba que sí querían". Otras señalaron que su ánimo creció "viendo los buenos resultados de otros grupos", es decir, la decisión de los grupos de afinidad impactó en la decisión individual.

A nivel de la Propuesta del Proyecto, lo más importante fue la flexibilidad para asimilar los cambios, para evaluar en el camino los éxitos y fracasos, y la creatividad para incorporar respuestas que se mostraban potentes. Se había asimilado bien la experiencia anterior, en el sentido de percibir a la propuesta del Proyecto, como una acción dinámica, adaptable, como una interacción de saberes que tienen múltiples concretizaciones. Hemos reconocido dos momentos: primero, la propuesta inicial; y segundo, la evaluación de éxitos, problemas y los ajustes de la propuesta. Examinemos los aspectos más destacados de la evaluación de la propuesta, a través de estos dos momentos, que se dieron a lo largo del proceso, y que hoy los sintetizamos.

La propuesta inicial del Proyecto

La propuesta inicial contenía ya una serie de innovaciones que buscaban sobre todo fortalecer las organizaciones de las productoras y ofrecerles un margen de seguridad al riesgo que tomaban, dada la fragilidad de la economía campesina. La propuesta fue desarrollada en cuatro grandes aspectos: 1) el fortalecimiento organizativo; 2) el manejo técnico; 3) el crédito; y 4) la comercialización.

1. El fortalecimiento organizativo

La innovación más importante planteada por el Proyecto, fue la de basar su trabajo en el **fortalecimiento organizativo** de las productoras y en su permanente reflexión crítica. Por

ello, el Proyecto decidió identificar a los grupos de mujeres ya organizados o grupos de interés para trabajar con ellos, es decir, partir de un capital social acumulado para construir. Se complementó esta idea central con la aplicación de las siguientes propuestas:

- Conformar los grupos de Campesina a Campesina
- Elegir y formar promotoras
- Elaborar e implementar la Metodología de Escuela Campesina
- Capacitación a través de Escuela Campesina a Promotoras y su réplica en los Grupos de Campesina a Campesina (GCC) por las Promotoras
- Capacitación y Asistencia Técnica por Técnicos y Promotoras
- Conformar Asociaciones Provinciales para fortalecer los GCC
- Formar lideresas (con conocimientos de género y gestión, producción técnica, comercialización)
- Intercambio de experiencias entre GCC y Promotoras

2. El manejo técnico

La **propuesta técnica** parte por hacer un cambio de los animales para la producción, con el fin de alcanzar resultados inmediatos, para lo cual era preciso contar con animales de calidad. Es así como se buscó aquellos que tengan características de precocidad y prolificidad que permitan generar una producción permanente.

Paralelo al cambio del hato productivo esta el lugar de crianza, es así como se promovió e implementó la crianza de cuyes fuera de la cocina, brindándoles condiciones adecuadas de ventilación y luminosidad, manejados en pozas y categorizados. La propuesta técnica recogió y analizó las recomendaciones incorporadas por diversos proyectos en el país y definió su propia estrategia que consiste en:

- Manejo de hato 30 hembras y 3 machos.
- Alimentación: + 300 gramos de forraje alfalfa.

- Reproducción. 2.5 cría / parto, 4 partos al año.
- Sanidad 80% Preventivo, 20% curativo.
- Infraestructura: galpón y pozas que permitan realizar la producción fuera de la cocina.
- Tipo de animal. 100% mejorado prolíficos y precoces.

3. El crédito

La principal innovación del Proyecto en el **tema del crédito**, fue la idea de que “cuy paga cuy”, vale decir, la seguridad que el Proyecto otorgaba a las participantes que si producían un buen cuy, éste pagaría su deuda. A juicio de las talleristas, esta propuesta fue crucial para la participación en el programa, toda vez, que tratándose de economías tan vulnerables, una deuda impagable en la crisis habría sido sencillamente imposible de asumir. La propuesta se complementaba con las siguientes ideas:

Condiciones requeridas para recibir el crédito se definió :

- Ser mujer campesina o indígena, mayor de edad.
- Estar inscrita y admitida en un Grupo Solidario de Campesina a Campesina (GCC).
- Haber asistido a los talleres de capacitación previa sobre el crédito del proyecto.
- Tener una cuyera construída, revisada por el Zootecnista.
- Disponer del pasto o forraje necesario sembrado para alimentar la cantidad de cuyes que solicite.
- Haber depositado el ahorro en garantía del 10% del crédito solicitado, en el Sedal.
- Presentar su solicitud.
- Firmar una Letra de Cambio por el valor del crédito.

Monto de crédito: Máximo: \$ 234 dólares, correspondientes al hato de 33 cuyes mejorados a razón de \$ 7 dólares las hembras y \$ 8 dólares los machos.

El interés del crédito: 18 % anual

Forma de pago: mensual (k+i)

No. De cuotas: 18 cuotas fijas mensuales

Período de gracia: 3 meses

Garantía: solidaria, tener la autorización del grupo firmada por sus integrantes.

Interés de mora: 2 % mensual de las cuotas atrasadas

Ahorro obligatorio: del 10% de monto del crédito

4. La comercialización

El aspecto más importante de la **propuesta de comercialización**, fue la idea de que el proyecto apoyaba la venta de los cuyes, lo cual aumentaba el factor de seguridad de muchas productoras que tenían una vinculación muy incipiente con el mercado. Las ideas complementarias fueron:

- Satisfacer la demanda asaderos en zonas de mayor consumo, no identificadas, se pensaba en las ciudades de Quito, Ambato, Riobamba.
- Se pensaba en la exportación al mercado de Colombia y otros.
- Se compraba los animales por parte del proyecto para entregar como pie de cría a nuevas socias a precio de pie de cría.
- Se pensaba en la conformación de Comités o grupos de comercialización provinciales.
- Se contrató un estudio de mercado que nos debía indicar la forma de realizar la comercialización hacia asaderos y exportación.
- Se pagaría créditos a través de la comercialización.
- Se paga crédito a través de cruces de valores en especie.

Evaluación de la propuesta inicial: éxitos, desafíos y soluciones

Como se ha dicho, más importante que las innovaciones que contenía la propuesta inicial, fue la decisión por considerarla perfectible, sujeta a modificaciones, a críticas y evaluaciones periódicas. La propuesta inicial contenía varios estímulos a las economías campesinas asumidos por el Proyecto que progresivamente debían eliminarse, si

queríamos llegar a una producción sustentable, razón por la cual, la propuesta debía modificarse en el tiempo. Las evaluaciones participativas realizadas nos mostraron los éxitos y los problemas o retos que debíamos superar. Ellas fueron la fuente del ajuste de la propuesta del proyecto.

A nivel del **Fortalecimiento Organizativo**, se consideró que los principales éxitos fueron cuatro: la decisión de trabajar con grupos ya organizados, porque ayudó a la difusión del Programa, a la capacitación y a la rotación de las escuelas campesinas en las comunidades ; la utilización de la Metodología de Campesina a Campesina porque



permitted crear espacios de intercambio y motivación entre las productoras; la formación de promotoras y de lideresas, que fueron muy aceptadas por los grupos, porque facilitó la réplica individual del manejo y la incorporación de soluciones inmediatas a problemas técnicos y la ejecución de las actividades; y la Formación de Asociaciones Provinciales para buscar niveles más agregados de reflexión.

Escuela campesina

Pero también tuvimos **problemas**, que fueron considerados **retos** que debíamos superar. Ellos eran tres: el primero, identificamos un reto pedagógico en la capacitación, porque teníamos demasiados temas en las Escuelas Campesinas que provocaron la discontinuidad de los pénsum y adicionalmente, no teníamos formatos de planificación y evaluación de promotoras y seguimiento; el segundo, era un problema generado por el crecimiento del número de grupos, que provocaron una disminución de la presencia del técnico en las Escuelas Campesinas, lo cual afectó a la capacitación y al seguimiento; y el tercero, era el permanente problema de los estímulos económicos, puesto que la baja remuneración de las promotoras desmotivaba su participación.

Las **soluciones** que encontramos fueron bien meditadas: debíamos organizar mejor el trabajo y profundizar la autonomía de las promotoras. Entonces, se planteó la necesidad

de manejar registros de inventarios, de planificación y reporte mensual de actividades; y que las Promotoras repliquen solas las Escuelas Campesinas. Ello tenía la ventaja adicional, de avanzar en la sustentabilidad del proceso, disminuyendo la presencia de los técnicos.

En el manejo técnico, se demostró como exitoso haber categorizados a los animales. Ello permitía un manejo especializado según su destino. En cambio, nuestro problema y reto principal fue la producción de alfalfa, sobre todo en zonas sin riego y el manejo sanitario, por cuanto, se dieron brotes de enfermedades en toda la comunidad, lo cual provocaba que por desconocimiento se boten los animales muertos a los caminos o las áreas de forrajes y contaminen a las productoras tecnificadas.



Cuyera tecnificada

Al iniciar la actividad no se contaba con medicamentos específicos para cuyes lo cual en una primera instancia hacía que dependan del técnico para el manejo de los medicamentos.

También nos dimos cuenta que debíamos hacer una serie de ajustes a la infraestructura, la alimentación, la sanidad, los registros, la selección y la capacitación

Las **soluciones** que se plantearon fueron muy minuciosas, debido a que provenían de la práctica diaria, en la que todas tenían una idea innovadora. Aquí las hemos recogido a todas ellas, como una especie de menú de opciones. En cuanto a la *infraestructura*, se sugirió que era mejor alzar las pozas, aumentar su tamaño, utilizar materiales más económicos, utilizar traslúcidos, con ventilación, introducir secadores de forraje, comederos de forraje de balanceado, gazaperas y bebederos.

En cuanto al manejo de la *alimentación*, realizar mezclas forrajeras, y usar el balanceado y concentrado en todas las etapas, con dosis adecuadas. Con relación a la *sanidad*, se

planteó la necesidad de realizar calendarios sanitarios en cada grupo de acuerdo a sus condiciones utilizar pedilubios o pozas de desinfección, como la cal, el creso, los aldehidos; debíamos recuperar de la práctica campesina el manejo del marco, eucalipto y la ruda; realizar la limpieza permanente de la cuyera, definir áreas de forraje solo para cuyes, tener una poza de aislamiento para animales enfermos o para , poner en cuarentena y aislamiento a los animales enfermos, o eliminarlos, manejar los animales muertos, mejorar el manejo de bioseguridad y el calendario sanitario. El manejo del botiquín veterinario por parte de la promotora en cada grupo.

En cuanto a los *Registros*, crear registros manejables y que nos direccionen a obtener indicadores Bioeconomicos debíamos llevar un inventario mensual, los registros de seguimiento, de ventas y destetes. En cuanto a la Selección y descarte de los reproductoras, debíamos eliminar a toda la poza en el cuarto parto. Debemos utilizar los cuyes de otras cuyeras, seleccionar las cuyas puras más grandes para el reemplazo y las hijas de 4 a 5 crías. Se sugirió descartar las cuyas improductivas o aquellas que paren una cría en dos partos seguidos. En cuanto a los reproductores, debemos seleccionar cuyes por su tamaño, ganancia diaria de peso y número de crías. Así mismo, debemos diferenciar a los animales para carne y pie de crías. En cuanto a la Capacitación, ratificamos la idea de crear la Escuela Campesina.

En el tema del **Manejo de Crédito**, la práctica nos mostró que fue exitosa en la etapa inicial, aquello que llamamos la "Filosofía" "cuy paga cuy" porque posibilitó ofrecer seguridad a las productoras y tener más participantes. También se evaluó como positivo el tiempo del crédito en 18 meses considerado un tiempo prudencial; la puntualidad lograda en el cobro por haber sido realizado de manera directa por el Proyecto en el momento de la venta; y la utilización de la Solicitud de crédito y la letra de cambio.



Productoras llenando formulario

La reflexión central respecto al crédito fue que hemos cumplido una primera etapa de arranque, en la que el Proyecto otorgó importantes seguridades a las productoras a través de la compra de la producción, que se realizó con la propuesta de "cuy paga cuy". Sin embargo, ello es insostenible en el largo plazo, puesto que la comercialización debe ser parte del manejo de las microempresas.

Por tanto, se consideró que llegó a sus límites la propuesta "cuy paga cuy". Se requería montar todo un sistema de manejo del crédito, creando un equipo especializado para asumir esa tarea, que poco a poco vaya funcionando de manera independiente del Proyecto. Mientras tanto, se sugirió concentrar toda la información que hoy está en manos de los técnicos y liquidar las cuentas con todas las productoras, estableciendo acuerdos específicos en cada caso, cuando se han producido retrasos. El objetivo central es comenzar a diseñar e implementar el nuevo sistema.

En el tema de la **comercialización**, la práctica mostró tres importantes éxitos: la venta de animales de excelentes características para pies de cría y carne que lograron buenos precios; las productoras consiguieron compradores propios que les dieron un buen precio; y la utilización adecuada del abundante abono orgánico que produce el cuy que

se utilizó como fertilizante, aumentó las siembras y permitió un mejor rendimiento de los cultivos dedicados al mercado.

La promoción del consumo de la carne de cuy a través de la realización de festivales gastronómicos realizados en las tres provincias por las asociaciones provinciales de productoras de cuyes.



Cuy faenado

La realización del estudio de preferencia de consumo de carne y el plan de negocios de la "Empresa Cuyes Ecuador".

Los **problemas y retos** detectados fueron numerosos. Este es un tema realmente complejo que nos ha llenado de varias canas, aunque nos decían que los indios nunca canan. No se trabajó en comercialización desde el inicio del Proyecto, ni realizamos un estudio minucioso del mercado interno. Existen variaciones de precios durante el año, y en algunos meses ellos no satisfacen a las productoras.

La cuestión de la intermediación nos afectó: el precio de plazas y mercados no fueron el referente de comercialización para las productoras, sino el precio logrado en la negociación directa con los intermediarios. De otra parte, no se ha podido mantener compradores permanentes por no tener cantidad y características homogéneas del producto, especialmente en los asaderos, por ello se ha perdido clientes por incumplimiento en entregas. Todavía nos preguntamos sobre el beneficio de comercializar asociativamente.



Las soluciones planteadas fueron diversas. Tenemos muchas ideas, lo cual es un buen indicador. Pero tenemos que concretarlas mucho más. Así mismo, aquí recogemos todas las iniciativas para utilizarlas como un menú de opciones, solamente las hemos organizado por su nivel de implementación:

Festivales gastronómicos

- Sugerencias para el Proyecto: (i) incorporar a la comercialización como componente de una empresa; (ii) seleccionar y capacitar promotoras en comercialización; (iii) invertir en publicidad, especialmente en prensa; (iv) monitorear los precios del mercado semanalmente; (v) impulsar ferias gastronómicas; (vi) Conformar Asociaciones y Federaciones para impulsar la comercialización; monitorear los costos de producción por peso.

- Sugerencias para los grupos: (i) Organizarse para la venta en grupos; (ii) capacitar a los grupos en comercialización; (iii) instalar asaderos por asociaciones.
- Sugerencias para las productoras: (i) Dar características al animal para el mercado; (ii) explorar la venta de servicios de carne; y (iii) iniciar la venta directa a los mayoristas

capítulo III

la microempresa familiar del cuy

capítulo III

la microempresa familiar del cuy

Las microempresas familiares del cuy

¿Son realmente microempresas familiares las que han montado las 400 productoras de cuyes que trabajan en el programa del SEDAL?. Esta pregunta fue árdamente debatida en los talleres de sistematización. Más que una discusión teórica del concepto de microempresa, que podría llevarnos a un análisis estrechamente economicista, nos ha parecido más sugerente, recoger las percepciones y explicaciones de las propias productoras, de cómo miran la actividad que realizan, porque ellas incluyen elementos económicos, éticos, de equidad social que desbordan los conceptos convencionalmente utilizados.



Uno de los grupos de reflexión, sintetizó así su pensamiento sobre su negocio: *“Mi cuyera es una microempresa porque tengo utilidades que me permiten ayudar a educar a mis hijos, evita la migración de mi familia, tenemos buena alimentación y utilizo el estiércol de cuy para mejorar la producción de los cultivos”*.

El primer impacto que las productoras destacaron en esta síntesis sobre su actividad, es que la producción de cuyes les ha permitido generar utilidades, que es uno de los

objetivos principales de toda microempresa. Esta nueva situación era comparada de manera directa y práctica con la situación que tenían antes del Proyecto: *"Antes salíamos desde la mañana marido y mujer a cortar paja, los hijos quedaban solos, sufríamos mucho para vender algo y casi no ganábamos nada"*. Como se advierte, a la noción de obtener utilidades, las productoras le añadieron dos dimensiones éticas y sociales: la idea del abandono de los hijos y la del sufrimiento. Estas dimensiones, no convencionales de una microempresa, resultan muy significativas, porque ponen en el tapete el problema de la reconstrucción de la familia impactada y a menudo rota por la migración. En tanto, la idea de disminuir el sufrimiento, evoca a las condiciones de trabajo, a las largas jornadas, a la incertidumbre, a la inversión de enormes esfuerzos no compensados con los ingresos, todos ellos referidos a la calidad de vida de las personas: *"ahora ya no queremos trabajar en ganado grande, es mucho trabajo, con los cuyes no es así"* dijo una participante. Estas dimensiones se refuerzan de manera muy explícita, cuando destacan que el objetivo real de los mejores ingresos, es poder educar a los hijos, evitar la migración y tener una mejor alimentación. No es entonces, la acumulación económica, el objetivo central de estas "microempresas", es el mejoramiento de la calidad de vida, lo cual matiza mucho las definiciones tradicionales.

El segundo impacto, no convencional de la microempresa en la familia, es que logró un cambio en las relaciones de género, como lo destacaron las participantes:



"antes los papás no ayudaban a cuidar a los cuyes, salían a trabajar en otros lados. Ahora ya no sale a ningún lado, está preocupado por los cuyes. El ayuda a limpiar la cuyera, a cortar la hierba, se hace cargo del cuidado. También se quedan a veces cocinando cuando la mujer tiene que salir a capacitaciones". "Ahora mi marido me dice vaya usted a hacer la almuerquito que yo voy a limpiar la cuyera o yo voy cortar la hierba a poner la paja a los cuyes, en cambio antes me decía para qué vas a las reuniones, pasando tiempo, ahí sentada, así sabía decir". Otro grupo complementó que "al principio se ponían bravos cuando salíamos a reunirnos, ahora cuando ya se vendían nos ayudaban a cuidar a los cuyes" "Cuando hay problemas en la cuyera toda la familia se apoya en el cuidado" Mientras otro

grupo destacó que *“antes los maridos decían que la venta de cuyes es solo de mujeres y no querían ir, ahora quieren en cambio ellos sacar a la venta”*. Esta es una dimensión desconocida y absolutamente nueva de una microempresa, no advertida en los conceptos convencionales.

Este cambio de las relaciones de género implicó una transformación en la valorización de la mujer y a su trabajo, buscando incluso aprender de ellas. Una tallerista señaló que *“Ahora mi marido ya quiere construir una casa más grande para los cuyes. El aprende a curar, a inyectar a los cuyes. Me apoya para que salga a las capacitaciones, está pendiente de las fechas de las reuniones. Está aficionado, piensa en tener 500 a 1000 cuyes. Ampliar la cuyera. Necesitamos más crédito para ampliar la cuyera”*.

Resta por analizarse si muchos de los cambios en las relaciones familiares, y en particular de los maridos, podrían estar relacionados con su filiación religiosa. Una participante refirió que:



“cuando mi marido era católico bebía mucho, se acababa la plata que él ganaba, terminaba toda la plata. Y sobre eso me llegaba a maltratar con todos mis hijos, pero a continuación de eso que él andaba borracho llegó a enfermarse de lo mucho que tomaba, yo sufría mucho con mis hijos, pero un hermano carnal de él, le aconsejó que se cambie de religión. Le dijo que ahí te has de portar bien. El no quería escuchar nada de eso, él le hablaba al hermano le decía yo no quiero entrar allá. Yo soy lo que soy y nadie tiene que decirme nada. Pero cuando él se enfermó se había ido desde la casa, en Santa Rosa hasta Quito donde vivía el hermano, en San José de Morán. Allí lo había llevado a la iglesia evangélica y desde ese momento comenzó a sanarse. Cambió totalmente. Hasta dejó de ser celoso, hablaba malas palabras. Antes no me dejaba salir de la casa, ahora sí. Ahora ya no toma, ni fuma. Cuando se enoja, mejor sale a trabajar y por la tarde ya viene de a buenas. Ya va cinco años sin tomar, ahora me apoya en los cursos, sesiones”. Sin embargo, otras participantes consideraron que no era importante la filiación religiosa, sino el éxito de la microempresa, la que provocaba los cambios en la familia.

Un tercer impacto recogido en la síntesis de los grupos, es la integración de la microempresa con la actividad agrícola, cuando destacaron que la obtención de abono de cuy, les ha permitido mejorar la producción de sus cultivos. Este tipo de integraciones son ideales en una microempresa campesina. No solo en el sentido económico, sino en el ambiental al utilizar los “desechos” de manera productiva y en la obtención de productos más sanos. Esta integración es parte de la cultura ancestral de manejo del cuy, lo cual muestra que, una modernización adecuada, no necesariamente debe romper con las bondades de los procesos anteriores. Algunas familias destacaron, incluso, que el abono de cuy les permitió recuperar algunos cultivos andinos: *“Ahora produzco más porque se abona el terreno y he vuelto a producir quinua, que antes ya no se daba”*. Esto último es realmente importante, porque los suelos andinos se han deteriorado tanto, que muchos de los cultivos ancestrales ya no crecen en esas condiciones. El abono de cuy aportaría a la reconstrucción del suelo, y podría provocar un mejor manejo del abono orgánico de origen animal, que en las actuales condiciones de manejo tiende a perderse, en por lo menos un 40%, según lo han destacado numerosos agricultores orgánicos.

Un cuarto impacto, implícito en la síntesis sobre la microempresa del cuy, es el aprendizaje del manejo del mercado, que resultaba tan enigmático y agresivo en el pasado, sobre todo para las mujeres e indígenas. Hay una extensa literatura que mostraba que la plaza de mercado era un sitio en el que se expresaban con mayor rudeza las relaciones interétnicas más inequitativas: el arranche, la extorsión, la especulación, el engaño, el maltrato eran corrientes en ese tipo de transacciones. Si ello se hacía con cualquier hombre indígena que llegaba al mercado, las relaciones se volvían más agresivas con las mujeres, que ordinariamente no manejaban con fluidez los precios, las cuentas e incluso el español. Por eso, el mercado era un sitio que les causaba miedo. De otra parte, como sabemos, el mercado es un sitio de interacción, de aprendizaje, de socialización. El ingreso de las mujeres en este espacio les permite emprender un conjunto de relaciones nuevas, de conocimientos, de iniciativas que sin duda mejorará, tanto su capital humano, como el establecimiento de redes sociales. Una participante destacó que *“Antes no salíamos a ninguna plaza ni a Guamote, Cajabamba ni vecinas porque no teníamos qué vender. Ahora salimos todos los jueves”*.

Los cambios y adaptaciones culturales

Uno de los aspectos más interesantes de esta sistematización fue analizar la forma cómo las familias enfrentaron la tensión entre lo que Archetti llamó “necesidades y preferencias”, vale decir, entre producir un cuy mejorado con “valor de cambio” para elevar la productividad, incrementar ingresos y tener más calorías, o producir un cuy tradicional con “valor de uso”, para mantener y ampliar las relaciones comunitarias.

En páginas anteriores, destacamos que las familias ya se habían planteado este problema desde hacía varios años, encontrando soluciones intermedias. Algunos ya lo hacían con el propio cuy tradicional: al interior de la comunidad el cuy no se vendía, servía exclusivamente para mantener las relaciones comunitarias, en tanto, el cuy llevado a la plaza, fuera de la comunidad, podía ser intercambiado con desconocidos e incluso vendido. Archetti en su estudio encuentra soluciones parecidas, esta vez ya en la época en que algunas familias producían cuyes mejorados: las familias producían los dos tipos de cuyes, los tradicionales se destinaban para el autoconsumo y las relaciones comunitarias, en tanto, los mejorados se los enviaba al mercado.

Las y los talleristas, encontraron cuatro comportamientos familiares diferenciados, mostrándonos que el proceso de adaptaciones y matizaciones de la modernización son diversos:

El primero, es la de aquellas familias que producen los dos tipos de cuyes, tradicionales y mejorados, comportamiento que ya se había dado en el pasado *“los cuyes pequeños se usan para las limpias, para regalar a los familiares, para fiestas, para matrimonio, para matar cuando vienen los familiares de Guayaquil y los grandes mejorados para la venta”, “Ya no regalamos al Teniente Político porque cuesta plata”,* señalaron las talleristas. De paso vale acotar, que las relaciones con los tenientes políticos también han cambiado, pues ha disminuido la percepción de un funcionario sobornable al que había que agradar, por la idea de un funcionario que hace cumplir las leyes, aunque ello todavía no se ha consolidado suficientemente.

El segundo, es la de las familias que producen solo cuyes mejorados que los destinan exclusivamente al mercado, pero mantienen las relaciones comunitarias y resuelven el autoconsumo con otros animales que han perdido estatus frente al cuy como las gallinas, la res o el mismo conejo: *"la carne de otros animales cuesta solo un dólar y la del cuy cuesta 5 a 6 dólares por eso comemos otra carne y guardamos el cuy"* reflexionó un grupo; en tanto otro grupo señaló que *"en las fiestas ahora regalamos dos o tres cuyes criollos con otros animales como conejos, gallinas, porque cuando regalamos cuyes mejorados salen más caros"*. En este caso, el cuy se ha convertido en un "valor de cambio", pero su lugar como valor de uso ha sido ocupado por otros animales, sin alterar demasiado, de lo que hasta ahora conocemos, las relaciones comunitarias internas.

El tercero, es el de las familias que producen únicamente cuyes mejorados que son utilizados tanto para la venta, como para mantener las relaciones comunitarias, aunque ellas se han restringido: *"se regala a los familiares y personas importantes solamente un cuy porque cuesta plata" o solamente se "come cuy cada quince días, porque es caro"*. La baja del autoconsumo de cuyes parece significativa en este tipo de familias, de acuerdo a los datos que señalaron las participantes: *"antes comíamos unos dos por semana, ahora uno cada quince días"*, pero en compensación se ha diversificado la adquisición de otras carnes. Resta por evaluarse, desde el punto de vista de la nutrición y la seguridad alimentaria, lo ganado contra lo perdido, pero, si nos atenemos a la percepción de las participantes, están contentas con los resultados obtenidos ; y,

El cuarto tipo de familias, son aquellas que producen cuyes mejorados y han suprimido prácticamente las relaciones comunitarias y tampoco los consumen *"porque queremos aumentar la microempresa"*, y *"cuando mueren las da mucha pena porque perdemos dinero"*. Este comportamiento, podría no ser atribuible específicamente a la producción microempresarial del cuy, podría estar relacionado con cambios anteriores producidos en la comunidad. Tampoco podría ser un camino irreversible: muchas familias se dan cierto espacio de acumulación, antes de relanzar sus relaciones de afinidad y participar con mayor fuerza en las redes familiares y locales, como se ha visto en el caso de los otavaleños.

Fue imposible cuantificar el número de familias que se ubican en uno u otro grupo. Tampoco era el propósito de esta sistematización, que buscaba detectar impactos cualitativos que deberían ser analizados con mayor rigor a través de estudios de caso. Lo cierto es que, la modernización implica cambios, algunos de los cuales pueden impactar negativamente en la comunidad y en el autoconsumo. Pero no vale desestimar la capacidad de adaptación a la modernidad de las familias campesinas e indígenas, y tampoco desconocer que una mejor capacidad productiva de las familias podría revitalizar las instituciones comunitarias y su propia identidad: no debe olvidarse que lo más corrosivo de la identidad es la migración y la pobreza. En todo caso, este aspecto no había sido trabajado por el Proyecto, pero la presente sistematización lo ubica como un problema de debate, constituyéndose en uno de los principales aprendizajes logrados en este proceso. Las propias familias han creado varias combinaciones y adaptaciones que indican los caminos que podrían seguirse y perfeccionarse. El fortalecimiento organizativo debe pensar, como hemos podido aprender, no solo en consolidar las asociaciones para la comercialización, la capacitación o su impacto político, sino que debe discutir las relaciones internas en la comunidad.

El manejo técnico en la microempresa

El Proyecto ha producido y seguirá produciendo un conjunto de materiales técnicos para el manejo de una cuyera familiar. Allí se puede discutir con profundidad y rigor técnico, la validez de las propuestas que maneja el proyecto. En esta sistematización, resultaba mucho más sugestivo, observar el conocimiento técnico de las familias, dicho en sus propias palabras, tal como este se produce en la metodología de “campesina a campesina”, porque este aspecto le permitirá darle sostenibilidad al proceso, más allá de los tiempos del Proyecto. Para ello, realizamos una simulación, en la que una campesina interesada en el programa visita a una productora, le realiza preguntas y la otra le explica de cómo se hace. La simulación fue realizada en el taller a través de un sociodrama, que estuvo animado por actuaciones realmente magistrales de las participantes. Los tonos, las gesticulaciones, los chistes, los hemos obviado, porque nos dimos cuenta, que fuera del contexto en que se produjeron entorpecen la lectura. Veamos esa conversación:



- *Buenos días, vecinita María*
- Buenos días, vecinita Petrona. ¿Cómo ha pasado? ¿Ha estado buenita?

- *Por aquí viniendo a visitar, porque una compañerita me dijo que entre al grupo de producción de cuy mejorado y yo vine a conversar con usted para que me explique*
- Bueno, vecinita, pregunte nomás

- *¿Cuántos cuisitos tiene vecinita?*
- Yo, ca, trecientos cuyes en total: cien reproductoras y diez machos. Construimos esta cuyera de diez metros por cuatro metros, con 16 pozas.

- *¿Cuántos cuisitos pone por poza?*
- Ponemos diez hembras con un macho en una poza. Cada poza tiene un metro por uno cincuenta. Escogemos a las mejores hembras que pueden servir para madres y así mismo a los mejores machos. A los 2 meses 7 días comienzan a parir.

- *¿Y que hace con los cuy guaguitos?*
- Se desteta a los 15 días, se clasifica hembras y machos y se pone en pozas separadas. También se clasifican qué animales van a servir para reproductores o para carne. Para producción se ven los animales más excelentes, hocico ñato, cuello ancho, con orejas grandes

- *¿Y cada cuanto limpia la poza, vecinita?*
- Se limpia cada 15 días. Se desinfecta toda la cuyera con cal, productos como el Rodasept Chadine o creso. Se les pone la tendida seca. Amontonamos el abono y se bota en el terreno para mejorar los cultivos y forrajes, como se hacía antes, solo que ahora lo utilizamos para producir hierbita para los mismos cuyes.

- *¿Qué es la tendida, mama María?*
- Es la cama de los cuisitos. Así se recoge más fácilmente los desperdicios del cuy



- *¿Y que hace para que no se mueran con el mal, para que no se enfermen?*
 - Se les desparasita. Se cura para los piojos, el arestín y los hongos. Se vacuna para prevenir la enfermedad.

- *¿Y qué les da de comer?*
 - Se les bota hierba, alfalfa en el comedero, tres veces al día y balanceado en comederos una vez al día. Es importante darles buena alimentación como: alfalfa, hoja de maíz y concentrado

- *¿Cada cuánto vende los cuisitos?*
 - Se vende cada 15 días lunes o viernes, los cuyes de carne maltones. Para pie de cría según el pedido.

- *¿Y, dónde los vende?*
 - En la plaza y en la comunidad.

- *¿Y tiene ganancias?*
 - Si, porque se lleva registros y va teniendo en cuenta cuánto se gasta en alimento y cuánto se gana.

- *¿Qué problemas ha tenido, vecinita?*
 - Me faltaba espacio para los cuyes, así es que tuve que construir más cuyeras. También se enfermaron con Yersinia. Contra esto se desinfectó bien las cuyeras y se limpiaba pasando un día. Les di trimetotad por siete días seguidos, y hasta ahora los cuyes están bien.

- *Tiene que anotarme los nombres de tantos remedios nuevos, vecinita.*
 - No se preocupe, usted recibe capacitación permanente, una visita una vez por semana, nos ayudan a resolver los problemas en la práctica. Visita el ingeniero, o la promotora, o nos capacitamos entre nosotras, de "campesina a campesina".



- *¿Quién da la capacitación?*
- SEDAL nos ha ayudado. Primero han ayudado organizando, luego capacitando con cursos mensuales, conociendo las enfermedades como es la Yersinia, Salmonella. Visitan las cuyeras de cada compañera y nos ayudan a resolver problemas. Ahora, poco a poco, ya estas visitas las hacen las promotoras, que son compañeritas nuestras mismo, que ya tienen experiencia y conocimiento
- *¿Usted ya ha aprendido eso que le han enseñado, o es muy difícil?*
- Si, yo ya puedo identificar las enfermedades, se vacunar, se curar cuando están enfermos, se desinfectar la cuyera cada que tiempo toca desinfectar. Ya prácticamente manejo sola y hasta le estoy enseñando a mi marido. Cuando comenzamos era difícil acostumbrarse a criar cuyes en pozas. Ahora ya sabemos donde están solo machos o solo hembras. Para coger los animales antes tenían que estar 3 o 4 personas que ayuden, los animales se maltrataban ahora ya solo está una persona que conoce la edad de los cuyes. Ahora es una necesidad saber más, tener nuevos conocimientos sobre enfermedades del cuy.
- *¿También los está capacitando a su marido? Yo tengo recejo que no quiera mi marido, que me mande hablando, porque él sabe hablar que las mujeres no quieren trabajar en la casa, que andan en reuniones, sientan allí, pasan todo el día, por eso me da miedo conversar con él.*
- Bueno vecinita, usted tiene que convencerlo, si no lo hace usted se va a perder, porque a todas las que estamos nos ha ido bien en los cuyes. Hay varias compañeritas de la comuna en el Proyecto. Nos entregan 33 cuyes en crédito, usted paga el momento en que comienza a producir con los mismos cuyes. Si así no quiere entrar ya es cuestión suya. Después no se estará arrepintiendo. Usted decide.
- *¿Y qué dice su marido ahora?*
- Que le gusta capacitarse más para tecnificar más el cuidado de los cuyes. Para hacer gazaperas. Dice que quiere compartir sus ideas con otros. El ya sabe capacitar. El otro día se fue a capacitar solito y vino contento. Talvés sería bueno que conversen entre hombres, para que aprenda a cuidar a los cuyes como negocio. A mi marido le hizo bien conversar con el ingeniero Juan Carlitos, entre hombres.



- *¿Y qué es lo que hay que no descuidarse nunca?*
- Bueno hay que aprender todo, pero lo más importante es mantener limpia y seca la cuyera para prevenir enfermedades

- *¿Sus cuyes son solo para la venta o también los come?*
- Aquí solo producimos cuyes mejorados. Pero los crío para vender y para consumir pero en menor cantidad. Si tenemos diez cuyes solo comemos dos, porque se gana más vendiéndolos. Con lo que vendo puede comprar más cosas, incluso carne de otros animales, como de gallina, de vaca que es más barata y tener alimento de todo tipo.

- *Dios se lo pague vecinita.*
- Hasta luego vecinita

Este diálogo permite muchas lecturas. Sin embargo, queremos destacar siete aspectos importantes: (i) la gran apropiación de la microempresa por parte de la productora, es la microempresa de la familia y no del Proyecto, que aparece jugando un rol más bien facilitador y capacitador; (ii) el fuerte conocimiento técnico de manejo logrado por la productora, que puede ser transmitido con sencillez, de “campesina a campesina” pero con gran precisión técnica; (iii) el empoderamiento de la mujer en la familia, que ha logrado incorporar al marido y a los hijos en el proceso, permitiéndole al marido su propio protagonismo, dimensión novedosa en los procesos de empoderamiento femenino; (iv) la confianza en el seguimiento oportuno y práctico, que es el aspecto que más destaca la productora; (v) la forma de persuadir a la interlocutora, que no es ni autoritario, ni de súplica, le plantea las cosas claras y la deja a su decisión, sugiriéndole, entre líneas una mayor presión al hombre, que en el lenguaje femenino, “puede implicar muchas cosas”; (vi) la productora muestra un proyecto de futuro, la ampliación de la microempresa familiar, cuestión que denota esperanza, en estos tiempos en que tenemos tanta incertidumbre; y (vii) deriva la producción del cuy a todos los aspectos culturales que hemos analizado: la integración con la agricultura, el uso del cuy como valor de cambio o valor de uso, la seguridad alimentaria, etc, tomando posición frente a estos problemas.

capítulo IV

pensando el futuro: la empresa del cuy

Los sueños del Proyecto

Si hay algo enteramente novedoso en este proyecto, es que todos y todas las participantes sueñan en el futuro. Varios grupos de productoras dijeron *“que querían montar sus propios asaderos”*. Otro grupo señaló que quieren *“una comercialización estable, que se saque cuyes de todas las compañeras”, “que haya apoyo técnico para clasificar a los animales que van a ser entregados”, que el “pago sea al momento y al contado” “que haya capacitación en comercialización”*. La mayoría de productoras, tomadas individualmente, dijeron que querían ampliar sus cuyeras, pasar a *“producir por lo menos mil cuyes”*.

Pero los sueños no solo van por el lado de la comercialización. Muchas quieren consolidar sus organizaciones grupales y sus asociaciones provinciales. Consideran que se ha *“concedido poca importancia de la organización de las y los productores”*. Señalaron que *“Quisiéramos una organización que una a todos los grupos para cumplir con las metas de comercialización que tenemos”, “una organización que nos ayude a negociar nuestros cuyes, que tenga estatutos, reglamento claros y que se cumplan, que sepa con claridad lo que queremos hacer (vender cuyes), que trabaje solo con los interesados”*. Otro grupo insistió en la necesidad de *“todas las productoras cumplan con puntualidad sus compromisos, que valoricen a los directivos” “haya una mayor comunicación en los grupos*

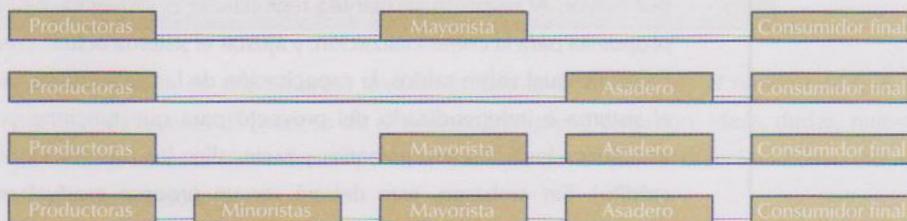
y de las responsables” y algo que resulta crucial en este momento, que se busque un crecimiento homogéneo de las microempresas en el número de cuyes que produzcan, para que no se cree una diferenciación social demasiado grande que pueda afectar a la unidad de los grupos.

Por su parte, las promotoras quieren perfeccionar sus conocimientos para ofrecer una asesoría de mayor nivel. Los técnicos y técnicas del Proyecto, la mayoría muy jóvenes, sueñan en desarrollar actividades especializadas en crédito, comercialización, asistencia técnica. En fin, se vive y respira un ambiente de creatividad, del cual saldrán miles de ideas, muchas de las cuales fructificarán y otras se marchitarán o quedarán a la espera.

Las respuestas colectivas, que incluye a la dirección del SEDAL, son dos: (i) apoyar a los esfuerzos de comercialización que actualmente están realizando las productoras y los grupos, para consolidar a las microempresas familiares; y (ii) canalizar estos sueños hacia la creación de una Empresa de Comercialización, que ofrezca nuevos mercados a la producción familiar y grupal. Esta nueva idea se basa en que hay suficientes argumentos para señalar que el mercado de pies de cría se saturó, porque ya se instalaron suficiente número de proyectos; que con la mayor producción de cuyes, hay tendencia a la fluctuación del mercado por el exceso de oferta; y porque es necesario estabilizar el mercado y los productos.

Apoyar a la actual comercialización familiar y grupal

Hay todavía un importante espacio de consolidación y racionalización de lo que vienen haciendo las familias y los grupos en materia de comercialización. En este punto, se plantea explorar o racionalizar la venta de cuy faenado, cuy asado, pies de cría y venta en pie (por mayor), que son los principales de comercialización, de acuerdo la investigación realizada



Para la venta del cuy faenado se requiere contratos con asaderos, frigoríficos o crear puntos de venta propios. Para la venta de cuy asado, hace falta crear asaderos propios o realizar convenios de entrega a diversos demandantes. La venta de pies de cria y de animales vivos por mayor, debe racionalizarse por regiones, para no competir entre las diversas productoras. Este ejercicio, será un buen punto de avance para pensar en el futuro proyecto de comercialización que implicará una rigurosa disciplina.

La consolidación de las microempresas familiares, plantea también la necesidad de lograr una producción estandarizada de alta calidad, permanente y de mayor escala para abastecer a los compromisos que se firmen. La investigación realizada sobre la comercialización mostró que los demandantes requieren un cuy homogéneo, con pesos de 800 a 1.200 gramos para hacerlo "al horno", de 1.800 a 2.200 gramos para "al carbón", de 800 gramos para frito. Para ello, las familias deben avanzar en cuatro grandes líneas: (i) una mayor planificación de la producción, para lograr una producción permanente y homogénea; (ii) un control genético más riguroso y llevar con proligidad los registros de crecimiento, para buscar una mayor calidad del producto; (iii) calcular con mayor minuciosidad los costos de producción para tener un mejor manejo de las rentabilidades; y (iv) lograr una mejor capacitación de los productores, en este caso, de toda la familia, para manejar con eficacia todo el ciclo productivo.

Otro aspecto advertido ya por el Proyecto, es avanzar significativamente en el manejo del crédito, tanto para consolidar la producción, como para abrir las opciones de comercialización antes citadas, como la instalación de asaderos, puntos de venta, venta

por mayor. Al respecto se plantea regionalizar el Proyecto, siguiendo la regionalización propuesta para la comercialización, y ajustar el sistema actual, creando una modalidad de pago mensual sobre saldos, la capacitación de las promotoras, se debe institucionalizar el sistema e independizarlo del proyecto para que funcione con reglas del mercado, establezca los intereses, garantías y racionalice los procesos (software para manejo del crédito). Sin embargo, este deberá ser un proceso gradual que tome en cuenta la diversidad de productoras (tipología de productoras), y establezca apoyos y estímulos diferenciados

En el nivel organizativo, se plantea como necesario documentar el sistema de Monitoreo y evaluación en el seguimiento, continuar con el fortalecimiento de las Asociaciones tomando en cuenta el fin para el que fueron creadas, consolidar la visión empresarial en las productoras, implementar registros de réplica de Escuelas Campesinas, codificar evaluaciones de capacitación y abrir un banco de calificación de conocimientos de Promotoras, promocionar que la asistencia técnica dada por las promotoras sea reconocida económicamente por las productoras, implementar el pénsum de capacitación de Escuelas Campesinas, fortalecer los liderazgos a través de capacitaciones específicas y la estrategia de manejo de Fincas.

En este mismo proceso, hay conciencia de la necesidad de desarrollar toda una campaña de publicidad por radio, festivales, boletines, presentaciones y otras, para continuar abriendo mercados locales. Hace falta desarrollar otras formas de preparación, como el cuy ahumado, presitas de cuy, embutidos, entre otras. El mercado internacional se presenta como una alternativa muy importante. La experiencia desarrollada por CUYSINOR nos muestra que es posible abrir mercado en USA, Colombia y España. Para ello se requiere los cuyes faenados tengan 1 kilo de peso y cubrir demanda mensual de 3.000 a 4.000 cuyes. La presentación del producto debe ser impecable, en bandejas de plástico y etiqueta.

El desafío de construir una empresa comercializadora

La construcción de una Empresa de Comercialización del Cuy es el nuevo reto que se plantea el Proyecto. El proceso de diseño está en plena discusión: ideas, dudas, nuevos temores, grandes debates vienen y van. El resultado de ese proceso, será un nuevo motivo de sistematización.

Por el momento, se sabe que la Empresa debe lograr grandes contratos de venta de su producto, garantizando calidad, cantidad, permanencia y oportunidad. Ello implica, buscar clientes en el mundo, lograr un producto competitivo por su precio y calidad, organizar la producción, la entrega y comercialización a gran escala, la capacitación y apoyo financiero a sus socias, estimular las diversas iniciativas que ya manejan en la actualidad sus socias, manejar la publicidad, entre las principales acciones. Es un enorme reto también para la ONG, que debe crear un equipo que piense con "sentido empresarial".

SEDAL está conciente de este reto y quiere caminar despacio y seguro. Por ello, se plantean dos etapas: una de consolidación de las microempresas familiares; y dos, la de diseño e implementación de la Empresa de Comercialización. Son dos procesos distintos, pero complementarios, que van a requerir áduos debates y un trabajo tesonero, que el Proyecto está dispuesto a realizar. El aprendizaje logrado y convertido en conocimiento, es la garantía para pensar el futuro.

Agradecimientos

Queremos dejar constancia de nuestro agradecimiento a todas y todos quienes han creído e impulsado la crianza de cuyes con una visión empresarial. De manera especial a las compañeras promotoras y productoras que participaron en los talleres de sistematización, Carmen Villacrés, Luzmila Tisalema, Manuela Inguillay, Luz María Andino, Petrona Cepeda, Petrona Llaglla, Pretrona Tisalema, Dolores Naranjo, Elena Chimbolema, Balvina de Lourdes Espín, Carmen Yanzapanta, Delfina Guamán, José Manuel Guayllas, Juana Vendoval, Lida Azubadin, María Carmen Yansapanta, María Llaglla, María Chirau, María Francisca Chimbolema, María Petrona Jinde, María Rosario Quinatoa, María Secaira, María Vendoval Llagsha, Zoila Fabiola Yanqui.

Además, impulsamos a seguir trabajando con el compromiso y la entrega de siempre al equipo técnico que ha acompañado este proceso en sus diferentes etapas como son: Emma Gutierrez, Cecilia Viteri, Patricia Yaselga, Silvia Hidalgo, Karina Jiménez, Juan Carlos García, Agustín Medranda, Santiago Romo, Francisco Valladares, Rómulo Falconí, Hipatia Hinojosa, Robert Díaz, Patricia Sánchez.

Finalmente queremos agradecer el esfuerzo y el apoyo brindado por parte de Galo Ramón Valarezo de COMUNIDEC, quien diseñó e impulsó este trabajo. Esperamos aportar en el proceso de generación de propuestas productivas que permitan la generación de empleo e ingreso y el fortalecimiento de los valores culturales y organizativos.



el cuy: de la tradición a la microempresa



inter
cooperation

Ministerio de Recursos Naturales
Economía Rural
Gobernanza Local y Sociedad Civil