

**EVALUACIÓN DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS QUE
ELABORAN SUBPRODUCTOS DERIVADOS DE LA HOJA DE COCA.
CASO DE ESTUDIO EMPRESA COCA NASA**

**CAROL MAYERLY VALENZUELA NAVARRO
HÉCTOR ARIEL ARGÜELLO RINCON
MARCELA ORTIZ CASTRO**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2013**

**EVALUACIÓN DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS QUE
ELABORAN SUBPRODUCTOS DERIVADOS DE LA HOJA DE COCA.
CASO DE ESTUDIO EMPRESA COCA NASA**

**CAROL MAYERLY VALENZUELA NAVARRO
HÉCTOR ARIEL ARGÜELLO RINCON
MARCELA ORTIZ CASTRO**

**Trabajo de Grado para optar al título de
Especialistas en Administración de Empresas**

Director

**CARLOS ALBERTO GONZÁLEZ CAMARGO
Ingeniero Civil, Msc, Ph.D.**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2013**

AGRADECIMIENTOS

De manera atenta expresamos nuestros agradecimientos:

Al Doctor Jorge Eduardo Corrales Leal, Decano Facultad de Ciencias Administrativas.

Al Doctor Luis Ballestas Rincón, Director de la Especialización en Administración de Empresas.

Al Doctor Carlos Alberto González Camargo, Director del trabajo de grado y profesor del módulo de trabajo investigativo.

A la Doctora María Teresa Ramírez y el Doctor Edgar Guillermo Riveros Luque, integrantes del grupo de investigación Competir, reconocido por COLCIENCIAS, Docentes de la Especialización en Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Los Libertadores, por darnos a conocer y facilitarlos la herramienta MIGSA.

A los Empresarios Fabiola Piñacue Achicue y David Curtidor Argüello

A la Fundación Universitaria Los Libertadores.

A todas las demás personas que de una u otra manera colaboraron en la realización del presente trabajo y que involuntariamente hemos omitido, les damos nuestros sinceros agradecimientos; ya que sin sus ideas y ayuda, este trabajo nunca se hubiera realizado.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
1 INFORMACION PRELIMINAR	11
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1.1 Descripción del área problemática	11
1.1.2 Formulación del Problema	14
1.1.3 Antecedentes	15
1.2 JUSTIFICACIÓN	19
1.3 OBJETIVOS	20
1.3.1 Objetivo General	20
1.3.2 Objetivos Específicos	20
1.4 METODOLOGÍA	21
1.4.1 Identificar los productos derivados de la hoja de coca con mayor comercialización como un índice de competitividad en el mercado local.	21
1.4.2 Determinar la competitividad y el nivel de innovación de los productos elaborados a base de la hoja de coca en la empresa coca nasa en comparación con otros productores de la región andina.	21
1.4.3 Identificar posibles mercados estratégicos para los productos derivados de la hoja de coca.	22
2. MARCO DE REFERENCIA TEORICO	23
2.1 Aspectos Culturales a nivel global y de la región Andina en la utilización de la hoja de coca.	23
2.2 Reconocimiento, aceptación y legalización de la utilización de la hoja de coca en la Región Andina.	24
2.2.1 Cronología del Caso Coca Nasa	39
2.3 Características científicas de la hoja de coca	41
2.3.1 Componentes de la Hoja de Coca	43
2.3.2 Investigaciones sobre los beneficios de la utilización de la hoja de coca y sus características nutricionales	44
2.4 Productos que se pueden obtener de la hoja de coca	46

2.5	Hectáreas sembradas con hoja de coca en Colombia y a nivel regional en la última década.	48
2.6	La globalización y la internalización de las empresas	50
2.7	Responsabilidad Social como factor de competitividad empresarial (R.S.E)	53
2.8	Estrategia competitiva	56
2.8.1	La Competitividad según Michael Porter	58
3.	RESULTADOS DE LA EVALUACION DE COMPETITIVIDAD	60
3.1	Identificar los productos derivados de la hoja de coca con mayor comercialización como un índice de competitividad en el mercado local.	60
3.2	Determinar la competitividad y el nivel de innovación de los productos elaborados a base de la hoja de coca en la empresa coca nasa en comparación con otros productores de la región andina.	72
3.3	Identificar posibles mercados estratégicos para los productos derivados de la hoja de coca.	85
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
5.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	95
6.	ANEXOS	100

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Componentes de la Hoja de Coca	43
Tabla 2. Cultivo de Coca por Departamento en Colombia 2006-2012 (Hectáreas)	49
Tabla 3. Productos más Comunes Encontrados en el Mercado del Área de Estudio (Chapinero, Suba, Candelaria) Elaborados con Hoja De Coca y su Origen	72
Tabla 4. Ficha de Caracterización Empresa Coca Nasa	74
Tabla 5. Tabla de Valores de Gestión de Calidad	77
Tabla 6. Tabla de Valores Gestión con la Comunidad	78
Tabla 7. Tabla de Valores Gestión de Mercadeo	81

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Productos a Base de Hoja de Coca más Comercializados	60
Gráfico 2. Otros Productos Elaborados con Hoja de Coca que son Comercializados	61
Gráfico 3. Disposición a Comercializar productos elaborados con Hoja de Coca por parte de quienes actualmente no la comercializan.	61
Gráfico 4. Razones por las cuales los encuestados no comercializan productos elaborados con hoja de coca.	62
Gráfico 5. Disposición por parte de los encuestados para indicar, cuál o cuáles son sus proveedores.	63
Gráfico 6. Principales proveedores y/o marcas de productos elaborados con hoja de coca.	63
Gráfico 7. Forma en que la población encuestada conoció los productos.	64
Gráfico 8. Otros medios a través de los cuáles los encuestados conocieron los productos elaborados con hoja de coca.	65
Gráfico 9. Verificación de los requisitos sanitarios para la comercialización de los productos elaborados con hoja de coca.	65
Gráfico 10. Acompañamiento de los proveedores a los comercializadores de los productos elaborados con hoja de coca.	66
Gráfico 11. Población que comercializa productos elaborados con hoja de coca que participan en actividades programadas por los proveedores.	67
Gráfico 12. Porcentaje de Clientes que compran productos elaborados con hoja de coca de la población encuestada.	67
Gráfico 13. Motivos por los cuales la población encuestada considera que sus clientes compran productos elaborados con hoja de coca.	68

Gráfico 14. Promedio de edad de las personas que compran productos elaborados con hoja de coca.	69
Gráfico 15. Conocimiento y compra de productos elaborados con hoja de coca, discriminados por género.	69
Gráfico 16. Productos considerados como competencia de los elaborados con hoja de coca, dentro de la población de estudio.	70
Gráfico 17. Potencial para la comercialización de productos elaborados con hoja de coca en almacenes de cadena, acorde a la consideración de la población de estudio.	71
Gráfico 18. Comparativo por localidad de comercialización de productos elaborados con hoja de coca.	71
Gráfico 19. Gestión de Calidad	77
Gráfico 20. Gestión con la Comunidad	78
Gráfico 21. Gestión de Mercadeo	81
Gráfico 22. Resultado promedio de la medición de competitividad.	84

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA	101
ANEXO 2. CIRCULAR INVIMA	103
ANEXO 3. PERMISO INVIMA	104
ANEXO 4. RESOLUCIÓN 001 DE 2005 DEL ACIJT, DIARIO OFICIAL	105
ANEXO 5. SOPORTE FOTOGRÁFICO VISITA EMPRESA COCA NASA	106

INTRODUCCIÓN

La hoja de coca es utilizada para la elaboración de diferentes productos dentro de la industria legal como una opción para mejorar el desarrollo económico y al mismo tiempo la conservación de las costumbres de las comunidades indígenas del país; respaldadas estas últimas por normatividad internacional como el convenio 169 de 1989 sobre pueblos indígenas tribales de la Organización Internacional del Trabajo OIT y el numeral 2º del artículo 14 de la ley 67 de 1993 de la Convención de las Naciones Unidas, que hablan sobre el respeto a los usos tradicionales lícitos de la hoja de coca que estén soportados por la **evidencia histórica** y que puedan ser incluidos dentro del concepto de patrimonio cultural inmaterial; adicionalmente, teniendo en cuenta el marco de transformación de la legalidad de los cultivos de la hoja de coca en la región y a su vez el impacto social y ambiental de la elaboración de productos ilícitos a partir de la misma, vislumbramos el fomento a la industria de los alimentos y bebidas elaborados con la hoja de coca como una actividad económica viable y diferenciada del cultivo destinado al proceso de alcaloides.

Es así, como apoyados en el caso de la empresa Coca Nasa del resguardo de la comunidad nasa del departamento del Cauca, consideramos importante evaluar el nivel de competitividad de las empresas que elaboran subproductos derivados de la hoja de coca, con el fin de establecer el impacto socio económico de dichas empresas, su situación actual desde el reconocimiento de los derechos como organización de etnias indígenas, su diferenciación en el mercado, los posibles mercados estratégicos, el valor agregado de sus productos y su nivel de aceptación.

Adicionalmente, consideramos importante resaltar que para el desarrollo de esta investigación, tomamos como referente el trabajo “el caso coca nasa, análisis jurídico de la política del estado colombiano en materia de comercialización de alimentos y bebidas derivados de hoja de coca producidos por comunidades indígenas” del Grupo de investigación “Justicia y Conflicto” de la Escuela de Derecho de la Universidad EAFIT.

Por último con esta información y la planteada en la metodología descrita en este documento, se buscó a través de la revisión bibliográfica, la aplicación de encuestas y el trabajo de campo, conseguir los objetivos aquí planteados y hacer un aporte a nuevas investigaciones referentes al tema.

1. INFORMACION PRELIMINAR

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA PROBLEMÁTICA

“Colombia es un Estado multicultural y pluriétnico conformado por pueblos indígenas, comunidades afrodescendientes diferenciadas, población gitana y una población mestiza diversa según la región de origen.

En desarrollo del principio de reconocimiento y respeto de la diversidad, la Constitución Política de 1991 y la legislación colombiana, en el marco del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), reconoce derechos especiales a los pueblos indígenas, afrocolombianos, raizales y gitanos, como son el derecho al territorio y a los recursos naturales localizados en éste, a la autoidentificación, a la autonomía, a la identidad cultural, a sus formas propias de gobierno y a ser consultados acerca de las decisiones legislativas y administrativas que puedan afectarlos.

En este orden de ideas, el territorio nacional alberga a 90 pueblos indígenas, ubicados en 638 resguardos, correspondientes a una superficie de 30,8 millones de hectáreas, localizados en la mayoría de los departamentos. Estos territorios son reconocidos por la Constitución Política como entidades territoriales, en los que sus autoridades (mayores, gobernadores y cabildos) ejercen funciones de autogobierno conforme a sus usos y costumbres (Constitución Política de 1991, artículos 7, 286, 287 y 330).¹

Para las comunidades indígenas del país, la hoja de coca es considerada, en su estado natural como un alimento, medicamento y elemento sagrado para la realización de rituales; dicha posición es defendida por las más importantes organizaciones indígenas nacionales como la ONIC, CRIC, AICO, ACIN y OIA, las cuales consideran que el consumo de la hoja de coca a través del masticado de la misma conocido como “chajcheo” en el Perú, “mameo” en Colombia, “coqueo” en el Norte de la Argentina o “pijcheo” en Bolivia y la elaboración de otros productos, principalmente alimenticios, contribuyen al desarrollo de sus comunidades.

¹ WALSH, John - Coordinador de Programas Andes y Política narcótica – WOLA; Gimena, SÁNCHEZ-Garzoli Coordinadora de Programas Colombia y Haití – WOLA; Yamile, SALINAS Abdala - Asesora – Indepaz. La aspersion aérea de cultivos de uso ilícito en Colombia una estrategia fallida; Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos

Por lo anterior, cabe resaltar los proyectos de elaboración de productos derivados de la hoja de coca como el proyecto Coca Nasa, una pequeña industria que nace en el año de 1999, en la región de Tierradentro en el Cauca, en un resguardo de la comunidad nasa (paez), una cooperativa, dedicada a la producción y comercialización de productos, tales como aromáticas “Nasa Esh’s”, una bebida gaseosa llamada “Coca Sek” y galletas; de igual forma los productos fabricados por los indígenas Pijaos del Tolima y los Yanakonas del Huila, productores del té y la aromática Kokasana proyectos liderados por la Fundación Sol y Serpiente de América, financiados por la ONG alemana “Tierra de Hombres” quienes destacan que estos productos respetan la riqueza cultural de las comunidades indígenas y tienen efectos benéficos para la salud, ya que combaten la migraña, el cansancio, los cólicos y regulan el sistema digestivo sirviendo como adelgazante.

Sin embargo actualmente la situación de legalidad de estos productos se encuentra en un “limbo jurídico”, ya que por un lado está el reconocimiento de las costumbres indígenas por parte de entes internacionales como la OIT y la ONU, y la misma Constitución Política de 1991, que reconoce la existencia de la coca como parte del legado natural, cultural y religioso de las comunidades indígenas y en sus art. 246 y art. 330 que otorga Las facultades de jurisdicción especial y encomienda funciones de autogobierno a los consejos indígenas para promover sus usos y costumbres, y por el otro están las políticas de lucha contra el narcotráfico, que señalan los cultivos de coca como cultivos ilícitos y utilizan la erradicación de los mismos como método para combatir la problemática social, dejando en el medio y quizás a un lado las costumbres de la población indígena del país y por ende dejando en entre dicho la condición de “legalidad” de los productos medicinales y alimenticios derivados de la hoja de coca.

Por otra parte “el problema, de la restricción territorial que impuso el INVIMA a estos productos, los cuales, según esta entidad, sólo pueden ser comercializados en territorios indígenas”², emitida dicha restricción sin la consulta previa avalada por el convenio 169 de la OIT, lo acentúa aún más la problemática de legalidad de los productos y la falta de respeto a la cultura indígena por el desconocimiento de la autonomía de dichos pueblos.

Adicionalmente, es necesario analizar las características del mercado de productos naturistas, “el tamaño de mercado de este tipo de productos es muy difícil de cuantificar dado el gran número de productos que lo componen, pero sobre todo porque es un sector que se caracteriza por la elevada presencia de pequeños locales que fabrican este tipo de productos de una manera informal produciendo sin autorización de los organismos competentes (como el INVIMA) y sacando al mercado productos sin el registro sanitario exigido. La causa de la elevada presencia de empresas informales en el sector se debe a que el gobierno

² “El caso coca nasa, Análisis jurídico de la política del estado colombiano en materia de comercialización de alimentos y bebidas derivados de hoja de coca producidos por comunidades indígenas” del Grupo de investigación “Justicia y Conflicto” Escuela de Derecho de la Universidad EAFIT.

no ha ofrecido unas reglas del juego claras y concisas en lo referente a la legislación de este tipo de productos.”³

“Actualmente en Colombia hay 35 laboratorios naturistas dedicados a crear suplementos dietarios y productos fitoterapéuticos elaborados con plantas medicinales. A estos, se suman 40 laboratorios homeopáticos.

Según la Asociación de Naturistas de Colombia, **ASONATURA**, existen unas 5.000 variedades de productos en el mercado nacional, entre los que se encuentran también esencias florales, minerales, vitaminas, complementos, etc.

No obstante, de las 6.000 plantas identificadas como beneficiosas para la salud en Colombia, sólo 20 están aprobadas por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA. Según ASONATURA, conseguir los registros es muy costoso y es uno de los problemas que frena el crecimiento del sector, por eso, están esperando del Gobierno una nueva regulación que les dé más flexibilidad para conseguir los registros y que no los pongan al mismo nivel de los farmacéuticos, que tienen un mercado más desarrollado.”⁴

"Se estima también, que el sector genera aproximadamente 100 mil empleos directos entre laboratorios, comercializadores, tiendas naturistas, farmacias homeopáticas, farmacias, droguerías y almacenes de grandes superficies.

ASONATURA cuantifica la presencia en Colombia de 9.200 tiendas naturistas, 25 laboratorios de productos fitoterapéuticos con licencia Invima, 40 laboratorios de medicamentos homeopáticos, 100 procesadoras de alimentos integrales y dietéticos y cerca de 300 compañías distribuidoras en todo el país.”⁵

Por último según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas (CIIU), acorde a su cuarta versión actualizada por el DANE para Colombia, la cual es utilizada por Cámara de Comercio para generar informes acorde a las actividades empresariales; se tiene la clasificación No. 4773 denominada como Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados, la cual incluye: El comercio al por menor de productos farmacéuticos, medicinales, botánicos, homeopáticos, ortopédicos, ortésicos y protésicos, y artículos de perfumería y cosméticos, el comercio al por menor de productos farmacéuticos veterinarios y las actividades de las tiendas naturistas; y según el informe para el período 2012/2013, de este sector se tienen en Bogotá

³ El sector de Productos Naturales en Colombia. Informe realizado por la oficina económica y comercial de la Embajada de España en Colombia, Febrero 2005

⁴ Mercado Naturista, en Vía de Expansión, disponible

en:<http://historico.elpais.com.co/paisonline/calionline/notas/Septiembre282009/eco3.html>

⁵ OCHOA, Ismael Fernando. Colombia un Futuro Prometedor en Biocomercio, disponible en:<http://www.asonatura.com/files/COLOMBIA%20Y%20EL%20BIOCOMERCIO.pdf>

5.587 empresas, de las cuales 5.300 son microempresas, 228 son pequeñas empresas, 51 son medianas y 8 son grandes empresas. Así mismo, para el estudio planteado en el presente trabajo se escogieron tres localidades de Bogotá: Suba, Candelaria y Chapinero, en las que se concentran 915 de las empresas pertenecientes a la clasificación descrita anteriormente, de las cuales son microempresas 816, pequeñas empresas 74, medianas Empresas 21 y grandes empresas 4.

Así mismo, dentro de este gran total en la localidad de Chapinero se encuentran ubicadas 200 microempresas, en Suba 593 y en Candelaria 23.⁶

1.1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué nivel de competitividad tienen las empresas que elaboran subproductos derivados de la hoja de coca en Colombia, enfocados en los aspectos de innovación, impacto socio-económico y de mercados estratégicos?

⁶Investigación Directa en Cámara de Comercio de Bogotá. Oficina Asesora Especializada de Información Empresarial. 04/10/2013 y 09/10/13.

1.1.3 ANTECEDENTES

“Múltiples investigaciones hacen referencia a los usos de coca entre indígenas, mestizos y blancos. Según Anthony Henman, el uso de esta planta en los Andes puede rastrearse hasta el año 3000 A.C. El mismo uso fue reportado por los españoles desde los primeros tiempos de la colonia, al describir el empleo de coca entre los indígenas de los Andes, desde el Alto Perú hasta nuestro país, alcanzando tal práctica la altiplanicie central que ocupaban los pueblos de lengua chibcha.

Esta costumbre fue alentada por los colonizadores, puesto que volvía más eficiente la mano de obra indígena empleada en las minas y en la agricultura de tierras a gran altitud, en tanto la coca permite combatir el mal de alturas y paliar el hambre. De igual modo, existen amplios registros de su consumo en la Amazonía, donde pueblos como los huitoto o los tukano la utilizan con propósitos rituales y también para calmar la sensación de hambre en las largas jornadas de pesca fluvial, y evitar ir a tierra a comer, interrumpiendo la labor.

Al norte de Colombia es usada por los cuatro pueblos de la Sierra Nevada de Santa Marta, kogui, kankuamo, arhuaco y wiwa, donde es llamada “Ayu”. De estos pueblos se tiene registros de la costumbre del **mamboe**⁷ desde las cartas de Américo Vespucio en 1504; costumbre que fue luego detallada en 1787, cuando el padre Antonio Julián habló “De la celebrada planta llamada Hayo” en su libro “La perla de América, Provincia de Santa Marta”, donde vislumbra como promisorio para el Imperio Español la comercialización de la hoja de coca, que le permitiría competir con el té o el café, para apoderarse del mercado de las bebidas estimulantes.

Para el caso particular, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) se ha encargado de dar cuenta del sentido y la génesis de ciertas prácticas. Este instituto certifica que el consumo de coca es una parte de las tradiciones religiosas de los pueblos de los Andes, la Amazonía y la Sierra Nevada. Así, entre comunidades de los Andes colombianos, como los nasa y los guambiano, que habitan principalmente en el departamento del Cauca, la hoja de Coca (“Esh” en lengua nasa) es utilizada por sus médicos tradicionales (llamados “Thé Wala”) como ingrediente de sus recetas homeopáticas, pues sirve de calmante para ciertos dolores estomacales. Señala este instituto que en la Costa Atlántica se le utiliza como complemento nutricional de los neonatos con déficit de leche materna y que las hojas de coca son usadas también por campesinos y personas de las ciudades. De igual modo, se ha dicho que uno de los principales usos que le han

⁷ El mamboe es una forma de consumir la hoja de coca en un recipiente llamado “poporo”, el cual es una pequeña totuma en la que se mezcla la hoja de coca con algún producto calizo como polvo de conchas marinas.

dado los pueblos andinos ha sido como fórmula para combatir el mal de alturas y soportar el trabajo en esas condiciones.”⁸

“Los Makús, del río Negro de Brasil, en este siglo XXI, sabemos que tienen amplios cultivos de coca, cuyas hojas son aprovechadas en la alimentación. Para esto pulverizan las hojas secas de coca con la ceniza de las hojas verdes del banano, que lo van mezclando hasta obtener un polvo muy fino, listo para el uso. El polvo es mezclado posteriormente con fariña o tapioca, en un plato que es consumido diariamente por los miembros de esta etnia (Prance, 1972b: 7-27).

“Los indígenas, especialmente los que habitan el Sur de Colombia, no usa la coca como medicamento, sino más bien como estimulante o alimento de ahorro”, masticándola o mejor “mambeando” las hojas en forma de polvo, con el objeto de soportar la abstinencia de alimentos, porque calma la fatiga y no da deseos de comer, pero no solamente emplean la coca en los viajes, o cuando van a cazar, es ya costumbre entre los indios “mambear” la coca casi a toda hora...” (García, 1975: 22 T 2)

Entre los Witotos , distribuidos entre los ríos Putumayo y Caquetá, “la coca se pila y tuesta. El polvo cernido se mezcla con ceniza de yarumo u hoja de uva de monte. El producto se engulle (o mambea) y se disuelve paulatinamente formando abultadas pelotas en las dos mejillas. Todo hombre posee su recipiente de coca y lo intercambia con sus interlocutores” (Pineda, 1987:155)

Los indígenas Makunas, Taiwanos, Tukanos de la amazonía colombiana, preparan la harina de coca, haciendo secar las hojas en unos platos de barro calientes para luego molerlas hasta reducirlas a polvo, que es mezclado con las cenizas de las hojas de una planta llamada yarumo (*Cecropia discolor*) que reemplaza a la cal durante el “mambeo”, dicha harina dice Perez Arbelaez (1947:323) se chupa y masca en todo instante durante el trabajo.

En el Perú, las comunidades nativas, del departamento de Loreto, cultivan la coca y la mascan para soportar las fatigas de las marchas (Coriat, 1043: 110). Los Catongos y Camáticos, cultivan la coca, mascándola y mezclándola con la corteza del chamiro y una pasta de ceniza de plantas muy alcalinas; la añaden también cal ” Así mismo, Witotos, de la margen derecha del río Putumayo, según Villarejo (1979:111), la “tuestan y la reducen a polvo y la mastican conjuntamente con el tabaco crudo...” Los Ticuna, cultivan la coca como alimento y para sus ritos (Acosta, 1999). Los Amueshas, Campas, Ashánings, ubicados en las márgenes

⁸ “El caso coca nasa, Análisis jurídico de la política del estado colombiano en materia de comercialización de alimentos y bebidas derivados de hoja de coca producidos por comunidades indígenas” del Grupo de investigación “Justicia y Conflicto” Escuela de Derecho de la Universidad EAFIT.

del río Ucayali, cultivan coca para su alimentación (Plan Regional del Ucayali (2004)).”⁹

Por otra parte “la primera descripción científica de la hoja de coca se hace en 1750, cuando el botanista francés Joseph de Jussieu vuelve de América del Sur. Pero será de esperar el año 1863 para que un químico de Córcega llamado Angelo Mariani deje los patentes de varios productos de su composición, de las pastillas de coca al té de coca, sin olvidar el vino con extractos de coca cuya propaganda destaca las propiedades energizantes y que se vuelve un gran éxito comercial. El vino Mariani y su creador pronto logra una fama tremenda en toda Europa.

Este último invento muy rápidamente está remplazado en el mercado por otra bebida. En 1886, un farmacéutico americano de la ciudad de Atlanta, John Smith Pemberton, se inspira del vino Mariani para crear una poción estimulante a base de coca y de nuez de cola (Cf. La saga des Marques, Historia, nº662). En 1892, Asa Candler, otro químico, compra los derechos y funda la Coca-Cola Company.

Unos diez años más tarde, los científicos descubren los peligros de la cocaína, uno de los alcaloides que compone la hoja de coca. A partir de entonces van a retirar el alcaloide de las hojas de coca componiendo la Coca-Cola, descocainizada.

En 1855, Friedrich Gaedcke, un científico alemán, logra aislar la cocaína contenida en la hoja de coca. Cinco años después, otro alemán, Albert Nieman, elabora la cocaína purificada tal como la conocemos ahora.”¹⁰

“Vale la pena hacer mención de la Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas, aprobada en septiembre de 2007. En su artículo 11 se consagra el derecho de los pueblos a “practicar y revitalizar sus tradiciones y costumbres culturales.

Por otro lado, el Convenio 169 de la OIT sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes de 1989 establece una especial protección a la identidad cultural de los pueblos indígenas, lo cual incluye respeto a sus costumbres y tradiciones.”¹¹

Adicionalmente, “entre los países Andinos existen varias similitudes, pero también diferencias importantes que vale la pena resaltar. En aspectos de seguridad

⁹ HURTADO FUERTES, Ciro. Malnutrición en el Perú y Países Andinos, disponible en: http://www.comunidadtawantinsuyu.org/articulos/harinadecoca_solucion.html

¹⁰ Hoja de coca - Cocaína, ¿Será lo mismo? Disponible en: <http://www.eldeber.net/coca.htm>

¹¹ El caso coca nasa, Análisis jurídico de la política del estado colombiano en materia de comercialización de alimentos y bebidas derivados de hoja de coca producidos por comunidades indígenas” del Grupo de investigación “Justicia y Conflicto” Escuela de Derecho de la Universidad EAFIT.

tenemos que en Colombia hay una situación de guerra interna extrema que hace prácticamente imposible que se puedan aplicar políticas de desarrollo alternativo o impulsar movilizaciones de los agricultores por sus derechos. No es el caso de Bolivia en donde existe un movimiento social y político desde hace más de 20 años ligado al problema de la hoja de coca. En el Perú hay un movimiento social, pero no político, de reciente creación – no más de cuatro años -, ligado a la problemática de la coca y dirigido principalmente por mujeres.

En cuanto al comercio legal de la hoja de coca, en Bolivia es respetado y está permitido a través de la Asociación de Productores de Coca (ADEPCOCA) en los Yungas de La Paz y otras empresas privadas, así como a través de los mercados primarios de Sacaba en Cochabamba. Este comercio es para abastecer a aproximadamente 1.5 millones de consumidores tradicionales de hoja de coca que tiene ese país y quizá 500 mil adicionales en el norte de Argentina y Chile. En Colombia el consumo está prohibido, salvo entre indígenas paces, guambianos y otros que no suman más de 50 mil consumidores, aunque recientemente han surgido dos empresas pertenecientes a resguardos indígenas – Coca Nasa del resguardo Calderas y Kokasana de la Fundación Indígena Sol y Serpiente - que fabrican y comercializan bolsitas aromáticas de hoja de coca para infusiones. En el Perú, el comercio está permitido, pero a través de la ENACO, empresa privada de propiedad estatal que industrializa la coca – bolsitas filtrantes de coca con otras yerbas, además de extractos y jabones -, que distribuye una parte de la producción de coca legal para más de 3 millones de consumidores que se estima existen.”¹²

Por último, en lo referente a la empresa colombiana perteneciente a la comunidad Nasa, cabe anotar que fue creada en el año de 1999, como un proyecto para afrontar la crisis que se había producido a partir de la erupción del volcán Nevado del Huila en 1994. Para ello se fundó la sociedad Ecoca Ltda., que inició ante el INVIMA los trámites para obtener el registro sanitario necesario para comercializar los productos Coca Nasa, tales como aromáticas y galletas.

¹²CABIESES, Hugo. Complejidades de la hoja de coca y la política de drogas en los Andes. Disponible en: http://www.iidh.ed.cr/comunidades/diversidades/docs/div_enlinea/complejidades%20de%20la%20hoja%20de%20coca.htm

1.1 JUSTIFICACIÓN

Antes de la llegada de los españoles a América del Sur, nuestros pueblos indígenas que habitaban principalmente lo que hoy es Perú, Bolivia y Colombia cultivaban y consumían en forma natural “la hoja de coca”; en muchos casos fue parte de sus rituales sagrados, pero a finales del siglo XX, por uso inadecuado y muy mala interpretación se le ha castigado y rechazado.

La investigación sobre los diferentes usos que puede tener la hoja de coca en una industria legal, sumado al trabajo de campo con representantes de etnias indígenas y el caso particular del pueblo Nasa que realizan campañas para la aceptación y legalización de la hoja de coca, permite ahondar sobre qué subproductos elaboran con ella, cómo los comercializan y cómo ha sido el proceso de legalización y reconocimiento de sus derechos frente al estado.

Adicionalmente mediante un estudio del mercado actual en el cual se distribuyen estos subproductos, se puede evidenciar el nivel de aceptación que estos tienen en los compradores potenciales y el impacto socio cultural en dicha población.

Por último, se pretende obtener de manera puntual una recopilación de información actualizada, vigente y concreta de las empresas que se dedican a la elaboración y comercialización de estos productos, que nos permitan definirlos y al mismo tiempo identificar los retos y la situación a la que se enfrentan las mismas desde el ámbito económico y socio-político para su proyección al mercado nacional e internacional y adicionalmente establecer qué se está realizando en materia de innovación tanto en los productos como en las diferentes eslabones de la cadena productiva y de esta forma identificar qué las hace o las puede hacer competitivas.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Evaluar el nivel de competitividad de la empresa COCA NASA dedicada a la elaboración de los subproductos derivados de la hoja de coca.

1.3.2 Objetivos Específicos

1.3.2.1 Identificar los productos derivados de la hoja de coca con mayor comercialización como un índice de competitividad en el mercado local

1.3.2.2 Determinar la competitividad y el nivel de innovación de los productos elaborados a base de la hoja de coca en la empresa COCA NASA en comparación con otros productores de la región andina.

1.3.3.3 Identificar posibles mercados estratégicos para los productos derivados de la hoja de coca.

1.4 METODOLOGÍA

1.4.1 IDENTIFICAR LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA HOJA DE COCA CON MAYOR COMERCIALIZACIÓN COMO UN INDICE DE COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO LOCAL.

Para el cumplimiento de este objetivo se realizó un estudio piloto (trabajo de campo) del nivel de aceptación de estos productos en tres localidades de Bogotá a las cuales el grupo de trabajo tiene acceso (Suba, Candelaria y Chapinero), para la cual se utilizó como instrumento de medición una encuesta (**ANEXO 1**), manejando como población de estudio los diferentes locales comerciales de productos naturistas de dichas zonas.

Para tal fin se calculó el tamaño de la muestra mediante un muestreo aleatorio simple, asumiendo varianza máxima, con un error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Los datos arrojados por la encuesta se analizaron con técnicas de estadística descriptiva como distribuciones porcentuales.

1.4.2 DETERMINAR LA COMPETITIVIDAD Y EL NIVEL DE INNOVACIÓN DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE LA HOJA DE COCA EN LA EMPRESA COCA NASA EN COMPARACIÓN CON OTROS PRODUCTORES DE LA REGIÓN ANDINA

Inicialmente se realizó una investigación sobre los productos que actualmente se elaboran a base de hoja de coca en Colombia y en la región Andina y que son comercializados, para lo cual se obtuvo la información a través de revisión bibliográfica y de estudios actuales a nivel de gobierno, organizaciones internacionales y ong's.

Adicionalmente, se realizó un trabajo de campo, a través de la visita a la empresa **COCA NASA**, productora de este tipo de subproductos, con el fin de establecer cómo se han posicionado en el mercado, cómo lograron la legalidad de sus productos, qué tropiezos e impedimentos han tenido, actualmente que están haciendo para ampliar su mercado y si se encuentra realizando desarrollo de nuevos productos y sus proyecciones.

Apoiados en una revisión bibliográfica previa del estudio de la medición de competitividad en las empresas y teniendo en cuenta el caso de la empresa **COCA NASA**; se midió la competitividad en el entorno, basados en cuatro tópicos considerados como los de mayor relevancia para el caso de estudio:

1. Liderazgo de precio
2. Diferenciación
3. Responsabilidad social empresarial
4. Valor agregado: desde la calidad de los procesos y productos y el posicionamiento de la marca en el mercado.

Para esto se utilizaron dos instrumentos: en primera instancia se usaron algunos de los datos obtenidos de los resultados del instrumento de medición aplicado a la población de tiendas naturistas de las zonas Suba, Candelaria y Chapinero, descritas en el objetivo número uno; con el fin de establecer el liderazgo de precio de los productos, su diferenciación y el posicionamiento de la marca. Adicionalmente, se utilizó el Modelo de Indicadores de Gestión Sostenible y Asociatividad (**MIGSA**) dado a conocer durante el desarrollo del módulo “Entorno y Competitividad de las Empresas”, por el Dr. Edgar Riveros Luque y la Dra. María Teresa Ramírez, integrantes del grupo de investigación Competir, reconocido por COLCIENCIAS, (docentes de la Fundación Universitaria Los Libertadores), el cual permitió evaluar la estructura de la empresa desde la Gestión de Mercadeo, el valor agregado desde la Gestión de Calidad de los productos y procesos y la Responsabilidad social empresarial desde la Gestión con la Comunidad.

Lo anterior con el fin de obtener datos cuantitativos del nivel de competitividad en los cuatro aspectos anteriormente descritos.

1.4.3 IDENTIFICAR POSIBLES MERCADOS ESTRATÉGICOS PARA LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA HOJA DE COCA.

Teniendo en cuenta información obtenida de la encuesta, el trabajo de campo, y la revisión bibliográfica, se pudo llegar a obtener la siguiente información:

Qué organizaciones de tipo gubernamental y privado, nacionales o internacionales, están apoyando las empresas que se dedican a la elaboración de productos a base de la hoja de coca a ampliar sus mercados y a la aceptación de sus productos.

Qué proyección tienen estos productos para competir con otros, en el mercado internacional y cuál sería el nicho de mercado que se podría explorar.

2. MARCO DE REFERENCIA TEORICO

2.1 Aspectos Culturales a nivel global y de la región Andina en la utilización de la hoja de coca.

“Múltiples investigaciones hacen referencia a los usos de coca entre indígenas, mestizos y blancos. Según Anthony Henman, el uso de esta planta en los Andes puede rastrearse hasta el año 3000 A.C. El mismo uso fue reportado por los españoles desde los primeros tiempos de la colonia, al describir el empleo de coca entre los indígenas de los Andes, desde el Alto Perú hasta nuestro país, alcanzando tal práctica la altiplanicie central que ocupaban los pueblos de lengua chibcha.

Esta costumbre fue alentada por los colonizadores, puesto que volvía más eficiente la mano de obra indígena empleada en las minas y en la agricultura de tierras a gran altitud, en tanto la coca permite combatir el mal de alturas y paliar el hambre. De igual modo, existen amplios registros de su consumo en la Amazonía, donde pueblos como los huitoto o los tukano la utilizan con propósitos rituales y también para calmar la sensación de hambre en las largas jornadas de pesca fluvial, y evitar ir a tierra a comer, interrumpiendo la labor.

Para el caso particular, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia -ICANH - se ha encargado de dar cuenta del sentido y la génesis de ciertas prácticas. Este instituto certifica que el consumo de coca es una parte de las tradiciones religiosas de los pueblos de los Andes, la Amazonía y la Sierra Nevada.

Señala este instituto que en la Costa Atlántica se le utiliza como complemento nutricional de los neonatos con déficit de leche materna y que las hojas de coca son usadas también por campesinos y personas de las ciudades.

Al norte de Colombia es usada por los cuatro pueblos de la Sierra Nevada de Santa Marta, kogui, kankuamo, arhuaco y wiwa, donde es llamada “Ayu”. De estos pueblos se tiene registros de la costumbre del mambeo desde las cartas de Américo Vespucio en 1504; costumbre que fue luego detallada en 1787, cuando el padre Antonio Julián habló “De la celebrada planta llamada Hayo” en su libro “La perla de América, Provincia de Santa Marta”, donde vislumbra como promisorio para el Imperio Español la comercialización de la hoja de coca, que le permitiría competir con el té o el café, para apoderarse del mercado de las bebidas estimulantes. Y no es éste el único caso en el cual la población blanca se ha involucrado con el consumo de coca, pues se dice que algunos monjes y misioneros en los Andes adoptaron la costumbre de beber infusiones de coca, lo cual pasó a ser una práctica de la población criolla, que acostumbraba tener en

sus casonas coloniales algún arbusto de dicha planta para preparar una bebida calmante en caso de afecciones estomacales o dolor de muela. Así mismo, al otro lado del Atlántico hubo importantes espacios para el consumo de coca en el siglo XIX, como en el caso del Vino Mariani, un aperitivo y estimulante francés, mezcla de Bourdeaux y jugo de coca.

Así, entre comunidades de los Andes colombianos, como los nasa y los guambiano, que habitan principalmente en el departamento del Cauca, la hoja de Coca (“Esh” en lengua nasa) es utilizada por sus médicos tradicionales (llamados “Thé Wala”) como ingrediente de sus recetas homeopáticas, pues sirve de calmante para ciertos dolores estomacales.”¹³

“En cuanto a la coca en Colombia, Luís Duque (1945) indica que era una costumbre arraigada en la región de Cauca y Huila lugares en los que llamaban “Mambeo” al acto de masticar coca. Este mismo autor cita a Fray Pedro Simón quien decía que los Chibchas mascaban “Hayo”, nombre que daban a la coca. Jorge Bejarano (1945) cuenta el modo de preparar la cal que se obtenía de la cocción de una piedra caliza. Estas piedras quemadas en piras, como si fuesen ladrillos eran colocadas después en una canoa que contenía agua de panela que las disolvía. A este líquido le agregaban ceniza, que le daba consistencia, y también ají machacado (Capsicum). Una vez hecha la pasta se cortaba en pequeños bloques que se envolvían en hojas de plátano verde y se enterraban por varios días *‘para que el calor de la tierra haga bueno el mambe’*. Este método para preparar la cal necesaria para saborear la coca, muestra un método muy distinto del empleado en el área andina”.

En la historia de los pueblos andinos, esta planta ha tenido distintos usos algunos de los cuales aún perduran en las sociedades actuales, en especial entre los habitantes de los Andes. Podríamos decir que la coca – considerada una planta sagrada-, al igual que la papa, la quinua, el maíz, el zapallo y otras plantas nativas de nuestro continente, todas de gran valor económico, alimenticio y simbólico forman parte importante de la historia y la cultura de los pueblos americanos, a punto tal que se han constituido en un verdadero marcador de identidad, en especial el maíz, la papa y la coca. Su entidad para el imaginario colectivo andino es tal que han dado lugar a la creación de leyendas que explican su origen, leyendas que se transmiten entre generaciones de forma oral y han llegado hasta nuestros días.

Existen varias versiones de la leyenda de origen de la coca; sin embargo nosotros creemos oportuno transcribir la más antigua que data del siglo

¹³ El caso coca nasa, Análisis jurídico de la política del estado colombiano en materia de comercialización de alimentos y bebidas derivados de hoja de coca producidos por comunidades indígenas” del Grupo de investigación “Justicia y Conflicto” Escuela de Derecho de la Universidad EAFIT.

XVI y que es la que Levillier da a conocer en su obra Don Francisco de Toledo (T. 2, p. 172) (en Rorstworowski, 1973: 199) cuyo texto es el siguiente: *“Sobre el origen de la coca contaban los indios del Cuzco la leyenda siguiente: (antes que) estuviese como ahora está en árboles, era mujer muy hermosa y que por ser mala de su cuerpo la mataron y la partieron por medio y la sembraron, y de ella había nacido un árbol, al cual llamaron /ma/macoca (sic) y cocamama y desde allí la comenzaron a comer, y que se decía que la traían en una bolsa, y que esta no se podía abrir para comerla si no era después de haber tenido cópula con mujer, en memoria de aquella, y que muchas pallas ha habido y hay que por esta causa se llamaron coca, y que esto lo oyeron decir a sus pasados los cuales contaban esta fábula y decían que era el origen de la dicha coca”*.

Uso Ceremonial

Todos los diferentes usos de la coca están muy relacionados entre si y tienen que ver con la estima en que se tenía la planta de la coca por lo que estaba presente en la mayor parte de las ceremonias, así de las hechicerías como de los sortilegios y agüeros.

Los Cronistas coinciden en que los monarcas, al menos durante el incanato, no permitieron el uso masivo de la coca, sino que estaba reservada para el culto a las huacas y en ocasiones para ofrecerla como presente a determinados individuos por sus buenos servicios. Esto se patentiza en varias narraciones como la de Betanzos (1992:104-105) cuando describe la repartija de los despojos que hizo el Inca Yupanqui después de la batalla de Uscovilca.

Uso Medicinal

De la lectura de las diferentes Crónicas de la Conquista de América se puede extraer un verdadero arsenal terapéutico. Está integrado por las más diversas plantas y hierbas, cuyas semillas, vástagos, hojas, flores, raíces y tallos se utilizaban en el tratamiento y cura de las más diversas enfermedades y padecimientos de los nativos.

El hombre andino le reconoce sus múltiples propiedades medicinales y ha desarrollado con ella una variada práctica médica. La usa y ha usado de diversas formas, ya sea masticada, en infusión, quemada, en polvo, en emplastos; para enfermedades de la piel, traumatismos y fracturas, dolencias del aparato digestivo, sistema circulatorio, etcétera. Es una medicina popular y de bajo costo que hoy sigue vigente sobre todo en las poblaciones aborígenes y campesinas del área andina, incluido el Noroeste argentino. Pero no sólo los especialistas en el arte de curar hacían uso de las propiedades terapéuticas de la coca; también las personas mayores poseían saberes prácticos que desplegaban ante afecciones leves en

una suerte de práctica médica casera, en las que intervenía la planta que nos ocupa.

Más acá en el tiempo, podemos mencionar al investigador francés Baudin (en Palma, Torres, Santoni y Madrid, 2007:74), estudioso del Imperio Inca, quién al referirse a los indígenas peruanos actuales dijo que para ellos “la coca detiene los vómitos y las hemorragias; en forma de infusión pone fin a la diarrea y a los cólicos y su jugo seca las úlceras”.

Por su parte Oblitas Poblete (en Palma, Torres, Santoni y Madrid, 2007:75) investigador boliviano dice que “la coca quemada sienta bien en los cólicos ventosos masticando con una pequeña cantidad de bicarbonato, anís y mate de manzanilla, también en los casos de hipercloridia, acidez. Para luxaduras acostumbran aplicar cada tres horas en el lugar afectado, emplastos de coca masticada, mezclada con orín fresco, aguardiente de caña y vinagre”

Uso adivinatorio

En las sociedades campesinas actuales del Noroeste argentino donde operan los curanderos o “médicos campesinos”, tal como sucedía en el pasado prehispánico, se utiliza el “sorteo” o el “tirar la suerte” con hojas de coca para presagiar el éxito o tropiezos que puedan suceder al planificar y organizar distintos tipos de actividades tales como una fiesta, la inauguración de una nueva vivienda, la siembra de un campo, el inicio de los trabajos en la chacra, el curso de una enfermedad, el resultado de un parto y muchos otros.

Pretender un pronóstico mediante un método adivinatorio pone en evidencia que entre los campesinos y aborígenes actuales tiene plena vigencia la mentalidad mántica, por la cual se considera necesario “anticipar el conocimiento de lo fausto o infausto y, en especial modo, en la convicción que fuese necesario averiguar el lugar y el tiempo conveniente para la realización de todo acto humano” (Orta Nadal, 1967:136).

Los yatiris o curanderos, agentes sociales pertenecientes a las comunidades aymaras de Bolivia y Perú, despliegan sus sortilegios y augurios a partir de la lectura de las hojas de coca que se arrojan sobre un tari o aguayo.

Mediante esta práctica adivinatoria el yatiri, consultado acerca de un robo, puede identificar al ladrón y ubicar los objetos o bienes que han sido robados, ayudando a recuperarlos. También son consultados por problemas sentimentales, como casos de infidelidad, de abandono, conducta o intenciones de un cónyuge, por ejemplo.

Al referirse a la práctica, totalmente vigente, del sorteo por medio de hojas de coca en la Puna salto-jujeña, Bianchetti (1996, p. 72-73) relata lo siguiente.

“La coca ha sido siempre un elemento mágico con relación directa a métodos curativos o de diagnóstico. Los cronistas ya señalan esta vinculación resaltando que ‘todos los que comen coca son hechiceros que hablan con los demonios estando borrachos’ (Guaman Poma, 1980:197). Este juicio se refiere a la costumbre de mascar o Cachar hojas de coca que tienen los curanderos como acción protectora y que acompañan con la ingesta de bebidas alcohólicas, como uno de los medios para inducir el sueño mágico revelador de las circunstancias que preceden a la enfermedad, determinando por el sabor dulce o amargo la posibilidad de la cura o no de la afección...”

Dice Frisancho Pineda, médico e investigador peruano (en Palma, Torres y Santoni, 2007, p. 73) que las hojas de coca “están dotadas de un poder sobrenatural para adivinar el pasado, el presente y el futuro y por consiguiente para diagnosticar y para pronosticar las enfermedades” con lo cual refuerza el sentido adivinatorio que los pobladores actuales del mundo andino le confieren.

La coca como moneda de cambio

Entre los tantos usos de la coca, durante el período de la Conquista y seguramente durante la Colonia, podemos mencionar su valor de moneda ya que sin recurrir a ésta, con coca se podía conseguir todo aquello que no se producía y que era esencial para la vida tradicional de las sociedades andinas. También era usada para recompensar e incentivar a la participación en el trabajo comunitario cooperativo, propio de la estructura social y económica de los pueblos andinos de antes y de ahora, o también se utilizaba como parte de pago para desempeñar determinadas tareas productivas en las que la remuneración monetaria no es aceptada. Este último uso de la coca –pago por tareas realizadas- sigue plenamente vigente entre las poblaciones aborígenes y campesinas de toda la región andina, e incluso entre los aborígenes del Gran Chaco (Argentina, Bolivia y Paraguay). Hoy no se puede interpretar esta práctica, sino como un rasgo de explotación interétnica.

En la Relación general de la Villa Imperial de Potosí 1545-1585, Capoche (1969, p.160-161) indica que el mineral de plata obtenido como parte de pago del trabajo indígena era recuperado o rescatado “a coca y pan”.

...“Junto a la plaza principal de esta villa está la del metal, en el lugar más público y de mayor frecuencia de justicias y concurso de los españoles que hay en este asiento. Esta plaza tiene muchas tiendas donde se vende gran suma de coca que es la contratación y granjería de los vecinos del Cuzco; están puestos los cestos de coca a las puertas con muchas indias que los rescatan; así a metales como a plata”...

A finales del siglo XVIII, el comercio de la coca seguía vigente y está presente en los escritos de la época, momento en que Concoloncorvo (1959: 252) hace la siguiente apreciación en sus escritos:

“..independiente de los muchos zurroneos de plata que entran en la ciudad del valor de la coca, que aunque actualmente esta a precio bajo rinde muchos miles a los hacendados de la ciudad, porque hacen todos los años tres cosechas, que llaman mitas...”

Es posible que la importancia económica que la coca tenía tanto para los nativos como para los españoles sea la causa que originó disputas acerca de la propiedad de tierras en las que había plantaciones de coca, entre distintas etnias de la región, tal como lo manifiesta y lo da a conocer Rorstworowski, (1973) en sus trabajos relacionados con la coca. El caso que menciona específicamente es el de la región peruana de Quivi sobre el río Chillón, cuya propiedad era reivindicada por las etnias en disputa, aduciendo su tenencia desde tiempos antiguos. Estas disputas están plasmadas en el Juicio por tierras de coca en Quivi entre los Canta y los Chaclla, dos etnias instaladas en el valle del Chillón (AGI Justicia 413, se inició en 1550) (Rorstworowski, 1973, p. 208).

La coca como parte del ajuar funerario

La antigüedad del consumo de coca entre los grupos nativos, en sus diversos usos, se encuentra documentado no sólo en las Crónicas de la Conquista de América. También está registrada en tumbas indígenas prehispánicas donde las hojas de coca forman parte de los ajuares funerarios que acompañan al muerto, guardadas en bolsas ricamente decoradas, de acuerdo a los datos proporcionados por los estudios arqueológicos de casi toda el área andina.

También de la época incaica y hallados más o menos recientemente (1999) en nuestra provincia son los denominados Niños del Lullaillaco, importante hallazgo arqueológico producido en la cumbre del Volcán Lullaillaco a 6739 msnm. Este hallazgo incluye los cuerpos de tres niños: dos mujeres y un varón (15, 8 y 6 años de edad respectivamente) en perfecto estado de conservación. La niña de 15 años denominada “La Doncella” al momento del hallazgo tenía una hoja de coca pegada a la mejilla, además de signos de coqueo en la comisura de los labios.

Acompañaba a este fabuloso entierro un riquísimo ajuar funerario compuesto, entre otras cosas, por pequeñas estatuillas antropomorfas y zoomorfas en oro, plata y Spondylus (concha marina de la costa pacífica). Entre las figurinas de oro antropomorfas, vestida, se encuentra el “coquero” cuya particularidad es el abultamiento que tiene en una de las mejillas.

Reflexiones finales

La coca, hoy como en el pasado, sigue siendo un elemento omnipresente en la cultura andina, incluido nuestro Noroeste, donde el pensamiento mítico y mágico, el rito y el culto, son fenómenos colectivos plenamente vigentes que consolidan los lazos de identidad étnica entre los miembros de la comunidad, reforzando la solidaridad y la confianza mutuas.

Su permanencia a lo largo del tiempo nos dice del profundo arraigo de la convicción tanto a nivel de la conciencia como de la conducta de los habitantes de esta vasta región, acerca de los múltiples beneficios que el consumo personal de la coca, así como los usos comunitarios, colectivos y simbólicos tiene sobre la salud física, emocional y social. Por todo ello es que se ha constituido en un marcador de identidad en el denominado mundo andino, hoy tanto como en el pasado.

Debido a la entidad que a través del tiempo ha adquirido la hoja de coca en la vida de los pueblos centro y sudamericanos es que reproducimos una vez más las palabras de Ciro Alegría, escritor peruano, Premio Nobel de Literatura, quién en su obra *El Mundo es ancho y Ajeno*, al referirse a la coca, expresa como ninguno el significado de esta planta de la vida de los aborígenes y campesinos peruanos de la actualidad; Planta nativa de Paraguay. Es utilizada desde hacen más de 1000 años por los aborígenes del lugar, quienes la denominan en su lengua guaraní Kaa éhé que significa yerba dulce. *“La coca es buena para el hambre, para la sed, para la fatiga, para el calor, para el frío, para el dolor, para la alegría, para todo es buena. Es buena para la vida. A la coca preguntan los brujos y quién desea catipar; con la coca se obsequia a los cerros, lagunas y ríos encantados; con la coca viven los vivos, llevando coca entre las manos se van los muertos. La coca es sabia y benéfica”*¹⁴

2.2 Reconocimiento, aceptación y legalización de la utilización de la hoja de coca en la Región Andina.

El Caso Colombiano:

“De los instrumentos internacionales incorporados al derecho colombiano que aún conservan su vigencia, el más antiguo es la Convención contra el tráfico de estupefacientes de 1961, la cual emprende una lucha radical contra la producción de cannabis, arbusto de coca y adormidera, entre otras plantas. Este instrumento marca el inicio de la normatividad internacional de la segunda mitad del siglo XX, ampliando el alcance de la regulación precedente enfocada en el tráfico de opio,

¹⁴ SANTONI, Mirta E. TORRES Graciela) (LA COCA (Erythroxylum coca). Masticando su historia– Museo de Antropología de Salta, Disponible en: <http://www.antropologico.gov.ar/coca.pdf>

signando una política global que será desarrollada durante todo el resto del siglo XX. La Convención de 1961, no obstante, permite algunos usos de estas plantas en su artículo 27, cuando sea para extraer elementos saporíferos, usados en la producción de bebidas y alimentos; lo cual permitiría que Coca Cola añadiera extracto de coca a su gaseosa.

El Estatuto Nacional de Estupeficientes, expedido mediante la Ley 30 de 1986, estableció en su artículo 32 inciso 2° una pena de 4 a 10 años de prisión para quienes cultiven más de 100 arbustos de coca, y una pena de 1 a 3 años si la cantidad de plantas está entre 20 y 100, limitándose a destruir los cultivos de menos de 20 plantas. A pesar de esta regulación, el mismo Estatuto en su artículo 7° facultaba al Consejo Nacional de Estupeficientes para reglamentar lo atinente al consumo de coca por parte de las comunidades indígenas.

ARTICULO 7o. *El Consejo Nacional de Estupeficientes reglamentará los cultivos de plantas de las cuales se produzcan sustancias estupeficientes y el consumo de éstas, por parte de las poblaciones indígenas, de acuerdo con los usos y prácticas derivadas de su tradición y cultura.*

Más adelante, la Convención de las Naciones Unidas de Viena de 1988 contra el tráfico ilícito de estupeficientes y sustancias psicotrópicas, aprobada por la ley 67 de 1993, abrió una posibilidad importante para que se pudiera mantener el uso o consumo de derivados no alcaloides de algunas plantas al disponer en su artículo 14 numeral 2 que:

Cada una de las Partes adoptará medidas adecuadas para evitar el cultivo ilícito de las plantas que contengan estupeficientes o sustancias sicotrópicas, tales como las plantas de adormidera, los arbustos de coca y las plantas de cannabis, así como para erradicar aquellas que se cultiven ilícitamente en su territorio. Las medidas que se adopten deberán respetar los derechos humanos fundamentales y tendrán debidamente en cuenta los usos tradicionales lícitos, donde al respecto exista la evidencia histórica, así como la protección del medio ambiente. Así pues, se abre un espacio de legalidad a los cultivos de coca de las comunidades indígenas, aunque la disposición entraña bastantes problemas, tal y como se verá en el capítulo siguiente.

Por otro lado, el Convenio 169 de la OIT sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes de 1989 establece una especial protección a la identidad cultural de los pueblos indígenas, lo cual incluye respeto a sus costumbres y tradiciones, tal como se expresa en el artículo 2° de dicho instrumento.

Los intentos que se han hecho por legalizar la producción y consumo de hoja de coca se han quedado sólo en proyectos de ley. La primera iniciativa fue propuesta por la senadora Vivian Morales en 2001 y estaba compuesta por dos proyectos,

los cuales no superaron el primer debate. En uno de estos proyectos (083-01) se despenaliza el cultivo de arbusto de coca, permitiéndolo bajo la exigencia de estar inscrito en un registro municipal y de incorporarse a una agroindustria campesina; figura esta que se proponía para agrupar la producción de hoja de coca a fin de ser controlada por el Ministerio de Salud, órgano ante el cual se debían registrar los cultivadores. Este mismo tono cooperativo, o si se quiere comunal, se mantenía en lo relativo a la aplicación de sanciones a los productores no legalizados, al establecer que fueran cooperativas veredales las encargadas de erradicar los cultivos que no llenaran los requisitos legales. El otro proyecto (083-02) regulaba la producción de estupefacientes, constituyendo un monopolio estatal para producir drogas y despenalizando su consumo, aunque esta última medida se acompañaba de políticas de lucha contra la adicción.

El segundo intento por aprobar una ley sobre estos cultivos fue presentado en 2003 por Pedro Arenas, representante por el Guaviare, el cual fue denominado proyecto de “ley de coca” y buscaba fomentar la industria de los alimentos y bebidas a base de hoja de coca, como una actividad económica que resultara ser una alternativa viable al cultivo destinado al procesamiento de alcaloides. Este proyecto corrió la misma suerte que los presentados en 2001, muriendo en el primer debate.

En el campo delimitado por este marco normativo se muestra una prohibición general a los cultivos de hoja de coca y algunas excepciones puntuales que provienen de las exigencias de normatividad internacional, como la de respetar los usos tradicionales lícitos que estén soportados por la evidencia histórica y que puedan ser incluidos dentro del concepto de patrimonio cultural inmaterial.¹⁵

Por otra parte es importante tener en cuenta:

- “Las constituciones colombianas de 1886 y 1991 reconocen la existencia de la coca como parte del legado natural, cultural y religioso de la nación colombiana.
- La Constitución Política de 1991, en sus art. 246 y art. 330 otorga Las facultades de jurisdicción especial y encomienda funciones de autogobierno a los consejos indígenas para promover sus usos y costumbres.
- La Sentencia C-139 de 1996 ratifica que los usos y costumbres de una comunidad indígena priman sobre las normas legales dispositivas.

¹⁵ El caso coca nasa, Análisis jurídico de la política del estado colombiano en materia de comercialización de alimentos y bebidas derivados de hoja de coca producidos por comunidades indígenas” del Grupo de investigación “Justicia y Conflicto” Escuela de Derecho de la Universidad EAFIT.

- La Sentencia No. C-176/94 emitida por la Corte Constitucional asevera que la hoja de coca podría tener formas de comercio alternativo legal que precisamente podrían evitar la extensión del narcotráfico.
- El Art 8 de la Convención Única de 1961 autoriza la producción, manufactura, exportación importación, distribución, comercio y posesión de la Hoja de Coca con fines científicos.
- La Sentencia C-221 de 1994 de la Corte Constitucional sobre la dosis mínima ignora la coca por no ser ésta una droga”.¹⁶

El Caso Boliviano:

“Según la Oficina de Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito, en la actualidad Bolivia produce 27.200 hectáreas de coca. La Ley 1008, reconoce 12 mil hectáreas de coca como lícitas.

Bolivia se retiró de la Convención de Viena a mediados de 2011 y en diciembre de ese mismo año solicitó su readmisión con la condición de que ya no esté penalizado el acullicu.

La ONU difundió esa decisión entre los 184 países miembros de la Convención, los mismos que tuvieron un plazo de 12 meses para manifestarse y aceptar o rechazar la reserva. La mayoría aceptó la readmisión y la despenalización del producto natural, conocida como la hoja sagrada.

De los 184 países que conforman la Convención de Viena, sólo 15 objetaron la readmisión de Bolivia, entre esos países figuran Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Rusia, Suecia, México, Reino Unido, Irlanda, Japón, Alemania, Finlandia, Portugal, Israel, Holanda, Francia e Italia.

El Jefe del Estado Plurinacional, Evo Morales Ayma, manifestó que la determinación de readmitir a Bolivia en la Convención de Viena otorga además de la legalización del pijcheo (masticado de la coca), la permisibilidad de cultivar la hoja de coca en la “extensión necesaria” para usos tradicionales; es decir, que Bolivia tiene la potestad legítima de determinar la cantidad de cultivos de coca para usos tradicionales”¹⁷.

¹⁶ Erradicacion_productiva_El_Papel_de_la_Coca_2013/Fomer_2013/IV-Marco_Legal_El_Papel_de_la_Coca_2007.htm, disponible en: www.mamacoca.org

¹⁷ La Hoja de Coca, Triunfo en el Mundo, Disponible en: <http://opinion-anncol.blogspot.com/2013/01/la-hoja-de-coca-triunfo-en-el-mundo.html>

CRONOLOGÍA:

“El 8 de marzo de 2008, el presidente Evo Morales Ayma dirigió una nota al Secretario General de las Naciones Unidas expresando su preocupación y rechazo al Informe de la JIFE de 2007, señalando que su contenido denota una actitud colonial y segregacionista sobre las prácticas culturales de los pueblos indígenas, y desconoce los esfuerzos de Bolivia en la lucha contra el narcotráfico.

El año 2007, la Junta Internacional de Fiscalización de Estupefacientes (JIFE) incluyó en su Informe Anual una exhortación a Bolivia a modificar su legislación nacional con objeto de abolir las actividades que sean contrarias a la Convención de 1961, como el masticado de la hoja de coca y la fabricación de mate de coca y otros productos.

El presidente Evo Morales Ayma participó, 13 de marzo de 2009, en el Segmento de Alto Nivel del 52º Período de Sesiones de la Comisión de Estupefacientes de las Naciones Unidas, celebrado en Viena, Austria. En su discurso, solicitó a la Comunidad Internacional corregir el error histórico que significaba intentar prohibir el consumo tradicional de la hoja de coca. Asimismo, pidió retirar a la hoja de coca de la Lista de Estupefacientes.

Las restricciones y prohibiciones al masticado de la hoja de coca establecidas en los incisos 1 c) y 2 e) del artículo 49 de la Convención Única de Estupefacientes de 1961 constituyen un atentado a los derechos de los pueblos indígenas consagrados en:

- a) La Declaración de las Naciones Unidas sobre Derechos de los Pueblos Indígenas de 2007.
- b) La Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales.
- c) El Convenio 169 sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países Independientes de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- d) La Declaración de la UNESCO a favor de la Cosmovisión del Pueblo Kallawayá como patrimonio cultural e inmaterial de la humanidad.
- e) El Foro Permanente para las Cuestiones Indígenas de Naciones Unidas en su octavo y noveno período de sesiones de 2009 y 2010, recomendó se supriman las secciones de la Convención de 1961 que sean incompatibles con los derechos de los pueblos indígenas.

Proceso de enmienda

El proceso de enmienda se inicia en marzo de 2009 con una carta del presidente Evo Morales Ayma al Secretario General de Naciones Unidas, Ban Ki Moon, mediante la cual solicita la eliminación de los incisos 1c) y 2e) del Artículo 49 de la Convención Única de las Naciones Unidas sobre Estupefacientes de 1961.

En su 44ª Reunión Plenaria, el 30 de julio de 2009, el Consejo Económico y Social de Naciones Unidas, tomó nota de la comunicación del Secretario General sobre la propuesta de enmienda boliviana y decidió iniciar los procedimientos para preguntar a los Estados Parte si aceptan la modificación propuesta y pedirles comentarios acerca de la misma, por un período de 18 meses, es decir, hasta el 31 de enero de 2011.

Objeciones a la propuesta de enmienda

El Consejo Económico y Social (ECOSOC) de la Organización de las Naciones Unidas recibió 18 objeciones a la propuesta de enmienda de un total de 184 Estados Parte. Considerando que bastaba una sola objeción para que la propuesta de enmienda no entre en vigor de manera automática, ésta no surtió efecto.

Bolivia también recibió apoyos explícitos a su propuesta de hacer prevalecer su derecho a la conservación de la práctica del consumo de la hoja de coca. Además, 165 países no objetaron la enmienda presentada por Bolivia.

Adicionalmente, varios foros políticos y de integración como la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), la Cumbre Iberoamericana, la Comunidad de Estados de América Latina y el Caribe (CELAC) y el Movimiento de Países No Alineados (NOAL) reconocieron que el uso tradicional del masticado (akulliku) de la hoja de coca es una manifestación cultural ancestral de los pueblos de Bolivia, que debe ser respetada por la comunidad internacional.

Alternativas después de las objeciones

Bolivia tenía dos opciones, intentar se realice una reunión substantiva del ECOSOC para convocar a una Conferencia que trate su propuesta en enmienda, o encontrar una salida legal que la libere de prohibir el akulliku de la hoja de coca.

Situación actual

La salida legal que Bolivia encontró fue denunciar la Convención Única de 1961, para luego solicitar su adhesión con reserva a las disposiciones que prohíben el masticado de la hoja de coca.

Proceso de denuncia y adhesión con reserva

La Asamblea Legislativa Plurinacional dispuso denunciar la Convención Única de 1961, enmendada por el Protocolo de Modificación de 1972, a través de Ley 147 de 29 de junio de 2011, que reafirma lo estipulado en el artículo 384 de la

Constitución Política del Estado. Dicha Ley dispone que Bolivia continúe cumpliendo con todos los compromisos contraídos a nivel internacional, en el marco del sistema de fiscalización de drogas.

El 29 de junio de 2011, el Presidente Evo Morales Ayma envió una carta al Secretario General de Naciones Unidas comunicando oficialmente la denuncia de Bolivia. La denuncia presentada por Bolivia en fecha 29 de junio de 2011, surtió efecto a partir del 1° de enero de 2012, Según el artículo 46 de la misma Convención.

El 29 de diciembre de 2011, el Presidente Evo Morales Ayma envió al Secretario General de las Naciones Unidas, el instrumento de adhesión de Bolivia a la Convención Única sobre Estupefacentes de 1961, enmendada por el Protocolo de 1972, con una Reserva al Artículo 49 inciso 1 c) y 2 e) respecto al uso cultural y medicinal de la Hoja de Coca, así como también su uso en infusión, su comercio y su posesión para propósitos lícitos. Bolivia volverá a ser parte de la Convención a partir del trigésimo día de haberse depositado la nota de adhesión

Reserva de Bolivia

"...El Estado Plurinacional de Bolivia se reserva el derecho de permitir en su territorio la masticación tradicional de la Hoja de Coca, el consumo y uso de la Hoja de Coca en su estado natural; para fines culturales y medicinales; como su uso en infusión, así como también el cultivo, el comercio y la posesión de la Hoja de Coca en la extensión necesaria para estos propósitos lícitos.

Al mismo tiempo, el Estado Plurinacional de Bolivia seguirá tomando todas las medidas necesarias para controlar el cultivo de coca para prevenir su abuso y la producción ilícita de estupefacentes que pueden extraerse de las hojas.

La adhesión efectiva de Bolivia a la citada Convención quedará sujeta a la autorización de dicha reserva."

La adhesión efectiva de Bolivia a la citada Convención quedará sujeta a la aceptación de su reserva por los Estados Parte, quienes tendrán un período de 12 meses para pronunciarse, a contar desde el 10 de enero de 2012, fecha en la Reserva de Bolivia fue comunicada a los Estados Parte.

A menos que dentro del período de 12 meses, la reserva sea objetada por un tercio de los Estados parte de la Convención, esta se considerará autorizada.

Los días 15 y 16 de diciembre de 2011, una Misión de Alto Nivel de la JIFE visitó el país con el objetivo de hacer seguimiento a las acciones de Bolivia en la lucha contra el narcotráfico así como también para intercambiar opiniones sobre la

Denuncia y Adhesión con Reserva a la Convención Única de Estupefacientes de 1961.

Al respecto, el mes de febrero de 2012, la JIFE envió una nota mediante la cual señala que lamenta la decisión de Bolivia de retirarse de la Convención Única de 1961, e indica que se siente decepcionada por la decisión de Bolivia de hacer depender su re adhesión a la Convención de la aceptación de la reserva que ha propuesto sobre la hoja de coca, la misma que considera contraria al objeto fundamental y al espíritu de la Convención de 1961.

La nota de la JIFE, fue respondida mediante nota del Ministro de Relaciones Exteriores, David Choquehuanca, el 24 de febrero de 2012, rechazando los juicios de la JIFE.”¹⁸

El Caso Peruano

Al conjunto de usos aplicados a la coca por los descendientes de las culturas ancestrales del Perú se le conoce como "uso tradicional lícito", reconocido en el art. 14 inc. 2 de la Convención de las Naciones Unidas contra el Tráfico Ilícito de Estupefacientes de 1988.

“En el Perú el consumo tradicional de la hoja de coca es una práctica que nunca ha sido penalizada. En el país existe un sistema de licencias controlado por el Estado, conocido como empadronamiento, para el cultivo de hoja de coca y su distribución a través de la Empresa Nacional de la Coca (**ENACO**)”¹⁹.

“La Empresa Nacional de la Coca (ENACO), se creó en el año de 1949, como la única empresa peruana autorizada para la comercialización de la hoja de coca y sus derivados. A partir del año de 1982, Enaco S.A. es una empresa estatal de derecho privado, en la modalidad de sociedad anónima, con la finalidad de coadyuvar a preservar la salud de la población a través de la comercialización de la hoja de coca y sus derivados, así como su industrialización con fines benéficos, sustentada en el marco jurídico vigente.

MARCO LEGAL

- Decreto Ley No. 22095, Ley de Represión del Tráfico Ilícito de Drogas promulgado el 02-03-78. Dispone que solo el Estado mediante la Empresa Nacional de la Coca (ENACO), ejerza la comercialización interna y externa de la hoja de coca.

¹⁸ Histórico Triunfo del "Akulliku" Ante la Onu. Disponible en:
<http://www.consuladodeboliviaenrio.org.br/boletin.php?id=3>

¹⁹ Reforma a las Leyes de las Drogas en America Latina. Disponible en:
<http://www.druglawreform.info/es/informacion-por-pais/peru>

- D.L. No. 22370 del 05.12.78. Ley Orgánica de la Empresa Nacional de la Coca- ENACO. En el Artículo 1 de dicha Ley se considera que ENACO es una Empresa Pública.
- D.S. No.008-82-AG del 28.01.82. Dispone la conversión de la Empresa Nacional de la Coca ENACO en Empresa Estatal de Derecho Privado, adoptando la forma de Sociedad Anónima.
- D.S. No. 209-EF del 17.05.85. Transfiere como aporte de capital a Inversiones COFIDE S.A. la totalidad de las acciones que posee el Estado, de modo directo en las empresas estatales de derecho privado, entre éstas, en la Empresa Nacional de la Coca Sociedad Anónima - ENACO S.A.
- D.S. No. 123-2001-PCM del 30.11.2001. Facultan a ENACO S.A. continuar proceso de fabricación de pasta básica de cocaína con fines médicos y científicos utilizando hoja de coca natural proveniente de agricultores empadronados.”²⁰

“Últimos convenios firmados por la ENACO S.A.:

1. **Convenio Marco de Cooperación entre la Empresa Nacional de la Coca S.A. y la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco:** Este convenio tiene por finalidad establecer los lineamientos generales para el desarrollo de acciones conjuntas en materia de investigación, transferencia tecnológica y apoyo a los productores agrarios; a través del desarrollo de trabajos de extensión agrícola y agroindustrial, elaboración de tesis y proyectos de investigación sobre la situación socio económica de los productores, aspectos ambientales, demanda y uso benéfico de la hoja de coca y desarrollo de productos agropecuarios alternativos, así como otros aspectos que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de los productores agrarios en general.
2. **Convenio Específico de Cooperación Interinstitucional entre la Asociación Pro Bienestar y Desarrollo y la Empresa Nacional de la Coca S.A:** Este convenio tiene por objeto realizar un conjunto de acciones de cooperación mutua, entre ENACO S.A. y PROBIDE, para la creación de un Centro de Innovación Tecnológica para el Sector Agroindustrial, dotando de capacidades de mejoramiento de cultivos, suelos e industrialización, con énfasis en la Región Cusco, el mismo que tendrá como finalidad promover la transición de cultivos de hoja de coca a alternativos rentables para los productores agrícolas, mediante la industrialización y asesoramiento comercial. Firmado a los 18 días del mes de enero de 2013.

²⁰ Marco Legal del Uso de La Hoja de Coca. Disponible en:
<http://www.enaco.com.pe/empresa/institucional.php>

3. **Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre el Seguro Social de Salud y la Empresa Nacional de la Coca S.A.:** Este Convenio tiene por objeto establecer y desarrollar mecanismos e instrumentos de mutua colaboración y beneficio para la ejecución de diversos proyectos y programas, destinados a fortalecer el sistema de aseguramiento, afiliación y pago de aportes de manera colectiva al Seguro de Salud Agrario para Trabajadores Independientes que administra ESSALUD a través de ENACO S.A., garantizando de esta manera una eficiente identificación de los productores de hoja de coca registrados en ENACO S.A., en su calidad de asegurados y a sus derechohabientes, lo cual permitirá la accesibilidad y oportunidad de atención en salud, contribuyendo en la ampliación de la cobertura de prestaciones de salud en el ámbito nacional. Firmado a los 26 días del mes de mayo de 2012.
4. **Convenio Marco de Cooperación entre la Municipalidad Distrital de Pichari y la Empresa Nacional de la Coca S.A.:** Este convenio tiene por objeto realizar un conjunto de acciones de cooperación mutua, entre ENACO S.A. y la Municipalidad de Pichari, con el propósito de fortalecer sus capacidades organizativas y de gestión, aprovechando de sus fortalezas, en la perspectiva de desarrollar el mejoramiento de las condiciones de la población. Firmado a los 30 días del mes de noviembre de 2012.
5. **Convenio Marco de Cooperación entre el Gobierno Regional del Cusco y la Empresa Nacional de la Coca S.A.:** Este convenio tiene por objeto realizar un conjunto de acciones de cooperación mutua, entre ENACO S.A. y la Municipalidad de Pichari, con el propósito de fortalecer sus capacidades organizativas y de gestión, aprovechando de sus fortalezas, en la perspectiva de desarrollar el mejoramiento de las condiciones de la población. Firmado a los 28 días del mes de diciembre de 2012²¹.

OTROS CASOS

Argentina:

En Argentina, las hojas de coca se utilizan casi exclusivamente en dos áreas. La primera es la zona campesina ubicada al sur de los Andes Centrales, integrada por la mayor parte de la provincia de Jujuy, gran parte de la provincia de Salta y la porción andina de la provincia de Tucumán. La segunda área de consumo es aquella que recibe habitualmente emigrantes andinos de Argentina y Bolivia, y que puede dividirse en dos subáreas: una rural, la de las plantaciones azucareras y

²¹ <http://www.enaco.com.pe/empresa/convenios.php>

otras explotaciones agrícolas ubicadas preferentemente en el noroeste del país, al pie oriental del macizo andino, y una urbana, integrada por la mayor parte de las ciudades importantes del país, donde los inmigrantes andinos constituyen un porcentaje relativamente significativo de la población.

“En Argentina el cultivo de la planta de Coca está prohibido, no así su consumo y tenencia que está reglamentado bajo la Ley 23.373.

Ley 23.737

Sancionada el 21 de Septiembre de 1989, promulgada el 10 de Octubre de 1989 por aplicación del artículo 70 de la Constitución Nacional y publicada en Boletín Oficial el 11 de Octubre de 1989.

Art.15: *La tenencia y el consumo de hojas de coca en su estado natural, destinado a la práctica del coqueo o masticación, o a su empleo como infusión, no será considerada como tenencia o consumo de estupefacientes.”²²*

La Unión Europea

“En marzo de 2008, el Parlamento Europeo aprobó un informe (A6-0073/2008) que entre otras cosas menciona lo siguiente:

Pide a la Comisión y a los Estados miembros que exploren las distintas maneras de colaborar con las organizaciones de la sociedad civil comprometidas en la promoción de sustancias derivadas de la hoja de coca para usos estrictamente legales, como medio de contribuir eficazmente, al absorber materia prima, a la lucha internacional contra el narcotráfico, garantizando al mismo tiempo el uso seguro de dichas sustancias.”²³

2.2.1 Cronología del Caso Coca Nasa

Coca Nasa se inicia cuando un grupo de estudiantes indígenas Nasa de Tierradentro, delegados por el Resguardo de Calderas en el Departamento del Cauca, que adelantaban sus estudios en la ciudad de Bogotá (1.997), decidió iniciar un trabajo modesto y paciente para generar el reconocimiento social que la Hoja de Coca siempre ha tenido entre la población nacional; es decir recuperar el uso cotidiano que los ancestros daban a esta planta.²⁴

²² El Cultivo de la Planta de Coca en Argentina. Disponible en:
<http://www.rumbojujuy.com.ar/costumbres/Coca.htm>

²³ sustancias derivadas de la hoja de coca para usos estrictamente legales. Disponible en:
<http://www.amigoshojadecoca.org/new/spip.php?article119>

²⁴ Cronología del Caso Coca Nasa. Disponible en: <http://www.amigoshojadecoca.org/new/spip.php?article119>

“Para ello se fundó la sociedad Ecoca Ltda., que inició ante el INVIMA los trámites para obtener el registro sanitario necesario para comercializar los productos Coca Nasa, pero este organismo señaló que el registro lo podía realizar el Cabildo o una unión de cabildos, dada la autonomía indígena.

Se acudió primero al Consejo Regional Indígena del Cauca (CRIC), el cual se negó a expedir tal registro debido a diferencias con los gestores del proyecto; por esta razón se acudió a un nivel inferior dentro de la organización regional. Así, la Asociación de Cabildos indígenas Juan Tama expidió el registro sanitario para las aromáticas de coca mediante Resolución 01 de 2002. Sin embargo, se amplió la oferta de productos y se comercializaron también galletas de coca y una bebida gaseosa llamada Coca Sek, que se lanzó al mercado en diciembre de 2005.

En noviembre de 2006, Coca Nasa se vio envuelta en una controversia con la multinacional Coca Cola ante la Superintendencia de Industria y Comercio, pues la multinacional alegaba que Coca Sek hacía un uso indebido de la palabra “Coca” que forma parte del nombre comercial de Coca Cola. Esta disputa fue resuelta a favor de los productores de Coca Sek.

Un litigio similar se produjo en 2007 por el uso del término “Sek”. Esta vez el demandante fue el Colegio Internacional SEK, afirmando que dicho vocablo era de uso exclusivo de esta institución educativa. En su defensa, los productores de Coca Nasa señalaron que “sek” es la voz nasa yuwe para denominar al sol, lo cual no tenía relación con la sigla SEK que se usaba en el nombre del Colegio Internacional, para referirse a San Estanislao de Kostka. Estos argumentos fueron suficientes para desestimar la pretensión, ya que los vocablos de lenguas indígenas no son susceptibles de ser apropiados como marcas.”²⁵

El 29 de enero de 2007, el INVIMA expide la circular V.C.M-601-0294-07 (**ANEXO 2**) dirigida a las secretarías de salud de 30 departamentos para que sean retirados de los establecimientos comerciales todos los "productos derivados de la coca" de los sitios diferentes a los territorios indígenas y pidió tomar las sanciones respectivas.

“Coca Nasa tenía sus productos codificados en los supermercados Carrefour, Colsubsidio y Cafam, pero al presentarse la circular INVIMA los retiraron. “En realidad nos hicieron fue un favor, porque los supermercados se demoran mucho en pagar. Entonces empezamos a vender con distribuidores y montamos nuestras propias tiendas”, explica Fabiola Piñacué, representante de la empresa.

²⁵ Cronología del Caso Coca Nasa. Disponible en: <http://www.amigoshojadecoca.org/new/spip.php?article119>

La empresa ya tiene dos tiendas en el centro de Bogotá y un café, y sus principales clientes son los extranjeros, que cada vez llegan en mayor número al país”²⁶.

En el año 2011, El Proyecto indígena COCA NASA saluda la decisión de la justicia colombiana, mediante la cual se obligó a la Dirección Nacional de Estupefacientes y al Ministerio de Interior y Justicia a cumplir con el fallo de tutela que prohibió la emisión de la campaña institucional “no cultives la mata que mata” .

Debido a la burla de la Dirección Nacional de Estupefacientes y el Ministerio de Interior y de Justicia al no cumplir con el fallo de tutela interpuesta por la indígena FABIOLA PIÑACUÉ ACHICUÉ, desde el mes de diciembre de 2010, ella solicitó al Tribunal Superior de Bogotá el día 18 de marzo del mismo año, que hiciera efectivas las sanciones en contra del Director Nacional de Estupefacientes JUAN CARLOS RESTREPO PIEDRAHITA y GERMAN VARGAS LLERAS, Ministro de Interior y de Justicia, medidas que podrían ir hasta el arresto por DESACATO del fallo de Corte Suprema de Justicia.

Actualmente la empresa Coca Nasa vende sus productos a través de distribuidores a las diferentes tiendas naturistas del país bajo el Registro Sanitario Resolución 001-2001 de la Autoridad Indígena respectiva.

2.3 Características científicas de la hoja de coca

Nombre Científico: *Erythroxylum*

Nombre Común: Coca, la planta, árbol de la coca

Reino: *Plantae*

Filo: *Magnoliophyta*

Clase: *Magnoliopsida*

Orden: *Linales*

Familia: *Erythroxylaceae*

Género: *Erythroxylon coca*

DESCRIPCIÓN

Es un arbusto angiospermo y dicotiledóneo cuya altura puede alcanzar los 5 metros de altura. Sin embargo, se suelen cortar las guías con la finalidad de que no lleguen a medir más de 2 metros y así facilitar la recolección de las hojas. Generalmente este arbusto vive unos 40 años, aunque bajo buenas condiciones puede llegar hasta los 100 años. Su corteza es rugosa, de color pardo rojizo. Tiene unas pequeñas flores axilares de color marfil que miden, aproximadamente unos 2 centímetros de diámetro, y de un olor similar a las almendras. La semilla es

²⁶Entre Porro y Porro. Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impresamundo/articulo/entre-porro-porro/174797>. 03 de Mayo de 2013

una drupa de forma ovoide cuyo diámetro oscila entre 1 y 2 centímetros y de un color rojo cuando está madura.

Las hojas, que son la parte más importante, normalmente están dispuestas en grupos de siete en cada tallo. Son de forma ovalada y sus dimensiones varían entre los 4 y 8 centímetros de ancho. Son de un color verde brillante, con poco aroma y de sabor amargo y astringente, que al ser colocadas en la boca provoca una ligera sensación de adormecimiento y anestesia local.

ILUSTRACIÓN DE LA PLANTA DE COCA



HOJA, FRUTO Y FLOR DE LA COCA



Fuente: http://www.plantasmedicinales.org/archivos/la_hoja_de_coca_parte_i.pdf

2.3.1 Componentes de la Hoja de Coca

Cada 100 gramos de hoja de coca contienen:

Nitrógeno total	20.06 mg.	Calcio	997.62 mg.
Alcaloides totales no volátiles	0.70 mg.	Fosfato	412.67 mg.
Grasa	3.68 mg.	Potasio	1.739.33 mg.
Carbohidratos	47.50 mg.	Magnesio .	299.30 mg.
Beta caroteno	9.40 mg.	Sodio	39.41 mg.
Alfa caroteno	2.76 mg.	Aluminio	17.39 mg.
Vitamina C.	6.47 mg.	Bario	6.18 mg.
Vitamina E.	40.17 mg.	Hierro	136.64 mg.
Tiamina (vitamina B 1)	0.73 mg.	Estroncio	12.02 mg.
Riboflavina (Vitamina B 2)	0.88 mg.	Boro	6.75 mg.
Niacina (factor p.p)	8.37 mg.	Cobre	1.22 mg.
Zinc	2.21 mg.	Cromo	0.12 mg.
Manganeso	9.15 mg.		

Tabla No. 1

Fuente: http://www.mamacoca.org/FSMT_sept_2003/es/doc/mamacoca_ley_de_coca.htm

Alcaloides naturales de la coca:

La relación internacionalmente aceptada del contenido de alcaloides en las hojas de coca es la publicada por R. T. Martin, en 1970, en *Economic Botany*, No.24, que indica lo siguiente: "La notoria actividad fisiológica de la coca es debida principalmente a sus alcaloides. A la fecha (1970), son 14 alcaloides los que han sido aislados de diversas variedades de plantas coca."²⁷

- **Cocaína:** Es el éster metálico de la benzoil egnonina, tiene propiedades anestésicas y analgésicas.
- **Egnonina:** Es un derivado carboxilado de la atropina, tiene propiedades de metabolizar grasas y glúcidos, carbohidratos y adelgazar la sangre.
- **Pectina:** Es absorbente y antidiarreico, junto a la vitamina E, regula la producción de la melanina para la piel.

²⁷ LLOSA, Teobaldo. Usos y Abusos de la Coca. Disponible en:
http://www.apehcoca.org/index.php?option=com_content&task=view&id=58&Itemid=81

- **Papaína:** Esta proteasa (que en mayor proporción contiene la papaya) es muy parecida en su estructura a la catepsina animal, es un fermento que acelera la digestión.
- **Higrina:** Excita las glándulas salivares cuando hay deficiencia de oxígeno en el ambiente.
- **Globulina:** Es un cardiotónico que regula la carencia de oxígeno en el ambiente, mejorando la circulación sanguínea, evita el “soroche” (mal de altura)
- **Pyridina:** Acelera la formación y funcionamiento del cerebro, aumenta la irrigación sanguínea a la hipófisis y las glándulas.
- **Quinolina:** Evita la formación de caries dental junto con el fósforo y el calcio.
- **Conina:** Anestésico.
- **Cocamina:** analgésico.
- **Reserpina:** Regula la presión arterial en hipo e hipertensión y ayuda a la formación de células óseas.
- **Benzoina:** Propiedades terapéuticas para la gastritis y las úlceras.
- **Inulina:** Refresca y mejora el funcionamiento del hígado, la secreción de la bilis y su acumulación en la vesícula, es diurético, ayuda a eliminar las sustancias nocivas y tóxicas no fisiológicas. Es un polisacárido que produce aumento de las células de la sangre
- **Atropina.**

Estos 14 alcaloides, los aminoácidos que contienen, los ácidos y las vitaminas A, B1, E y C, la tiramina, niacina y riboflavina, la convierten en la planta más completa del universo en NITROGENO NO PROTEINICO, que es el que elimina las toxinas y patologías del cuerpo humano y le proporciona dos propiedades de solubilidad e hidratación, obteniendo combinaciones óptimas con frutas medicinales.²⁸

2.3.2 Investigaciones sobre los beneficios de la utilización de la hoja de coca y sus características nutricionales

La primera descripción científica de la hoja de coca se hace en 1750, cuando el botanista francés Joseph de Jussieu vuelve de América del Sur. Pero será de esperar el año 1863 para que un químico de Córcega llamado Angelo Mariani deje los patentes de varios productos de su composición, de las pastillas de coca al té de coca, sin olvidar el vino con extractos de coca cuya propaganda destaca las propiedades energizantes y que se vuelve un gran éxito comercial. El vino Mariani y su creador pronto logran una fama tremenda en toda Europa.

²⁸ Ley de Coca, Disponible en:
http://www.mamacoca.org/FSMT_sept_2003/es/doc/mamacoca_ley_de_coca.htm

En 1948, Gutiérrez Noriega había afirmado que “la coca carece por completo de valor nutritivo y energético” y en 1962, Rickets nuevamente afirmó que dicha hoja “no contiene alimento alguno, es un mero estimulante de desgaste”. Pero Collazos, Urquieta y Alvistur, en 1964, desmintieron dichas afirmaciones mediante estudios realizados con chacchadores de coca en diversas regiones del Perú y demostró con estudios en sangre de los sujetos que las consumieron que el análisis químico de la hoja de coca, tal como se la mastica, contiene varias sustancias nutritivas, algunas de ellas en proporción llamativa como nitrógeno, calcio, caroteno, riboflavina, tiamina, hierro y niacina. Asimismo que, durante la masticación, se extraen de las hojas proporciones no desdeñables de varios nutrientes importantes.²⁹

“El estudio de Duke y colaboradores publicado en 1975, conocido como estudio de «la Universidad de Harvard» (*publicado en el Botanical Museum Leaflets, Harvard University*) se basa en los datos publicados en 1972 por un científico peruano, el Dr. Edgardo Machado, quien publicó un extenso trabajo sobre el género botánico de la coca en el que hace una descripción completa del género con 24 especies, de las cuales 3 son nuevas. Tres años después, los resultados de Machado fueron condensados en cuadros y presentados por Duke. Este trabajo es el que se cita más frecuentemente para demostrar que la coca tiene un gran valor nutritivo y usualmente se refieren a él de manera indirecta como «los estudios de Harvard»

Los estudios de Duke se hicieron a partir de un kilogramo de hojas secas obtenidas de San Francisco, (Chapare, Bolivia) en Junio de 1974, descubriendo que por cada 100g las hojas contienen, 18.9g proteínas, 46.2g de carbohidratos, 5g de grasas. Además vitaminas A, C, B6, B12, tiamina, riboflavina, niacina, alfa tocoferol, ácido fólico, biotina y ácido pantoténico. Elementos: calcio, fierro, yodo, fósforo, magnesio, zinc, cobre, sodio, potasio, aluminio, bario, manganeso y cromo; humedad y calorías (calculadas a partir de proteínas carbohidratos y grasas).

Duke y colaboradores se manifestaron sorprendidos en 1975 por los altos valores de calcio y hierro que encontraron y comparan las hojas de coca con otros alimentos, 10 nueces y semillas aceiteras, 10 legumbres, 10 cereales y 10 verduras, encontrando valores comparables, en algunos casos mayores, en otros menores. En ningún caso se corrigió según la variable¹⁰ de la humedad, lo que los lleva a considerar que los valores más altos para la coca responden al hecho de que las hojas se obtienen secas (menos del 10% de humedad), mientras que la mayoría de los otros alimentos tienen más humedad.”³⁰

²⁹ LLOSA, Teobaldo. *Usos y Abusos de la Coca*. Disponible en:
http://www.apehcoca.org/index.php?option=com_content&task=view&id=58&Itemid=81

³⁰ La Hoja de Coca en La Alimentación. Disponible en:
<http://www.cedro.org.pe/ebooks/hojacocaalimentacion.pdf>

“La inocuidad y los beneficios para la salud humana del uso tradicional de la hoja de coca han sido comprobados con gran rigor científico por el mayor estudio mundial sobre la cocaína realizado hasta la fecha, a cargo de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en colaboración con el Instituto Interregional de las Naciones Unidas para Investigaciones sobre la Delincuencia y la Justicia (UNICRI por su sigla en inglés) que se desarrolló entre 1991 y 1995. El Proyecto Cocaína OMS/UNICRI recogió información de 22 ciudades en 19 países desarrollados y en desarrollo de cinco continentes, sobre el uso de la hoja de coca y sus productos derivados, sobre sus efectos en los usuarios y las comunidades, y sobre la respuesta de los universitarios e intelectuales aseveran que el acullicu les permite concentrarse en sus estudios y que aumenta su entendimiento.

El 14 de marzo de 1995, la OMS anunció a la prensa internacional la publicación del Proyecto Cocaína OMS/UNICRI¹⁷. Pocos días después, el 9 de mayo de 1995, en la Comisión B de la 48ª Asamblea Mundial de la Salud, reunida en Ginebra, el representante de Estados Unidos expresó “su sorpresa al notar que el informe sobre el Estudio Global de la Cocaína, realizado conjuntamente por la OMS y UNICRI, parecía un fuerte alegato a favor de los usos positivos de la cocaína al argumentar que el uso de la hoja de coca no producía daños perceptibles en la salud física o mental, que los efectos positivos de la masticación de la hoja de coca podrían transferirse desde sus entornos tradicionales a otros países y culturas, y que la producción de coca era financieramente beneficiosa para los campesinos.”³¹

2.4 Productos que se pueden obtener de la hoja de coca

MATERIA PRIMA PARA LA COCA COLA: “En 1887 Sttyth Pemberton de Atlanta presentó al mundo la Coca Cola, la fabricación de este brebaje (no alcohólico) implicaba el uso de las hojas de coca.

Aproximadamente desde 1886 las hojas de coca fueron una parte esencial de la bebida. En 1902, cuando Stephan logró separar la cocaína de las hojas de coca, pero para ese entonces la fábrica de Coca Cola ya las compraba para su uso.

PREPARACIÓN DE VINO: En 1863 el químico Angelo Mariani inspirado en la obra de Paolo De Mantezaga "La virtud higiénica y medicinal de la coca", se las ingenió para crear una bebida preparada con hojas de coca y vino, llamó a este elixir "Vino Mariani"; esta bebida se utilizó como tónico médico ya que elevaba la moral de los deprimidos, podía curar casi cualquier trastorno físico; se recomendaba para la impotencia, fiebre, gota, insomnio y casi todas las enfermedades contagiosas y nerviosas.

³¹ Coca sí, Cocaína No?. Disponible en:
http://www.tni.org/sites/www.tni.org/files/download/debate13s_0.pdf

Mariani la sacó a la luz en 1891, diversas personalidades como Julio Verne, Thomas Alva Edison, el Zar de Rusia, Alejandro Dumas ya lo habían utilizado; llegó a tener una gran aceptación. El Papa León XIII otorgó a Mariani una medalla de Oro en reconocimiento a su labor por la humanidad.³²

HOJA DE COCA EN SU ESTADO NATURAL: utilizada para el mameo que es una forma de consumir la hoja de coca en un recipiente llamado “poporo”, el cual es una pequeña totuma en la que se mezcla la hoja de coca con algún producto calizo como polvo de conchas marinas.

MATE DE COCA: Es la infusión comercial, tipo té, preparada con hojas de coca molidas contenidas en bolsitas filtrantes... Para fines terapéuticos es preferible utilizar las bolsitas filtrantes, ya que son las únicas unidades industriales pesadas y homogenizadas (contienen aproximadamente 1 gramo de hojas de coca naturales molidas y un promedio de 5 mg de cocaína por bolsita). Se preparan en una taza (200 mL) de agua caliente durante 3 minutos, liberándose en la infusión 4 mg de cocaína, de las que se absorbe por el intestino entre 20% (0.8 mg) y 30% (1.2 mg). Si se desea liberar de las hojas molidas más cocaína se deberá hervir 10 minutos, obteniéndose entonces más del 90% (> 4.5 mg) de la cocaína alcaloide contenida en las hojas. Cuando se bebe una taza preparada con una bolsita, los análisis toxicológicos arrojan positivo (> 300 nanogramos por mililitro [ng/mL] del metabolito benzoilecgonina en la orina). Diversos estudios fisiológicos y psicométricos indican reacciones normales en personas que beben diariamente dosis equivalentes a 100 mg (ó más) de cocaína (20 bolsitas ó más al día) (*Carroll, 1975; Llosa, 1999; Jenkins et al, 1996; Rerat et al, 1997; Villena & Sauvain, 1999; Llosa & Llosa, 2005*).

MIXTURAS AROMÁTICAS: Son productos comerciales a base de hojas de coca tipo mate de coca, mezcladas con diversas plantas como uña de gato, menta, anís, manzanilla y boldo, entre otras. Contienen 40% de hojas de coca molidas (*Enaco S.A.*). Tienen diversas aplicaciones de acuerdo a la planta mezclada con las hojas de coca.

HARINA DE COCA: Es el polvo resultante de la molienda de las hojas de coca, especialmente en un molino de bolas, a temperatura ambiente ligeramente elevada por el proceso mecánico de la molienda y que da como resultado una sustancia de consistencia polvorienta (hojas de coca micropulverizadas), integral (con todos los elementos químicos y nutrientes de la hoja de coca natural), de acuerdo a lo informado por la química Dongo de ENACO (*Dongo, 2006*). La harina de coca preparada y expendida por ENACO SA ha sido analizada en laboratorios de química y el promedio de sus especificaciones técnicas es el siguiente: “Polvo de hoja de coca, áspero al tacto, de color verde con aroma y sabor propio a hoja

³² Coca Cola. Disponible en: <http://www.museodelacoca.com/coca-cola.html>

de coca, humedad entre 8 y 12%, límite máximo de alcaloides de 1.2 g%, cenizas 8.5%, acidez 1.46 g/100, subproducto obtenido de la molienda de hoja de coca empleada para filtrantes. Vida útil de ionizado de 2 años en condiciones de almacenamiento adecuadas, frescas y secas. Se puede envasar en bolsas de polietileno a granel o bolsas de aluminio bilaminado''. Asimismo, muestras de harina de coca sometidas a análisis microbiológicos y fisicoquímicos, indicaron ausencia de salmonellas y los otros elementos (mohos, bacilos, levaduras, enterobacterias) estuvieron dentro de los rangos permisibles.

BEBIDAS ENERGIZANTES Y GASEOSAS: Son bebidas elaboradas con extracto de hoja de coca, agua carbonatada, azúcar, puede tener cafeína, saborizantes naturales y colorantes autorizados. En Bolivia Existe un Producto conocido como "Coca Colla", la empresa colombiana Coca Nasa, produce Coca Sek.

Además es importante resaltar que existen otros productos elaborados con la hoja de coca, como Ron, cervezas, galletas, cremas dentales, champú, jabones, cremas corporales y ungüentos, entre otros, los cuales son desarrollados en mayor proporción en los países en los que los cultivos y la elaboración de productos a base de hoja de coca, en cierta proporción son legales, como el caso de Bolivia y Perú.

2.4 Hectáreas sembradas con hoja de coca en Colombia y a nivel regional en la última década.

“La Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito -UNODC- y el Ministerio de Justicia y del Derecho presentaron ante la opinión pública y la comunidad internacional, los resultados del Monitoreo de Cultivos de Coca en Colombia para el año 2012, desarrollados por el Sistema Integrado de Monitoreo de Cultivos Ilícitos (SIMCI) de UNODC. Las cifras del censo muestran que al 31 de diciembre de 2012, Colombia tenía 48.000 hectáreas sembradas de coca distribuidas en 23 de los 32 departamentos del país. Esto representa una reducción del 25 % del área sembrada respecto a las 64.000 hectáreas detectadas en 2011. Solo 3 departamentos: Norte de Santander, Caquetá y Chocó, mostraron incremento del área sembrada con coca y 3 permanecieron estables, los demás muestran tendencia a la reducción.

El 80 % de los cultivos de coca en el país se encuentra en 8 departamentos y cerca de la mitad de todos los cultivos están en 3 de ellos. Las reducciones más importantes se presentaron en Nariño, Putumayo, Guaviare y Cauca. Nariño sigue siendo el más afectado por la presencia de cultivos de coca, a pesar de una significativa disminución en el último año. Siete departamentos tienen menos de 100 hectáreas sembradas con coca. En Cundinamarca no se detectaron cultivos, mientras que Cesar ingresa a la lista de afectados.

Al igual que en los últimos años, los ingresos derivados de la comercialización de la hoja de coca o los subproductos, no representa una fuente de riqueza para los cultivadores. El ingreso anual per cápita se estima en U\$1.220. Los últimos estudios sobre la economía en las regiones afectadas por cultivos de coca indican una menor dependencia del cultivo.”³³

Cada vez menos cultivadores se encargan transformar la hoja de coca; mientras en 2005 el 60 % transformaban ellos mismos la hoja en pasta y base, en 2012 solo el 30 % lo sigue haciendo.

Cultivos de coca por departamento en Colombia, 2006-2012 (hectáreas)

Departamento	Dic.-2006	Dic.-2007	Dic.-2008	Dic.-2009	Dic.-2010	Dic.-2011	Dic.-2012	% Cambio 2011-2012	% del total 2012
Nariño	15.606	20.259	19.612	17.639	15.951	17.231	10.733	-38%	22%
Putumayo	12.254	14.813	9.658	5.633	4.785	9.951	6.148	-38%	13%
Norte de Santander	488	1.946	2.886	3.037	1.889	3.490	4.516	+29%	9%
Cauca	2.104	4.168	5.422	6.597	5.908	6.066	4.325	-29%	9%
Guaviare	9.477	9.299	6.629	8.660	5.701	6.839	3.851	-44%	8%
Caquetá	4.967	6.318	4.303	3.985	2.578	3.327	3.695	+11%	8%
Chocó	816	1.080	2.794	1.789	3.158	2.511	3.429	+37%	7%
Antioquia	6.157	9.926	6.096	5.096	5.350	3.104	2.725	-12%	6%
Meta	11.063	10.386	5.525	4.469	3.008	3.040	2.699	-11%	6%
Bolívar	2.382	5.632	5.847	5.346	3.324	2.207	1.968	-11%	4%
Vichada	5.523	7.218	3.174	3.228	2.743	2.264	1.242	-45%	3%
Córdoba	1.216	1.858	1.710	3.113	3.889	1.088	1.046	-4%	2%
Valle del Cauca	281	453	2.089	997	665	981	482	-51%	1%
Guainía	753	623	625	606	446	318	301	-5%	0,6%
Vaupés	460	307	557	395	721	277	254	-8%	0,5%
Santander	866	1.325	1.791	1.066	673	595	111	-81%	0,2%
Amazonas	692	541	836	312	338	122	98	-20%	0,2%
Arauca	1.306	2.116	447	430	247	132	81	-38%	0,2%
Magdalena	271	278	391	169	121	46	37	-19%	0,1%
Caldas	461	56	187	186	46	46	16	-66%	0,03%
Cesar							13	+100%	0,03%
Boyacá	441	79	197	204	105	93	10	-90%	0,02%
La Guajira	166	87	160	182	134	16	10	-40%	0,02%
Cundinamarca	120	131	12	0	32	18	0	-100%	n.a
TOTAL	77.870	98.899	80.953	73.139	61.812	63.762	47.790	-25%	100%
Total redondeado	78.000	99.000	81.000	73.000	62.000	64.000	48.000	-25%	
Número de Departamentos afectados	23	23	24	22	23	23	23		

Tabla No. 2

Fuente: UNODC³⁴, Colombia, Censo de Cultivos de Coca 2012, Informe Junio 2013

³³ Importante Reducción de Hectáreas Sembradas de Coca (UNODC, Colombia, Ceso de Cultivos de Coca 2012, Informe Junio 2013) Disponible en: <http://nacionesunidas.org.co/blog/2013/08/08/importante-reduccion-de-hectareas-sembradas-de-coca/>

³⁴ UNODC: Oficina De las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito

“Según la UNODC en su informe de monitoreo de cultivos de coca en el Perú de septiembre de 2013, la extensión ocupada por cultivos de coca en el Perú al 31 de diciembre del 2012, es de 60,400 hectáreas, inferior en 3.4% al registrado en el 2011 (62,500ha). La importancia de la reducción del área de producción, es que ocurre después de siete (7) años de crecimiento continuo (2005 - 2012) y es el resultado de decisiones políticas del Estado Peruano, basados en su ENLCD 2012 - 2016, al incrementarse y cumplirse las metas anuales de reducción del espacio cocalero ilegal y la aplicación de los programas de desarrollo.

A nivel regional, la actual cobertura de cultivos se distribuye en 13 regiones, concentrando las mayores extensiones en Cusco, Ayacucho y Huánuco. En los últimos cinco años la Región Huánuco ocupó el segundo lugar.”³⁵

En cuanto a Bolivia, donde es lícita la plantación hasta de 12.000 hectáreas de hoja de coca, en el 2010 se erradicaron 8.200 hectáreas ilegales, promovida dicha erradicación por el presidente Evo Morales.

Sin embargo sigue presentándose el fenómeno de plantaciones ilícitas, “Bolivia redujo las plantaciones de coca de 27.200 hectáreas existentes en 2011 a 25.300 en 2012, según el informe anual de la UNODC, lo que significa una disminución de 7%.

2.6 La globalización y la internalización de las empresas

“El fenómeno de la globalización insta a las empresas a desarrollar estrategias con el propósito de internacionalizarse, no obstante es una tarea compleja. En algunos casos, lo que busca la internacionalización es la apertura de nuevos mercados, en otros es que los costos de producción sean más bajos y que haya una estructura eficiente de producción y distribución.

Bajo el enfoque estratégico, la internacionalización de empresas es el resultado de la adopción de una serie de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno. La internacionalización de empresas consiste en el proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización, es decir, la forma en que la empresa proyecta sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre distintos países. Dado lo anterior, el proceso de internacionalización empresarial debe responder las siguientes preguntas: ¿por qué se internacionaliza la empresa?, ¿cuál es el proceso para llevarlo a cabo?, ¿cómo se internacionaliza? y ¿dónde puede localizar sus actividades en el exterior? (Galán, Galende, González, 2000).

³⁵ Monitoreo de Coca 2012. Disponible en: http://www.unodc.org/documents/crop-monitoring/Peru/Peru_Monitoreo_de_Coca_2012_web.pdf

Los objetivos de internacionalizar una empresa son (Canals, 1994):

- Apertura de nuevos mercados.
- Costes de producción más bajos.
- Una estructura de la producción y la distribución de la empresa más eficiente.

EL DISEÑO DE UN PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

Antes de elaborar el diseño del plan para internacionalizar la empresa, se deben tener por escrito y muy claros los objetivos de dicha internacionalización.

El primer factor importante en todo proceso de internacionalización es disponer de un producto de calidad suficiente para ser ofrecido en los mercados internacionales. La decisión sobre la combinación “producto a ofrecer y mercado a servir” es la primera que debe tomarse en un proceso de internacionalización.

Luego deben tomarse en cuenta otros factores, a saber: la similitud de los mercados internacionales con el mercado local, la existencia de canales de distribución parecidos, la cercanía física, el tamaño potencial del mercado, el grado de rivalidad existente entre los mercados internacionales, el riesgo de cambio, la estabilidad político económica y la familiaridad de la empresa con dichos mercados (Canals, 1994). Para muchas empresas, la similitud en los procesos de comercialización y la dimensión del mercado son los factores críticos para decidir dónde entrar.

Una vez tomada la decisión sobre la combinación producto-mercado, es fundamental confiar la responsabilidad del proceso de internacionalización a una persona que conozca a fondo las peculiaridades de los clientes del país de destino, así como las pautas en la publicidad y en la distribución. Con la colaboración y orientación de un experto sobre un mercado local determinado, la empresa ha de decidir el modo de entrada más adecuado. Así que se ha tomado esta decisión final, se debe elaborar un plan de negocio de la empresa en ese país, en el que se estimen los recursos necesarios para lograr los objetivos.

Luego, se trata de la decisión de centralizar o descentralizar las distintas actividades de la empresa para alcanzar los objetivos de la internacionalización. Una vez decidida la centralización o descentralización de ciertas actividades o funciones, es necesario establecer los tipos de mecanismos para la coordinación y el control. Se debe definir cómo se coordinará esta unidad con la casa matriz y, al mismo tiempo, qué mecanismos de control han de establecerse para evaluar sus resultados. En lo referente a mecanismos de control, se debe tener cuidado para que éstos permitan una valoración de los resultados sin ahogar la iniciativa del responsable en cada país.

... El nuevo entorno internacional requiere que las empresas desarrollen capacidades dinámicas que les permita competir en los mercados actuales y futuros.

Las ventajas que se logran de la internacionalización de la empresa se derivan de la capacidad que tiene ésta para coordinar actividades de la cadena de valor agregado. Para poder subsistir ante la globalización y la alta competencia, la internacionalización se ha convertido en una necesidad para la supervivencia de la empresa.

Se distingue la formulación de diversas estrategias que pueden seguir las compañías en su proceso de internacionalización que, a su vez, reflejan distintos grados de intensidad: empresa exportadora, empresa multinacional, empresa global y empresa transnacional.

Los problemas de naturaleza organizativa suelen generar abundantes conflictos internos durante un proceso de internacionalización. La decisión sobre el grado de centralización o descentralización de ciertas actividades va unida al establecimiento de dos tipos de mecanismos: de coordinación y de control. Los procedimientos de entrada en los mercados internacionales pueden ser muy variados: la exportación, la inversión directa o la concesión de licencias.

Al evaluar una decisión de entrada mercados internacionales, puede resultar útil hacer una distinción entre los factores internos y los factores externos a la empresa.

Como lo indica Pla y León (2006), la internacionalización de las empresas sigue un proceso secuencial que depende de la acumulación gradual de conocimientos sobre mercados externos. Desde este punto de vista, la inversión de la empresa en un mercado en particular se realiza por medio de una secuencia de diferentes etapas y en cada una de ellas, a medida que se va adquiriendo experiencia en dicho mercado, el nivel de recursos comprometidos es mayor; en segundo lugar, las empresas prefieren adquirir conocimientos sobre los mercados externos antes de competir en éstos y, por ello, en un principio, son preferibles los mercados similares al de origen.

La falta de conocimientos y recursos es el principal obstáculo para la internacionalización. Estos obstáculos se reducen a través de decisiones incrementales que permiten aprender sobre los mercados internacionales y la forma de operar en el exterior (Pla y León 2006).³⁶

³⁶ ARAYA LEANDRO, Arnoldo. El Proceso de Internacionalización de Empresas, Vol. 3, Nº. 3, 2009 , págs. 18-25

2.7 Responsabilidad Social como factor de competitividad empresarial (R.S.E)

“La palabra “responsabilidad” es un sustantivo, sobre el cual se pueden hacer varias reflexiones, por el sentido que cobra dentro del término de la empresa. En un principio la palabra responsabilidad hace alusión a una virtud, a una cualidad, a una disposición que comprende el asumir las consecuencias de cualquier decisión tomada consiente y libremente. A su vez esto significa el responder y el dar cuentas. La palabra responsabilidad se puede referir también a un cargo, a un compromiso u obligación.

Se entiende entonces que para un actuar responsable de la empresa deben existir unas condiciones tanto de libertad, como de voluntad y de conciencia para la toma de las decisiones, es decir, la empresa debe tener conciencia de sus decisiones y sus consecuencias, además estas deben ser tomadas de forma voluntaria y libres.

...La empresa entonces, como ya es claro, toma sus decisiones de manera libre, consiente y voluntaria, pero estas implican resultados, efectos y consecuencias, las cuales la empresa debe asumir. “Las empresas deben integrar en sus operaciones las consecuencias económicas, sociales y medioambientales.” El punto relevante de asumir las consecuencias de los actos esta en que no en todos los casos los resultados son los deseados o los esperados. Las consecuencias que la empresa de alguna manera no deseaba o no esperaba, son llamadas efectos no voluntarios, y aquellas consecuencias deseadas, son llamadas efectos voluntarios. En ambos casos la empresa debe asumir las consecuencias de sus actos.

...Por otro lado, la palabra “Social” es el adjetivo que sigue al sustantivo “responsabilidad” dirigiendo y delimitando su significado a lo social, a todo aquello inherente a la sociedad, es decir, a todas aquellas personas que conviven y se relacionan dentro de un mismo espacio y ámbito cultural. Es decir, la palabra social, limita al término de la R.S.E, para referirse tan solo a un conjunto de las responsabilidades que tiene la empresa, pues no todas las responsabilidades de las empresas son sociales.

Además algo sumamente importante es que lo social, no excluye de ninguna manera a lo ecológico, ni a lo medioambiental, por el contrario, lo social incluye a todas esas cosas que nos rodean, que están en nuestro entorno, en el entorno de la empresa, pues de ellas depende la sostenibilidad de la misma. Se debe entender entonces que el interés medioambiental y ecológico es un interés particularmente social.

Por último, al hablar de “empresarial” dentro del término de la R.S.E, se hace referencia a las empresas en general, y que es sobre ellas que recae tal

responsabilidad. La palabra empresarial no discrimina ningún tipo de empresa, hace referencia a todas ellas, sin importar su categoría o clasificación empresarial, lo que significa que la R.S.E se refiere a todas las empresas con sus diferentes actividades económicas, tamaños, ubicaciones o formaciones jurídicas. Además, comprende e incluye a toda la empresa, desde los directivos, pasando por los socios, hasta llegar a los empleados, todos se ven sumergidos en el tema de la responsabilidad social.

...Existen muchas definiciones de R.S.E, pero lo que hoy en día nadie discute es su importancia, ni la actualidad del tema, pues todos pueden estar de acuerdo fácilmente con que éste término es tan importante como actual.

“Las profundas transformaciones que están ocurriendo en los entornos internacional y nacional generan novedosas y exigentes responsabilidades sociales, políticas, económicos y tecnológicas a los diferentes actores del desarrollo”. La empresa es hoy el principal actor del desarrollo, por lo que es ya un imperativo impostergable que todos los empresarios, sin excepción alguna, trabajen por crear una conciencia y unas prácticas de acción social y políticas responsables, y una cultura de responsabilidades compartidas. No existe entonces lugar a duda de la importancia y el poder de las empresas hoy, importancia y poder que les generan responsabilidades frente a una sociedad y mercado constantemente cambiante y cada vez más exigente.

Lo que hace a la R.S.E un tema tanto actual como importante para las empresas, y aun más que actual e importante, lo que lo hace urgente, son las mismas exigencias del mercado. Ahora las empresas tienen que asumir sus responsabilidades, lo que les significa responder por sus decisiones ante ese mercado que ahora es tan exigente, que no perdona irresponsabilidades sociales. Esto se refiere a que la empresa que no cumpla con las exigencias del mercado difícilmente sobrevivir en el.

La R.S.E Como Estrategia

Comprender entonces a la R.S.E como medio y no como un fin, es comprender a la R.S.E como una estrategia.

Todo lo relacionado al tema de la estrategia, logra capturar gran atención en el medio empresarial y posicionarse como un asunto de principal y relevante importancia para las empresas, debido a la gran necesidad que tienen estas de llevar a cabo alternativas y acciones potenciales que hagan posible el redireccionamiento constante de las metas, los objetivos y de los caminos que cada una de ellas tienen. Estas necesidades surgen debido a un incremento drástico en la velocidad de los cambios en el entorno. Estos cambios sociales, económicos y políticos a nivel mundial tienen evidentemente la capacidad de

afectar a las empresas, alterando las posibilidades de alcanzar los objetivos y los resultados que ellas pretenden y desean lograr.

La estrategia debe alinear la misión, la visión, todos los valores que las sostienen, sus metas y sus objetivos, de forma que se incorporen con la gestión de las relaciones con los diferentes grupos interesados y con la cadena de producción, de acciones administrativas y de valor.

Competitividad y RSE

El término competitividad es hoy muy utilizado en el ámbito empresarial, en la gestión política y el desarrollo socioeconómico. Así mismo la R.S.E es en la actualidad un instrumento de competitividad no sólo en el ámbito empresarial, sino entre los países que están en la búsqueda de un posicionamiento en nuevos espacios comerciales. Las empresas adoptan la R.S.E como una herramienta de competitividad, encuentran a esta como una opción legítima que se ha convertido en una necesidad para la supervivencia de las empresas y una actividad inseparable de la práctica empresarial.

Es entonces la R.S.E un factor que se ha convertido en un eje esencial para la competitividad empresarial, ya que esta define estrategias de dirección empresarial en las que sus stakeholders se ven tan beneficiados como la misma empresa, y esto significa más sostenibilidad y desarrollo. Además se debe tener en cuenta que las empresas en su mayoría se encuentran enfocadas a lograr mayor competitividad y productividad pues estos, son puntos decisivos a nivel gerencial para la valoración del costo beneficio, y la inversión realizada con respecto a las utilidades generadas.

La R.S.E ayuda a que la empresa sea más competitiva no solo por sus incrementos en los beneficios económicos, sino también porque juega un papel esencial en el desarrollo positivo de factores vitales para la supervivencia, la sostenibilidad y el éxito de la empresa a largo plazo. Estos factores hablan de confianza, credibilidad, reputación, fidelidad, e imagen no solo en el mercado, sino con los mismos miembros de la empresa y la sociedad.

Hablar de R.S.E es hablar de beneficios como la reducción en la rotación de los empleados, mejores relaciones con los clientes, e inversionistas, disminución en el ausentismo laboral, buena relación con la comunidad, satisfacción de los clientes y empleados, mejor reputación, y obviamente esto se ve reflejado en un incremento en la competitividad y por ende en la rentabilidad de la empresa.”³⁷

³⁷ MEZA ESPINOSA, Alegría. La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad, Disponible en:

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis27.pdf>

2.8 Estrategia competitiva

CONCEPTO Y TIPOS DE ESTRATEGIA COMPETITIVA

“La esencia de la estrategia es el establecimiento de límites. Una empresa tiene que establecer límites a que está tratando de conseguir en el mercado, o que está tratando de ofrecer y a quien se lo está intentando ofrecer. Las tres fuentes de posición estratégica a la que usted alude, los que se denomina orígenes son tres tipos genéricos de límites. Uno es limitar el conjunto de productos o servicios que ofrece la empresa, denominado “posicionamiento de la variedad”. El segundo es limitar los clientes atendidos en función de su necesidad. En tercer lugar, una empresa puede limitar los clientes atendidos en función de su accesibilidad.”³⁸ Para una organización en particular, se requiere diseñar estrategias competitivas y para eso se necesita entender su industria y su negocio, así como el de los competidores. El análisis de la competencia, además de formular la estrategia corporativa, contribuye además a planear las finanzas, el marketing, el análisis de valores y muchos otros aspectos de la vida cotidiana de un negocio.

Un enfoque interesante para la planificación de la estrategia corporativa ha sido el propuesto por Michael E. Porter quien manifiesta que existen cinco fuerzas que influyen en la rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. Por tanto, la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a estas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial, las cuales se describen a continuación:

1. **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.
2. **Rivalidad entre los competidores:** para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentado guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.
3. **Poder de negociación de los proveedores:** Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus

³⁸Porter Michael E., Estrategia Competitiva, Cía. Editorial Continental, México1991. P. 216

condiciones de precio y tamaño del pedido (con el agravante de si los insumos que suministran no tienen sustitutos o son escasos y de alto costo). Tampoco si el proveedor decide estratégicamente integrarse hacia adelante y, por ejemplo, adquiere los canales de distribución o lugares donde se distribuye un producto.

4. **Poder de negociación de los compradores:** Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene muchos sustitutos, no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que se puedan hacer sustituciones por igual o a un costo menor. Las crecientes exigencias de grandes compradores están enfocadas en la reducción de precios, mayor calidad y mejor servicio, por lo tanto, una corporación verá afectados sus márgenes de utilidad. La situación empeoraría si los compradores deciden integrarse hacia atrás y, por ejemplo, adquieren a sus proveedores o producen sus propios insumos.
5. **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales, se encuentran en un estado más avanzado tecnológicamente, o pueden penetrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Una vez planteados los objetivos y estrategias, el modelo requiere ser consolidado. Esto se hace construyendo barreras de entrada alrededor de alguna fortaleza de la corporación. Por efecto de estos mecanismos de protección se pueden obtener beneficios que se reinvertirían en investigación y desarrollo, con el objeto de mejorar los precios de sus productos frente al de sus competidores, o para invertir en otros negocios.

Porter identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a una corporación una ventaja competitiva:

1. **Economías de Escala:** consiste en reducir costos al aumentar la producción, también abarca extender el rubro de las actividades de la organización, ampliando la gama de sus productos a modo de crecer en forma horizontal.
2. **Diferenciación del Producto:** La corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, creando dificultades a sus rivales para entrar, haciéndoles realizar cuantiosas inversiones para reposicionar a la corporación.
3. **Inversiones de Capital:** Fuertes recursos financieros garantizan a la organización una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños.

4. **Desventaja en Costos independientemente de la Escala:** Las empresas establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser emuladas por competidores potenciales independientemente, sea cual fuese su tamaño y sus economías de escala.
5. **Acceso a los Canales de Distribución:** En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben hacer mayores esfuerzos para colocar sus productos, sacrificando sus precios y dejando mayor márgenes de utilidad para el canal.
6. **Política Gubernamental:** pueden limitar o impedir la entrada de nuevos competidores con requisitos y normas legales, exigiendo mayor inversión en capitales o uso de sofisticadas tecnologías para la explotación de recursos y posicionar sus productos, alertando también la llegada de nuevos contrincantes.

El éxito de la estrategia depende de qué tan efectivamente esta pueda manejar los cambios que se presenten en el ambiente competitivo. Una competencia acelerada indica que ya no es posible esperar por la acción del competidor, sino anticiparse y prepararse para enfrentar cualquier eventualidad.

Formulación de una Estrategia Competitiva

Esencialmente, la definición de una estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y que políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos.

La estrategia competitiva es una combinación de los fines (metas) por los cuales se está esforzando la empresa y los medios (políticas) con las cuales está buscando llegar a ellos.

2.8.1 La Competitividad según Michael Porter

CONCEPTO DE COMPETITIVIDAD

- “El desafío de la competitividad ha cambiado, en especial en los países y regiones avanzados. Los desafíos de hace una década eran la reestructuración, la reducción de costes y el aumento de la calidad. Hoy en día, la mejora continua de las operaciones se da por supuesta, y muchas empresas pueden adquirir y aplicar la mejor tecnología actual. En los países avanzados, la fabricación de productos estandarizados mediante el empleo de métodos estandarizados no permite conseguir una ventaja competitiva sostenible. Las personas deben estar en

condiciones de innovar en la vanguardia mundial. Deben crear y comercializar una serie de nuevos productos y procesos que desplacen la vanguardia de la tecnología, avanzando con la misma rapidez con la que sus rivales se ponen a su altura.”³⁹

“El campo competitivo es la amplitud de las actividades que la empresa utiliza en conjunto para competir en un sector. En el campo competitivo se puede distinguir cuatro dimensiones básicas:

- Segmentos del campo, el conjunto de segmentos a lo que sirve la empresa. Sectores del campo, el conjunto de sectores en que la empresa compite mediante una estrategia coordinada.
- Campo vertical, o las actividades de la empresa que van dirigidas hacia los proveedores y canales.
- Campo geográfico, las regiones en que la empresa actúa aplicando una estrategia coordinada.”⁴⁰

- “En algunos campos, los últimos estudios realizados acerca de la ecología industrial, con su insistencia en la efectividad con que se deben emplear distintos recursos críticos en el proceso productivo- está desarrollándose sobre la base de las ideas que surgieron a fines de los años ochenta y principios de los años noventa del pasado siglo acerca de temas como “el medio ambiente y la competitividad”. Aunque las ideas económicas tradicionales afirman que las competitivas tienen por base las entradas con bajos costos, los últimos estudios realizados acerca de la competitividad de las empresas se encuentran en la naturaleza dinámica de los negocios y en la importancia de la innovación. La ventaja competitiva actual suele tener su origen en el hecho de haber hallado métodos inesperados de rebajar los costos de los productos fabricados o de haber detectado formas de aumentar el valor del producto, bien sea de manera directa o de manera indirecta. En consecuencia, la mejora de la productividad de los recursos es lo que hace a las empresas verdaderamente competitivas.”⁴¹

³⁹ Porter Michael E., Estrategia Competitiva, Cía. Editorial Continental, México1991. P. 7

⁴⁰ Porter Michael E., Estrategia Competitiva, Cía. Editorial Continental, México1991. P. 143-144

⁴¹ Porter Michael E., Estrategia Competitiva, Cía. Editorial Continental, México1991. P. 175-176

3. RESULTADOS DE LA EVALUACION DE COMPETITIVIDAD

3.1 Identificar los productos derivados de la hoja de coca con mayor comercialización como un índice de competitividad en el mercado local.

Teniendo en cuenta los datos suministrados por la Cámara de Comercio de Bogotá a octubre del año 2013, entre las localidades de Suba, Candelaria y Chapinero, se concentran 915 de las empresas pertenecientes a la clasificación 4773, entre la que se ubican las tiendas naturistas, de las cuales son microempresas 816, pequeñas empresas 74, medianas Empresas 21 y grandes empresas 4.

Se utilizó como instrumento de medición una encuesta (ANEXO 1), la cual se aplicó en las tres zonas del área de estudio.

Para la aplicación del instrumento de medición, se tomó como población de estudio la correspondiente a las microempresas (816 en total), las cuales se distribuyen así: Candelaria: 23, Chapinero: 200 y Suba: 593.

Teniendo en cuenta un error del 5% y un nivel de confiabilidad del 95%, asumiendo varianza máxima; se obtuvo un tamaño de muestra de 262.

Obteniendo los siguientes resultados:

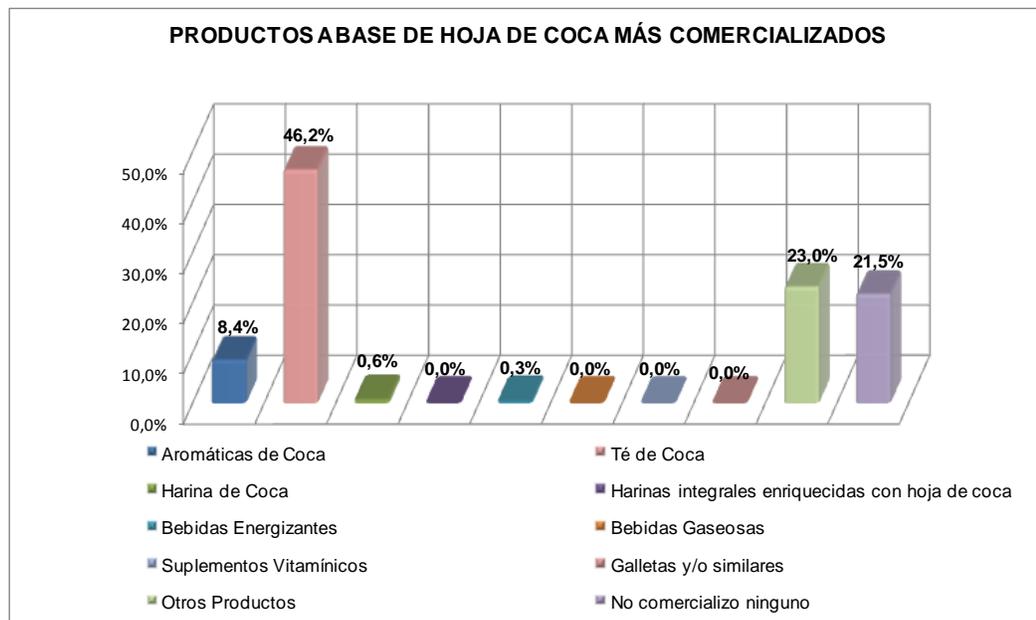


GRÁFICO No. 1 / Fuente el Autor

Se puede evidenciar que el producto más comercializado dentro del mercado es el “Té de Coca”, al cual el 46.2% de la población escogió, seguida por las “Aromáticas de Coca” representadas por un 8.4%, aunque hay un 21.5% de la población que no comercializa ningún producto elaborado con hoja de coca. Sin embargo, un 23% de la misma comercializa otro tipo de productos, los cuales se discriminan en el Gráfico No. 2.

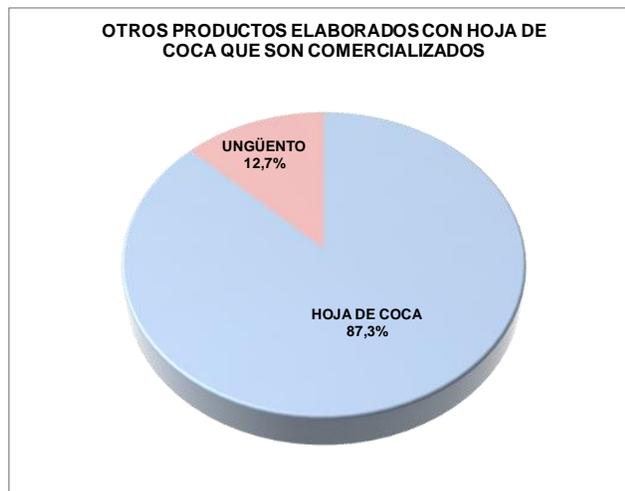


GRÁFICO No. 2
Fuente el Autor

Del 23% de la población que comercializa otro tipo de productos elaborados con hoja de coca, diferentes a las opciones dadas en la encuesta, un 87.3% comercializa la Hoja de Coca Seca y un 12.7% comercializa ungüentos o pomadas.



GRÁFICO No. 3
Fuente el Autor

Del 21.5% de la población que no comercializa productos elaborados con hoja de coca, un 51.4% no estaría dispuesto a comercializarla, solo un 16.2% lo haría, mientras que el 32.4% no lo sabe.

En el Gráfico No. 4, se exponen las razones por las cuales no comercializarían los productos.



GRÁFICO No. 4
Fuente el Autor

El 45.2% de la población encuestada considera que los productos elaborados con hoja de coca no se venderían bien, un 21% no está interesada en comercializarlos, mientras que un 30.6% los considera ilegales.

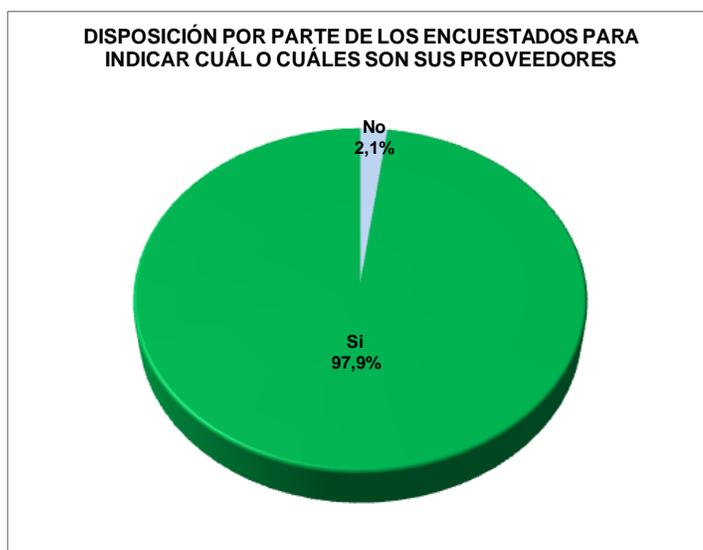


GRÁFICO No. 5
Fuente el Autor

De los encuestados que comercializan los productos elaborados con hoja de coca, un 97.9% de estos estuvo dispuesto a indicar cuál o cuales son sus proveedores, solo un 2.1% no lo estuvo.



GRÁFICO No. 6
Fuente el Autor

Las principales marcas y/o proveedores que se encuentran en el mercado son “BIO COCA” con un 42.5% y “COCA NASA” con un 57.8%, es importante resaltar que la marca de la empresa que es caso de estudio en este trabajo es la más representativa del mercado, sin embargo los productos BIO COCA, se encuentran

muy cerca de igualarlos, lo que permite concluir que puede ser el competidor más directo de la marca COCA NASA.

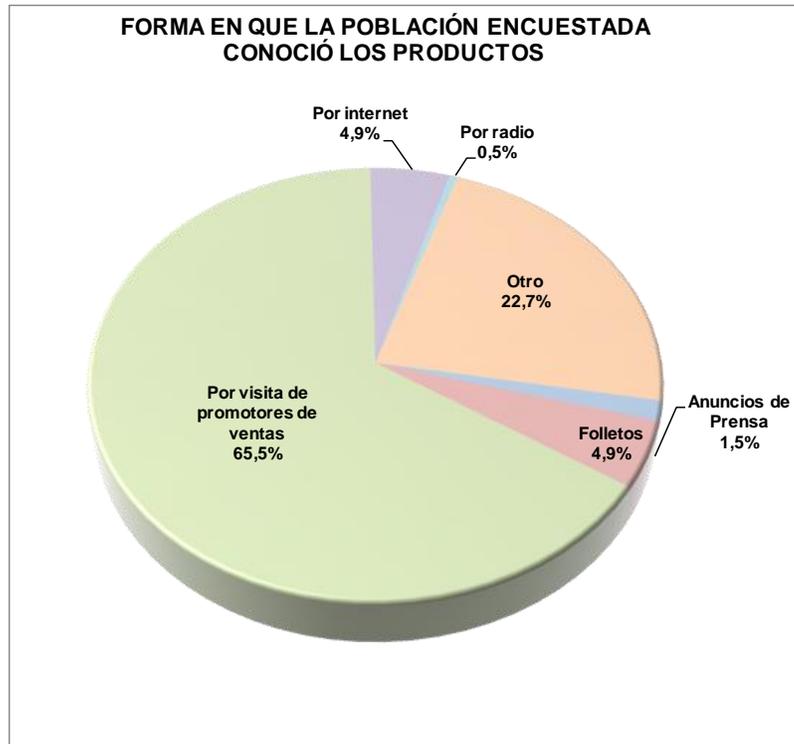


GRÁFICO No. 7
Fuente el Autor

La principal forma en la que se han dado a conocer los productos elaborados con hoja de coca es a través de la visita de promotores de ventas, representada por un 65.5%, es importante resaltar que el 22.7% de la población los conoció de otra forma diferente a las opciones dadas en la encuesta, las cuales se discriminan en el Gráfico No. 8.



GRÁFICO No. 8

Fuente el Autor

Otro de los medios por los cuales los encuestados han conocido los productos es a través de las ferias, principalmente las ferias naturistas, las cuales están representadas por un 73.9% del 22.7% de la población que dice haberlos conocido de una forma diferente a las opciones dadas en la encuesta.

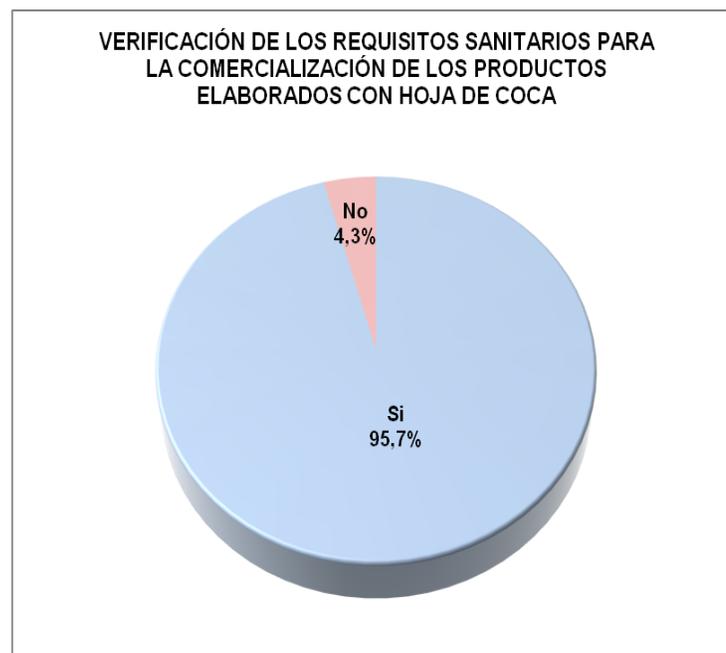


GRÁFICO No. 9

Fuente el Autor

Del total de la población que comercializa los productos elaborados con hoja de coca, el 95.7% dice que verifica el cumplimiento de los requisitos sanitarios para la comercialización de los mismo, especialmente el registro INVIMA, sin embargo, estos no tienen clara la diferencia entre registro y permiso, pues los productos del caso de estudio COCA NASA, no cuentan con registro INVIMA propiamente, cuentan con un permiso otorgado por el INVIMA (**NEXO 3**), ya que su registro sanitario es de la autoridad indígena a la que ellos pertenecen, Resolución 001-2005 de la Autoridad Indígena respectiva ACIJT Asociación de Cabildos indígenas Juan Tama, (**ANEXO 4**) y a su vez no conocen el alcance de dicho permiso.

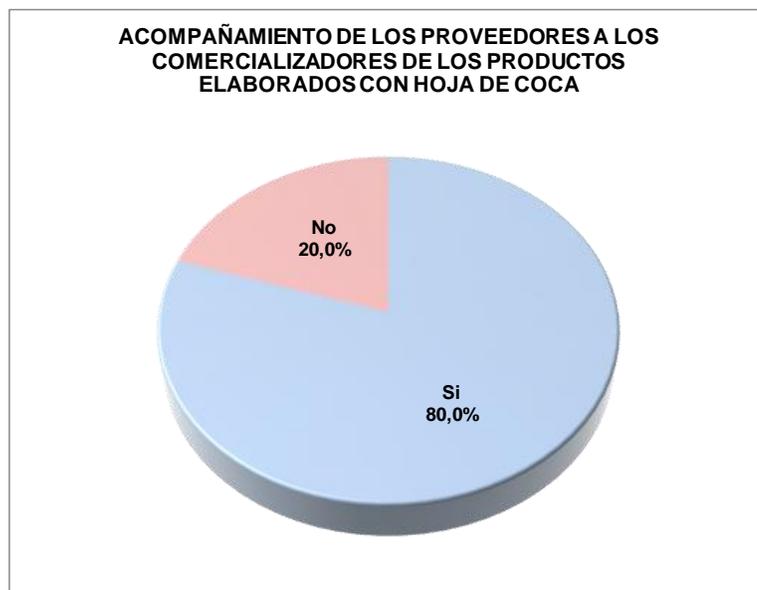


GRÁFICO No. 10
Fuente el Autor

Respecto al acompañamiento recibido por parte de los proveedores de los productos, el 80% de los encuestados respondió que si lo reciben, bien sea a través de capacitaciones sobre las cualidades de los productos o invitaciones a actividades realizadas por ellos.

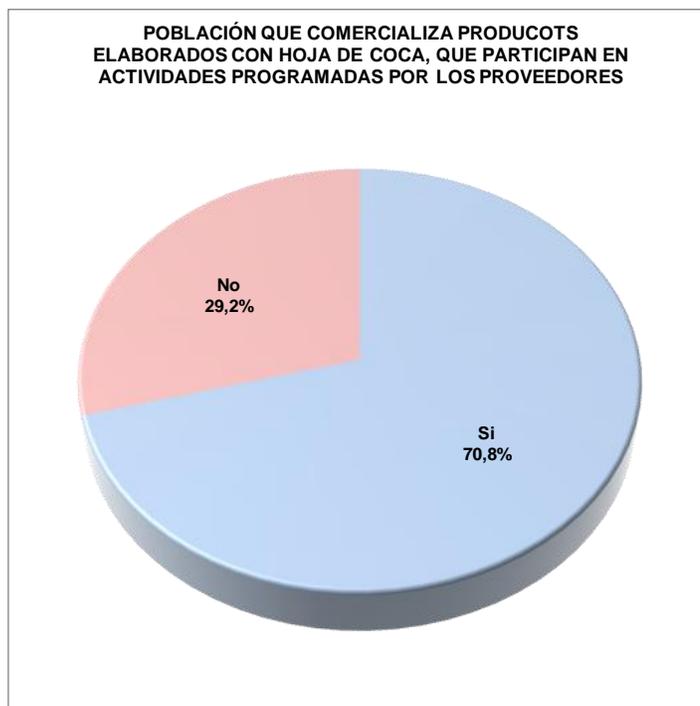


GRÁFICO No. 11
Fuente el Autor

Del 80% de la población que recibe acompañamiento por parte de los proveedores incluidas actividades programadas por los mismos, un 70.8% de estos si participa en ellas, mientras que un 29.2% no lo hace.

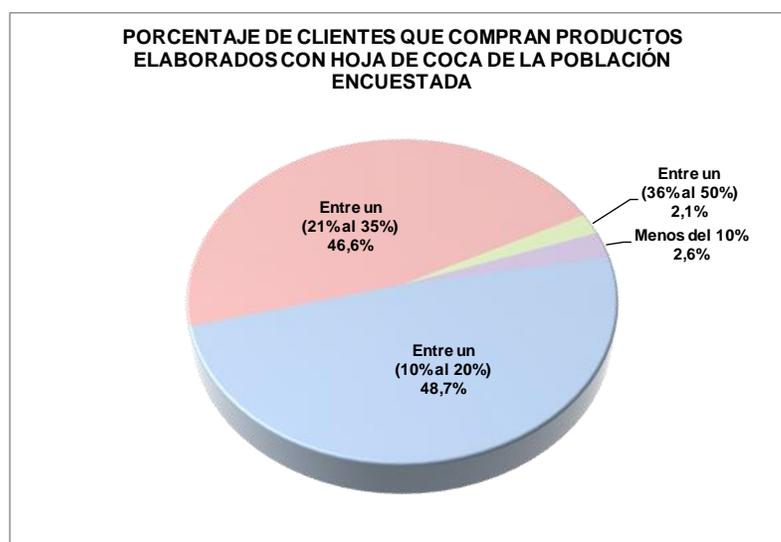


GRÁFICO No. 12
Fuente el Autor

De los establecimientos que comercializan productos elaborados con hoja de coca, un 48.7% considera que entre el 10% y el 20% de su clientela compra productos elaborados con hoja de coca y un 46.6% considera que esta proporción esta entre el 21% al 35%.

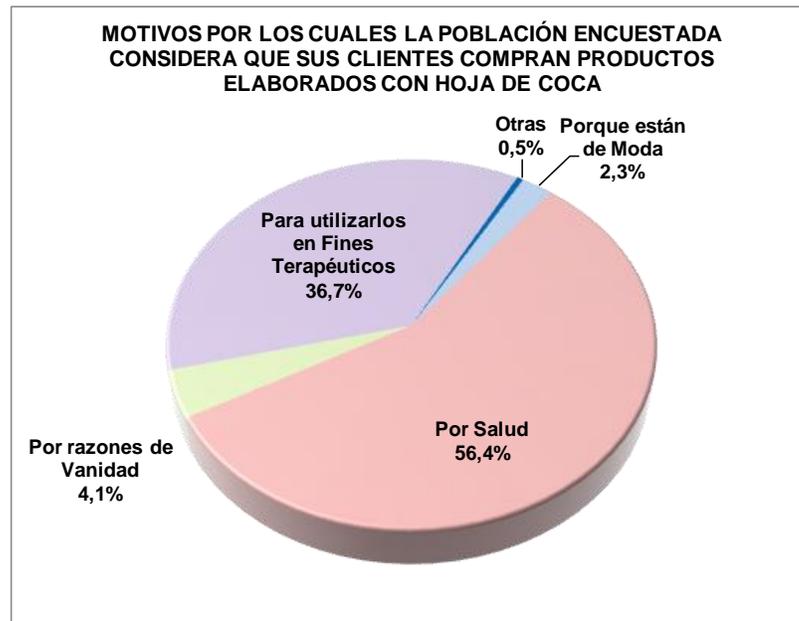


GRÁFICO No. 13
Fuente el Autor

El 56.4% de los encuestados consideran que sus clientes compran productos elaborados con hoja de coca por salud y que un 36.7% lo hace con fines terapéuticos, lo que permite evidenciar que los clientes reconocen en estos productos las propiedades nutraceuticas que defienden quienes los producen.

**PROMEDIO DE EDAD DE LAS PERSONAS QUE
COMPRAN PRODUCTOS ELABORADOS CON HOJA
DE COCA**

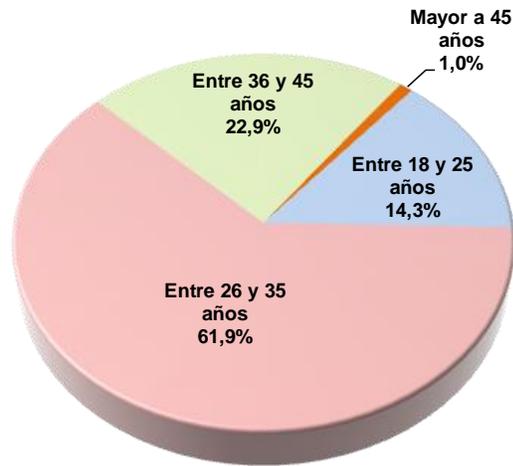


GRÁFICO No. 14
Fuente el Autor

El 61.9% de los encuestados consideran que los clientes que mas compran productos elaborados con hoja de coca están entre los 26 y 35 años y un 22.9% considera que su clientela esta entre los 36 y 45 años, la población mayor de 45 años es la menos representativa en este mercado.

**CONOCIMIENTO Y COMPRA DE PRODUCTOS
ELABORADOS CON HOJA DE COCA,
DESCRIMINADOS POR GÉNERO**

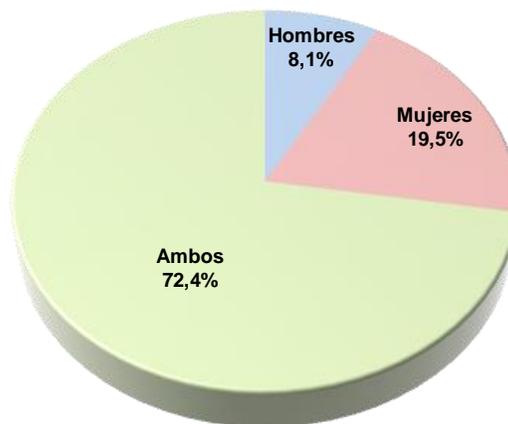


GRÁFICO No. 15
Fuente el Autor

Se puede concluir del gráfico anterior que no existe una diferencia marcada por el género a la hora de realizar la compra de los productos elaborados con hoja de coca, lo que se evidencia en el resultado del 72.4% de la población encuestada que considera que ambos sexos lo hacen por igual.

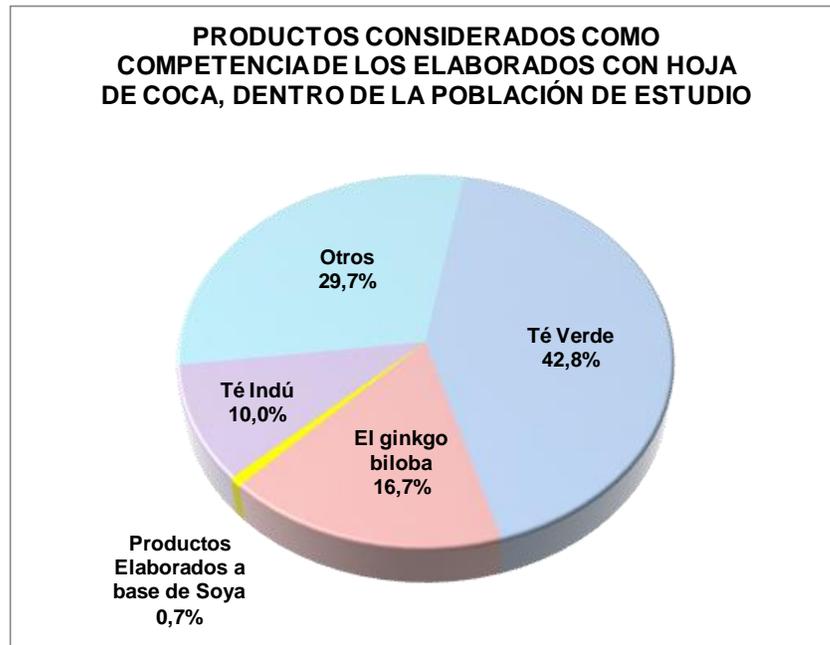


GRÁFICO No. 16
Fuente el Autor

Acorde a la información arrojada por la encuesta el té verde es considerado por la población de estudio, el producto que más directamente puede competir frente a los elaborados con hoja de coca, en cuanto a las propiedades y beneficios que ofrecen, lo que se puede observar en el 42.8% del gráfico que así lo demuestra, por otro lado el 29.7% considera que pueden ser otros productos, sin embargo no especifican cuales.

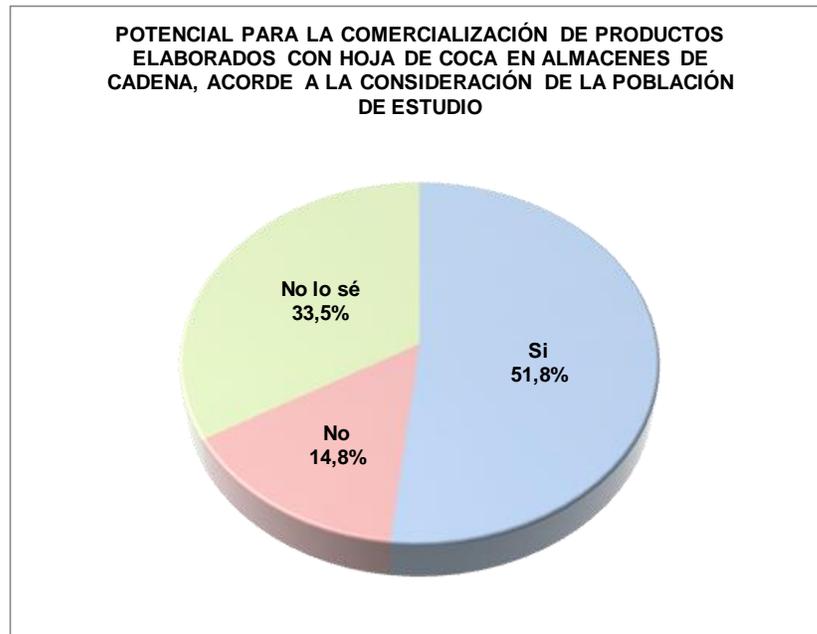


GRÁFICO No. 17
Fuente el Autor

El 51.8% de la población considera que los productos elaborados con hoja de coca tienen potencial para ser distribuidos en almacenes de cadena, sin embargo un 33.5% de la población se encuentra indecisa.

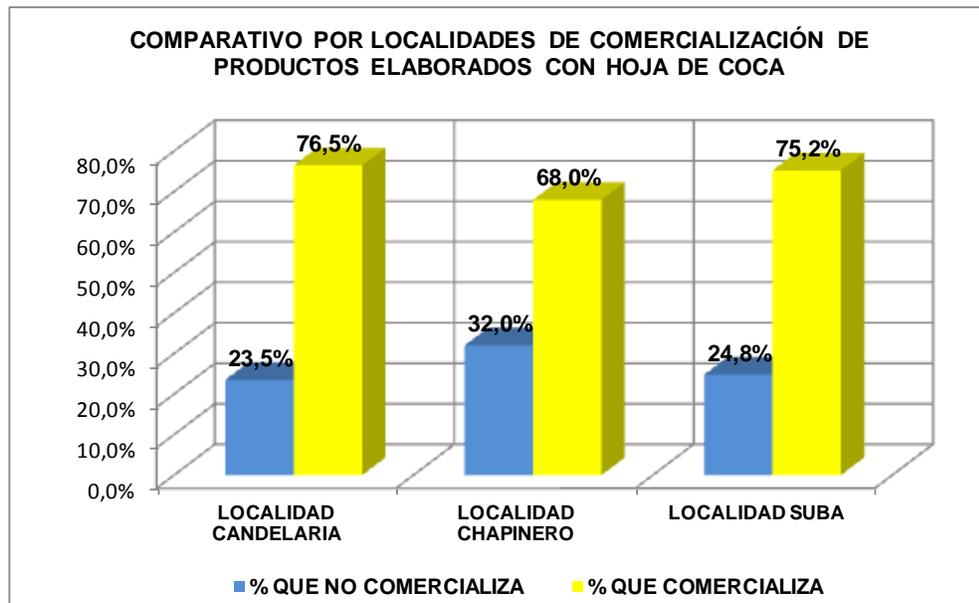


GRÁFICO No. 18
Fuente el Autor

Con relación a las localidades escogidas para el estudio, Candelaria es el sector en el que más se comercializan este tipo de productos representada por un 76.5% de la población que si lo hace, seguido por la localidad de Suba representada por el 75.2%.

3.2 Determinar la competitividad y el nivel de innovación de los productos elaborados a base de la hoja de coca en la empresa COCA NASA en comparación con otros productores de la región andina

Son varios los productos que se elaboran con hoja de coca, acorde a lo descrito en la revisión bibliográfica realizada en el presente trabajo, sin embargo, teniendo en cuenta el trabajo de campo realizado y la aplicación de las encuestas en las localidades escogidas para el estudio (Suba, Candelaria y Chapinero), se relacionan a continuación los productos y marcas que se comercializan, su origen y precio en el mercado.

TABLA No. 3
PRODUCTOS MÁS COMUNES ENCONTRADOS EN EL MERCADO DEL ÁREA DE ESTUDIO (CHAPINERO, SUBA, CANDELARIA) ELABORADOS CON HOJA DE COCA Y SU ORIGEN

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS	ORÍGEN	PRESENTACIÓN Y PRECIO
 <p>TÉ DE COCA</p>	<p>El té de coca es muy utilizado por sus bondades digestivas, circulatorias, antifatigantes y antiestrés, con ligeros pero significativos efectos estimulantes del estado de ánimo. Puede tomarse a cualquier hora del día y preferiblemente después de las comidas como estomáquico. También está indicado en caso de indigestiones, cólicos y estados diarreicos.</p>	Perú	<p>Caja por 100 unidades de Bolsitas Filtrantes con 25gr de Hoja de Coca Molida Aproximadamente.</p> <p>Precio Promedio \$ 14.000</p>
 <p>HOJAS DE COCA</p>	<p>Utilizada para el mameo o elaboración de infusiones.</p>	Perú	<p>Bolsa x 250 gr Aproximadamente</p> <p>Precio Promedio \$ 7.000</p>

<p>TÉ DE COCA</p> 	<p>El té de coca es muy utilizado por sus bondades digestivas, circulatorias, antifatigantes y antiestrés, con ligeros pero significativos efectos estimulantes del estado de ánimo. Puede tomarse a cualquier hora del día y preferiblemente después de las comidas como estomáquico. También está indicado en caso de indigestiones, cólicos y estados diarreicos.</p>	<p>Colombia Coca Nasa</p>	<p>Caja por 20 unidades de Bolsitas Filtrantes con 25gr de Hoja de Coca Molida Aproximadamente Precio Promedio \$ 5.500</p>
<p>MIXTURAS AROMÁTICAS</p> 	<p>El té de coca es muy utilizado por sus bondades digestivas, circulatorias, antifatigantes y antiestrés, con ligeros pero significativos efectos estimulantes del estado de ánimo. Puede tomarse a cualquier hora del día y preferiblemente después de las comidas como estomáquico. También está indicado en caso de indigestiones, cólicos y estados diarreicos.</p>	<p>Colombia Coca Nasa</p>	<p>Caja por 20 unidades de Bolsitas Filtrantes con 25gr Aproximadamente de Hoja de Coca Molida y otros compuestos como menta o manzanilla. Precio Promedio \$ 5.500</p>
<p>HOJA DE COCA</p> 	<p>Utilizada para el mameo o elaboración de infusiones.</p>	<p>Colombia Coca Nasa</p>	<p>Bolsa x 250 gr Aproximadamente Precio Promedio \$ 6.000</p>
<p>GALLETAS DE COCA</p> 	<p>Elaboradas con mezcla de Trigo y Harina de Coca y en algunos casos chocolate. Para consumo directo como golosina o acompañante.</p>	<p>Colombia Coca Nasa</p>	<p>Paquete x 6 unidades Con Chocolate o Integrales Precio Promedio \$ 7.000</p>
<p>UNGÜENTOS DE COCA</p> 	<p>Analgésico Antiinflamatorio</p>	<p>Colombia Coca Nasa</p>	<p>Contenido 35 gr Precio Promedio \$ 6.000</p>

**TABLA No. 4
FICHA DE CARACTERIZACIÓN EMPRESA COCA NASA**

RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA	ECOCA LTDA	
RUT / NIT	NIT RÉGIMEN SIMPLIFICADO	
UBICACIÓN	BOGOTÁ D.C - LOCALIDAD DE ENGATIVÁ	
REGISTRO SANITARIO O PERMISOS ESPECIALES	Registro Sanitario Resolución 001-2005 de la Autoridad Indígena respectiva ACIJT (Asociación de Cabildos indígenas Juan Tama) ANEXO 3	
ACTIVIDAD COMERCIAL	Elaboración y comercialización de productos naturales	
No. EMPELADOS DIRECTOS	4 Personas Directas	
VOLÚMEN DE MATERIA PRIMA HOJA DE COCA PROCESADA AL MES	Aproximadamente se Procesan al mes 100 Kg de Hoja de Coca Seca.	
DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	Actualmente la Empresa está incursionando en la elaboración de productos cosméticos como jabones y otros productos como geles analgésicos, pomadas, aceites y un analgésico tópico para la garganta.	
NUEVOS RETOS	La empresa tiene claro el potencial de sus productos y a su vez ve la necesidad de ampliarse, tecnificar y reorganizar sus procesos, por lo que tiene en mente la construcción de su propia planta; sin embargo por las dificultades jurídicas que ha tenido el proyecto y por la falta de recursos económicos suficientes no se ha podido ejecutar la idea.	
CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN	Prácticamente todos los productos son elaborados a través de la Tercerización de los Procesos. Solo el caso de las aromáticas cuentan con un proceso de secado y empaque más artesanal.	
EMPRESAS QUE TERCERIZAN LOS PRODUCTOS	Varias entre ellas la más importante GOLD FLOWER LTDA	
PROVEEDORES DE LA HOJA DE COCA	Tres resguardos indígenas conformados aproximadamente por 5.000 personas	
ONG'S A LAS CUALES ESTAN ASOCIADOS	Organizaciones Indígenas CRIC (Cauca) y ONIC (Nacional)	
PRODUCTOS ELABORADOS POR LA EMPRESA		
LÍNEA DE PRODUCCIÓN	TIPO DE PRODUCTO	
COMESTIBLES	Galletas	
	Harina de Coca	

LINEA DE PRODUCCIÓN	TIPO DE PRODUCTO	
<p style="text-align: center;">INFUSIONES</p>	<p style="text-align: center;">Té de Coca y Mixturas Aromáticas</p>	
	<p style="text-align: center;">Hoja de Coca Entera Deshidratada</p>	
<p style="text-align: center;">BEBIDAS</p>	<p style="text-align: center;">Ron de Coca</p>	

LINEA DE PRODUCCIÓN	TIPO DE PRODUCTO	
<p style="text-align: center;">EBIDAS</p>	<p style="text-align: center;">Gaseosa Bebida Energizante</p>	
<p style="text-align: center;">COSMÉTICOS Y OTROS</p>	<p style="text-align: center;">Pomada</p>	
	<p style="text-align: center;">Geles</p>	

LINEA DE PRODUCCIÓN	TIPO DE PRODUCTO	
COSMÉTICOS Y OTROS	Jabones	
	Tópico Analgésico para la Garganta	
PUNTOS DE VENTA	<p>La empresa cuenta con un punto de venta en el Centro de Bogotá, el cual es visitado principalmente por extranjeros, en el que se vende la variedad de productos elaborados por la empresa y la identidad cultural de la misma.</p>	



A través de la aplicación del Modelo de Indicadores de Gestión Sostenible y Asociatividad (**MIGSA**), se pudo medir el nivel de competitividad desde siguientes tres aspectos:

1. GESTION DE CALIDAD

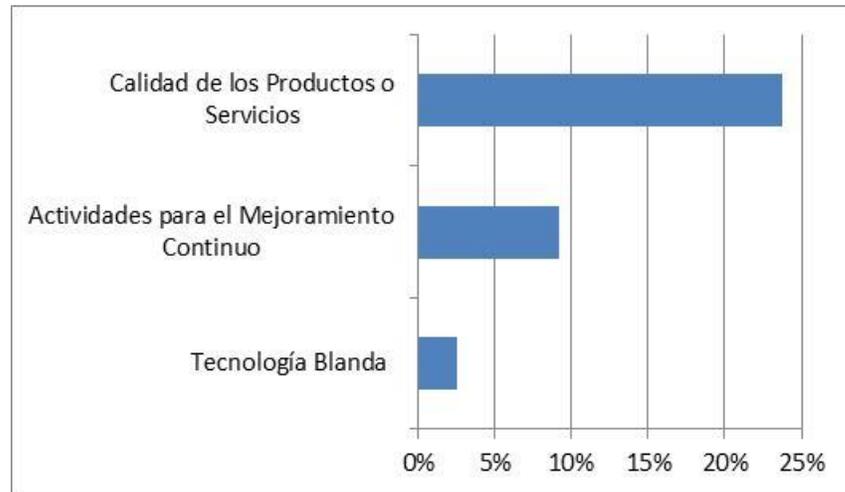


GRÁFICO No. 19
Fuente el Autor

TABLA DE VALORES GESTION DE CALIDAD

Tecnología Blanda	3%
Actividades para el Mejoramiento Continuo	9%
Calidad de los Productos o Servicios	24%
Gestión de Calidad	12%

TABLA No. 5

Dentro de los ítems evaluados en el modelo MIGSA, se obtuvieron los resultados, que se reflejan en la gráfica y tabla de valores anteriores; se concluye que la empresa no tiene implementado un sistema de gestión de calidad, ni tiene claros los conceptos de calidad como valor agregado de sus productos, lo que refleja el resultado de solo un 12%, de un 100% posible.

A continuación se relacionan las descripciones arrojadas por el modelo MIGSA, en la evaluación de la Gestión de Calidad.

- La empresa no tiene ninguna herramienta para la implementación de un sistema de gestión de calidad.
- Aunque se aplican conceptos básicos de las BPM, no se tiene documentado ni implementado un Manual de BPM, ni hay seguimiento a los programas del mismo.
- No se tiene conocimiento de la filosofía del Kaizen o mejora continua para la solución de problemas en la rutina diaria.
- No se tiene conocimiento de la filosofía del Kaizen o mejora continua para trabajar proyectos sistemáticos que aporten a la reestructuración de la organización.
- No se tiene conocimiento de cómo implementar actividades que permitan direccionar a la organización para la mejora continua.
- La organización se centra en realizar un trabajo con calidad de acuerdo con los requisitos del cliente. No tiene documentos sobre lo que se pretende con la calidad.
- No se trabajan actividades de mejoramiento continuo y no se conoce el concepto del ciclo PHVA.

Por último, aunque la calidad de sus productos no ha presentado quejas por parte de sus clientes, falta implementar sistemas de control y trazabilidad que garanticen los procesos de producción y distribución de los productos pues redundan en la calidad final de los mismos.

2. **GESTION CON LA COMUNIDAD**

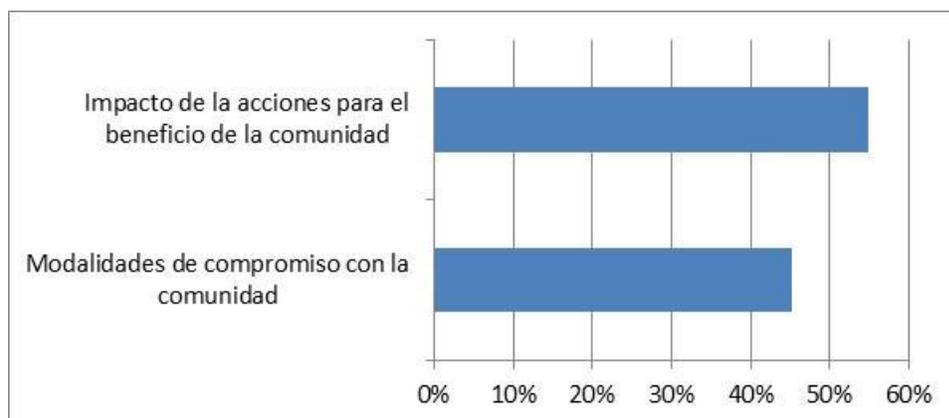


GRÁFICO No. 20
Fuente el Autor

TABLA DE VALORES GESTION CON LA COMUNIDAD

Modalidades de compromiso con la comunidad	45%
Impacto de la acciones para el beneficio de la comunidad	55%
Gestión con la Comunidad	50%

TABLA No. 6

Dentro de los ítems evaluados en el modelo MIGSA, se obtuvieron los resultados, que se reflejan en la gráfica y tabla de valores anteriores; se concluye que la empresa aunque tiene un grande compromiso con la comunidad, principalmente la perteneciente a su resguardo, no cuenta aún con los recursos suficientes para hacer inversiones que impacten directamente a todos los involucrados de esta cadena productiva, especialmente en la promoción y desarrollo del talento humano, lo que se ve reflejado en el 50% del resultado obtenido promedio de los ítems evaluados, de los cuales un 45% corresponde al compromiso con la comunidad y un 55% al impacto de las acciones para el beneficio de la misma.

A continuación se relacionan las descripciones arrojadas por el modelo MIGSA, en la evaluación de la Gestión con la Comunidad.

ASOCIACIÓN SOCIAL DIRECTA

- La empresa no contempla dentro de sus presupuestos las donaciones en efectivo.
- La empresa realiza esporádicamente donaciones de productos y servicios que representan insumos, enseres, equipamientos y bienes de consumo o de uso personal, atención médica o servicios de salud que favorecen la calidad de vida y la garantía de supervivencia de las poblaciones vulnerables.
- La empresa no acostumbra otorgar reconocimientos especiales, ni estímulos por méritos laborales, académicos o ciudadanos, ni concede becas a sus empleados para estudios en el país o en el exterior, ya que aún no cuenta con los recursos económicos suficientes, ni con programas implementados sobre la gestión del talento humano.
- La empresa facilita esporádicamente sus instalaciones para la realización de reuniones o eventos de la comunidad circundante.

ACCION SOCIAL CON INTERMEDIACION

- De manera esporádica la empresa entrega dinero o productos y servicios, préstamos, asesoría profesional o capacitaciones que permiten el fortalecimiento de organizaciones que trabajan en el ámbito social.
- La empresa no patrocina actividades sociales o académicas, no entrega dineros para estudio infantil y bienestar social, no asume costos de edificaciones y/o dotaciones para servicios sociales, ya que aún no cuenta con los recursos económicos suficientes.
- Permanentemente la empresa hace alianza con otras para llevar a cabo iniciativas sociales, en el marco de su gestión estratégica.
- La empresa realiza regularmente acuerdos con organizaciones públicas o privadas para la realización de actividades focalizadas y puntuales, de acuerdo con su planeación estratégica.
- Con alguna frecuencia, la empresa se apoya en convenios suscritos que legitimen los esfuerzos que realiza con otras organizaciones para manejar asuntos de interés compartido y utilidad pública.

DESARROLLO PROPIO

- En el pasado la empresa asumió algunos proyectos y programas sociales con personas a cargo de esta responsabilidad, aunque no hacía parte de su razón social.
- La empresa está en proceso de estructurar orgánicamente a una entidad jurídica con capacidad para ejecutar formalmente un conjunto planificado de actividades en diferentes áreas sociales.
- La empresa fomenta y orienta a los empleados a la sensibilización social e invita a acciones de impacto social que generalmente se desarrollan en el horario laboral.

ALCANCE DE LA ACCION SOCIAL

El alcance de la RSE de la organización abarca a trabajadores, familias, a todos los stakeholders con los que se relaciona directamente y a un grupo social de la región.

IMPACTO DE LA GESTION SOCIAL

Las acciones sociales de la organización son espontáneas.

3. **GESTION DE MERCADEO**

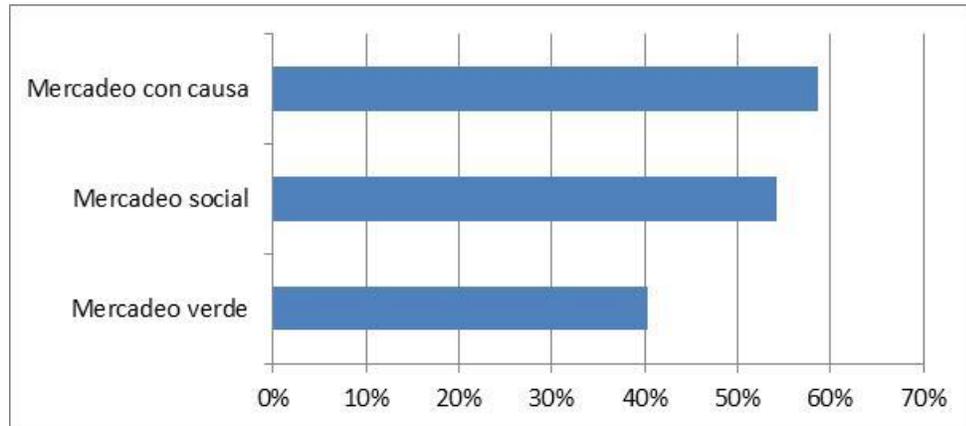


GRÁFICO No. 21
Fuente el Autor

TABLA DE VALORES GESTION DE MERCADEO

Mercadeo verde	40%
Mercadeo social	54%
Mercadeo con causa	59%
Gestión de Mercadeo	51%

TABLA No. 7

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el modelo MIGSA, que se reflejan en la gráfica y tabla de valores anteriores; se concluye que la empresa aunque tiene un gran compromiso con el medio ambiente y esta consiente del impacto social de sus actividades y productos, no tiene estructurado ni implementado un programa de RSE, por lo que dichas actividades se hacen de forma empírica, adicionalmente la estrategia de mercadeo va más encaminada al Mercadeo con Causa, lo que refleja el porcentaje mayor dentro de los parámetros que constituyen la evaluación de la Gestión de Mercadeo en general, el cual corresponde a un 59%; por otra parte el mercadeo verde, el cual se refleja principalmente en las etiquetas y empaques y la información que a través de ellos se da a los usuarios, son los menos representativos dentro de la evaluación realizada a la empresa con un 40%.

Cabe anotar que la empresa no cuenta con un departamento comercial o de mercadeo, lo que hace que las actividades de comercialización y venta de los productos se realicen empíricamente.

A continuación se relacionan las descripciones arrojadas por el modelo MIGSA, en la evaluación de la Gestión de Mercadeo.

MERCADEO VERDE:

- **ETIQUETAS Y EMPAQUES:** Los empaques de los productos son elaborados con materiales de mínimo impacto ambiental y sus etiquetas contienen información confiable, relevante y oportuna sobre la seguridad, desempeño y eficacia de los productos ofertados; aún no suministran instrucciones para que los consumidores realicen un consumo responsable y correcto.
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL COMO VALOR AGREGADO:** La empresa es social y ambientalmente responsable y lo promueve regularmente en su comunicación, sin fundamentar sus estrategias de mercadeo principalmente sobre este valor.
- **PARTICIPACIÓN EN REDES AMBIENTALMENTE RESPONSABLES:** La empresa participó en redes ambientalmente responsables pero sus actividades cotidianas desplazaron esta actividad. Sigue sin embargo, interesada en el tema ya que es consciente de su importancia.
- **SELECCIÓN DE PROVEEDORES AMBIENTALMENTE RESPONSABLES:** La empresa procura el cumplimiento de la normatividad ambiental y demás expresiones de la responsabilidad ambiental para la selección de los proveedores; no hace seguimiento.
- **CANALES DE DISTRIBUCIÓN COMPROMETIDOS CON EL MEDIO AMBIENTE:** La empresa selecciona los canales de distribución de acuerdo con el cumplimiento de la normatividad ambiental y demás expresiones de la responsabilidad ambiental; sin hacer algún tipo de seguimiento.
- **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN QUE PROMUEVAN LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL:** Por lo regular, las estrategias de comunicación de la empresa contemplan como argumento fundamental la promoción de la responsabilidades social y ambiental entre sus clientes y empleados.
- **ESTRUCTURA DE PRECIOS ACORDE A LOS COSTOS AMBIENTALES:** La estructura de precios de la empresa para sus productos y servicios, no contempla los costos ambientales de la actividad productiva.

MERCADEO SOCIAL

- **SATISFACCIÓN REAL DE LAS NECESIDADES DEL SEGMENTO OBJETIVO:** Existe un interés real por satisfacer las necesidades del cliente, más allá del interés lucrativo y de renta; sin embargo, la empresa no cuenta con mecanismos para medir dicha satisfacción ni para examinar los cambios en este sentido.
- **TRANSPARENCIA Y VERACIDAD EN LA COMUNICACIÓN DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS Y DE LO QUE REALIZA EN EL ÁMBITO SOCIAL:** De manera regular la empresa asume la divulgación y promoción de lo que realiza en el ámbito social, como un mecanismo responsable de incentivación y referencia para los otros, de manera que se reafirman las convicciones internas de la organización para mantener el compromiso emprendido.
- **GRADO DE INTERÉS EN EL BIENESTAR DE LA SOCIEDAD A PARTIR DE SU ACTIVIDAD:** Con alguna frecuencia sus acciones de mercadeo se inscriben en la idea de campañas sociales, es decir, en mercadeo de ideas e imágenes que ayuden a cambiar actitudes a favor de un mayor bienestar para el consumidor en particular y para la sociedad en general.

MERCADEO CON CAUSA

- **GRADO DE COMPROMISO DE LA EMPRESA CON UNA CAUSA ESPECÍFICA:** Con frecuencia ofrece una parte de la renta por producto vendido a una organización dedicada a una causa social, de manera que genera un impacto en la empresa, en la organización receptora de los recursos y en los beneficiarios últimos del aporte, dichos beneficiarios.
- **ESTRUCTURA DE MERCADEO A PARTIR DE UNA CAUSA ESPECÍFICA:** Utiliza distintos recursos de la publicidad y de la mezcla de mercadeo para donar una menor cantidad de dinero del que aportan los consumidores para una causa social.

RESULTADO PROMEDIO DE LA MEDICIÓN DE COMPETITIVIDAD

DEL CASO COCA NASA

Teniendo en cuenta los resultados de la medición de competitividad desde los aspectos de Gestión de Calidad, Gestión con la Comunidad y la Gestión de mercadeo, se decidió promediar los resultados obtenidos, con el fin de tener una medición promedio que permita establecer el nivel general con respecto al resultado ideal (100%).

A continuación se relaciona el gráfico comparativo del promedio de los tres ítems evaluados.

RESULTADO PROMEDIO DE LA MEDICIÓN DE COMPETITIVIDAD

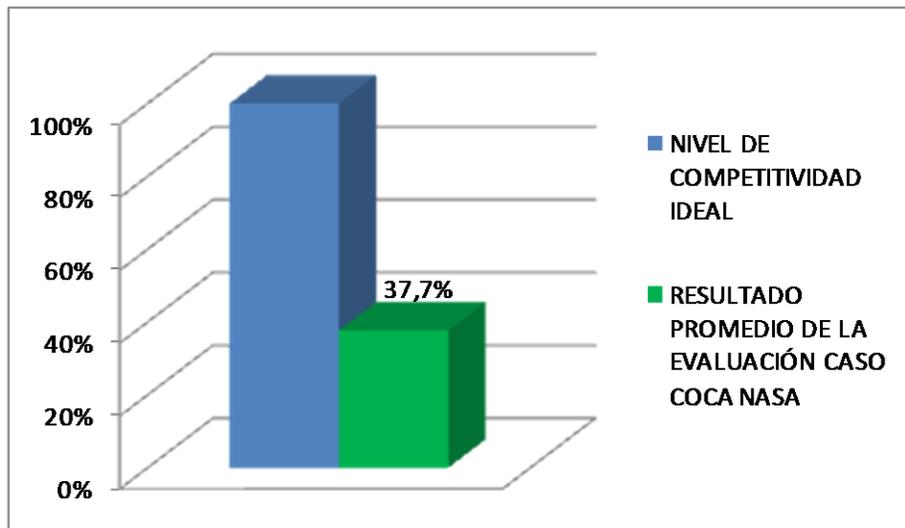


GRÁFICO No. 22
Fuente el Autor

Promediando los resultados se obtuvo un nivel de competitividad del 37.7%, el cual es considerado por el grupo de estudio como significativamente bajo y lejos de un nivel medio (50%), dicho resultado se vio principalmente afectado por la medición de la gestión de calidad ya que la empresa no cuenta con ningún programa de calidad implementado, debido a lo artesanal de sus procesos y a la tercerización de alguno de los mismos.

Adicionalmente es importante resaltar que la empresa no cuenta aún con una planeación estratégica que le permita definir claramente todos sus procesos, establecer los métodos de control para los mismos y las metas que definan el actuar de la misma para alcanzar su propósito en el mercado.

3.3 Analizar posibles mercados estratégicos para los productos derivados de la hoja de coca.

Organizaciones de tipo gubernamental y privado, nacionales o internacionales, que están apoyando las empresas que se dedican a la elaboración de productos a base de hoja de coca a ampliar sus mercados y a la aceptación de sus productos:

Es concluyente que Perú y Bolivia son pioneras en la legalización de la explotación industrial de la hoja de coca, ya que cuentan con organismos reguladores de la producción legal de los cultivos de la misma, los cuales tienen agremiados a los campesinos generando beneficios económicos y sociales para los mismos.

Sin embargo a pesar de que en estos países se tiene de alguna forma “agremiado” el sector del cultivo, siembra y producción de hoja de coca, siguen existiendo cultivos ilícitos, acorde a lo descrito en el informe de la UNODC para el año 2013.

El caso de Colombia es diferente, ya que en primera instancia, solo se permite el cultivo y utilización de un número determinado de plantas de la hoja de coca a las comunidades indígenas y dentro de las tierras que ellos habitan, lo que impide que existan organismos de orden nacional que faciliten la agremiación y organización de los productores dentro de una industria legal y que a su vez permita llevar un control de los inventarios de hectáreas sembradas para este tipo de empresas.

Aunque las organizaciones indígenas defienden el derecho de sus etnias a la explotación de la hoja de coca en sus diferentes subproductos, los cuales hacen parte de la riqueza cultural de las mismas, estos derechos no son del todo reconocidos por el estado y no hay el apoyo que facilite el desarrollo de dichos proyectos.

Teniendo en cuenta el panorama, a continuación se hace relación de las empresas que a nivel de la región están apoyando la industrialización de los productos legales derivados de la hoja de coca, en cuanto a su planeación estratégica.

a) ENACO S.A.



Fuente: www.enaco.com.pe/empresa/plan.php

“ENACO S.A. es la entidad Peruana comercializadora de hoja de coca y sus derivados a nivel nacional e internacional. Su ámbito de acción interna se circunscribe a los Departamentos de Cusco, Apurímac, Puno, Arequipa, Ayacucho, Huancavelica, Ica, Cerro de Pasco, Junin, Huanuco, Lima, Ancash, La Libertad, Amazonas y Cajamarca. En 1949 el Perú, crea el Estanco de la Coca y en 1950 se dispone que éste, asuma el monopolio de la industrialización de la hoja de coca, con el fin de satisfacer los requerimientos de cocaína del mercado externo.

MISIÓN DE ENACO S.A.

Satisfacer la demanda del consumo tradicional e industrial de la hoja de coca, productos Delisse y otros a través de su comercialización interna y externa, fomentando la investigación industrial en nuevos usos benéficos para la salud.

PROVEEDORES

ENACO S.A. tiene empadronados a 25,148 productores agrupados en asociaciones lícitas de hoja de coca que tienen limitado poder de negociación.

CLIENTES

Hoja de Coca: Se tiene como principal cliente al poblador andino de los departamentos de Cusco, Huánuco, Ayacucho, La Libertad, San Martín, Puno,

Cajamarca, Amazonas, Ancash, Ucayali, Huancavelica, Junín, Madre de Dios y un mínimo porcentaje está en la costa peruana.

Productos Industriales: Los productos DELISSE y su producción diferenciada, hacen oportuno el incremento de su participación en el mercado interno y externo de filtrantes.

POSICIONAMIENTO Y COMPETIDORES

a. **Producción y comercialización de hoja de coca:** ENACO S.A., es el único ente autorizado para comercializar la hoja de coca, por lo que no se espera nuevos ingresantes lícitos, pese a estar prohibido la producción ilícita de hoja de coca, existe comerciantes ilegales y narcotraficantes que fomentan la producción y comercialización de este producto, pagando los precios más altos del mercado. Se prevé una prolongada lucha contra la producción ilegal, por parte del gobierno, resultados que permitirán mantener los niveles de rentabilidad esperada.

b. **Producción de extractos y productos Delisse:** La Constitución Política del Estado, Ley de Libre Mercado y Antimonopólica, ha liberalizado el mercado de filtrantes, existiendo la posibilidad del crecimiento de competidores en ésta línea, que afectará a la rentabilidad prevista en ésta línea de producción.

c. **Producción y comercialización de Cocaína Base al 92%:** En la producción lícita de cocaína básica al 92% y su comercialización a nivel mundial, existen otros países productores y comercializadores reconocidos internacionalmente, que pueden tener la posibilidad de absorber a nuestros clientes, tal como Bolivia. Asimismo la industria farmacológica ofrece varios sustitutos.

d. **Amenaza de productos sustitutos:**

Hoja de Coca. No existen productos sustitutos legales, que afecte el accionar de la Empresa.

Productos Delisse En ésta línea de producción, existe una variedad de productos sustitutos.

Cocaína al 92% Existen centros de investigación a nivel mundial dedicados a desarrollar productos sustitutos para la utilización en la industria químico farmacéutica, ENACO S.A. tiene definida su cartera de clientes.

Extractos: En la línea de producción de esencias y saborizantes, la elasticidad el mercado es alta, con mínima presencia de productos sustitutos”⁴²

⁴² www.enaco.com.pe/empresa/plan.php

b) ADEPCOCA



Fuente: <http://www.adepcoca-bo.com>

Asociación Departamental de Productores de Hoja de Coca (ADEPCOCA) es una institución legal fundada el 20 de julio de 1983, con el objetivo de concentrar a todos los productores de coca de la región de los Yungas de La Paz, y defender la producción de coca originaria, ancestral y tradicional

MISIÓN

Defender y proteger la producción de coca originaria, ancestral y tradicional de los Yungas de La Paz-Bolivia

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Institución legalmente establecida y representativa de los productores de hoja de coca tradicional, de las tres provincias del departamento de La Paz: Nor Yungas, Sud Yungas e Inquisivi, constituidos en 13 regionales, los mismos acreditados con carnets de productores legales.

COMPROMISOS

Promover la implementación de un sistema de industrialización de la hoja de coca para obtener productos derivados tradicionales benéficos.

Garantizar y asegurar la certificación de los productos, mediante el cumplimiento a las normas ecológicas y sanitarias actualmente vigentes en el cultivo y la industrialización de cualquier producto de exportación.

Garantizar que la adquisición de la hoja de coca para su posterior industrialización se realice bajo medios legales.

Proyección de los productos elaborados con hoja de coca, para competir con otros en el mercado internacional y los posibles nichos de mercado que se podrían explorar.

Aunque el reto de consolidar los productos elaborados con hoja de coca, es difícil por el nivel de competitividad, la industria de productos de coca se mantiene firme. “En ese contexto, un ejemplo claro es el caso de la industria de licores Santa Clara de origen Boliviano, que tiene como uno de sus productos estrella el Licor de Coca, esta envió los primeros 14 mil litros de esa bebida a Ecuador en el primer semestre de 2012, indicó su representante, Luis Miguel Camacho. Para esto, el empresario valida su registro sanitario en ese país y ajusta su estructura de costos por el alza de precios del azúcar y el alcohol. La apertura de ese mercado se logró en la rueda de negocios que organizó en Ecuador Promueve-Bolivia, en julio de 2012”.⁴³

Teniendo en cuenta, el informe aprobado en el año 2008 por el parlamento europeo, en el que se pide a los estados miembros explorar la colaboración y apoyo en la promoción de sustancias derivadas de la hoja de coca para usos estrictamente legales, se puede interpretar a la Unión Europea como un nicho de mercado a futuro, en el que actualmente se está trabajando para el reconocimiento de la industria legal de la hoja de coca.

En el ámbito local, visto desde el caso Coca Nasa, la competencia es fuerte, principalmente teniendo en cuenta la variedad de productos que se pueden encontrar en la región provenientes de Perú y Bolivia, sumado a la calidad del proceso productivo y el apoyo gubernamental. Sin embargo teniendo en cuenta que en el mercado local el principal competidor en la marca “Bio Coca”, esta aunque cuenta con registro sanitario de su país de origen (Perú), no está validado ante el INVIMA, que es la autoridad competente en Colombia.

⁴³ Productos de Coca Buscan Consolidarse en el Mercado Nacional e Internacional. <http://www.embolivia.org.br/component/content/article/75-noticias-destacadas/564-productos-de-coca-buscan-consolidarse-en-el-mercado-nacional-e-internacional>. Julio de 2012

Por otra parte se encontraron durante el trabajo de campo dos empresas más de origen nacional dedicadas a la elaboración de productos con hoja de coca, las cuales se identifican a través de su marca comercial como Kokasana y Coca Indígena, esta última, actualmente se encuentra sancionada por la suprema corte por utilizar nombres e identidad cultural indígena, cuando no pertenecen a ningún tipo de resguardo, ya que es una empresa de “hombres blancos” como lo dirían en su lenguaje los indígenas, dicho fallo se dio a través de demanda puesta por la ONIC, una vez se conoció el origen de la misma y como respuesta a la necesidad de proteger los derechos propios de estas comunidades.

***“IDENTIDAD CULTURAL DE LAS COMUNIDADES INDIGENAS-
Orden a la Superintendencia de Industria y Comercio para que suspenda
acto administrativo que permite comercialización de productos a base de
coca, por considerar que atenta contra el conocimiento tradicional
indígena***

Referencia: expediente T-3.363.570

*Acción de tutela instaurada por Luis Evelis Andrade Casama,
representante de la Organización Indígena de Colombia -ONIC- en
contra de la Superintendencia de Industria y Comercio.*

Magistrada Ponente:

ADRIANA MARÍA GUILLÉN ARANGO

Colaboró: Lina María Mogollón Aristizábal

Bogotá, D.C., veinticinco (25) de junio de dos mil doce (2012)

I. ANTECEDENTES

1. Hechos

Luis Evelis Andrade Casama, representante de la Organización Nacional Indígena de Colombia -ONIC-, demandó en acción de tutela a la Superintendencia de Industria y Comercio por la presunta vulneración de los derechos fundamentales a “la consulta previa libre e informada; a la propiedad colectiva; a la participación en la vida social y económica de la nación; a la identidad e integridad étnica y cultural; a la

autonomía de los pueblos indígenas; a la protección de la riqueza cultural de la nación; al debido proceso y al ambiente sano de los pueblos indígenas de Colombia”.

Señaló que la Dirección de Signos Distintivos de la entidad accionada mediante las resoluciones N.º 28752 y N.º 29447 del 30 y 31 de mayo de 2011, respectivamente, concedió, por 10 años, el registro de las marcas mixtas “Coca Indígena” y “COCA ZAGRAHA” a Héctor Alfonso Bernal Sánchez, con el fin de distinguir en el mercado la comercialización, distribución, publicidad y otros productos artesanales y legales a base de hoja de coca.

RESUELVE

Primero.- *Revocar la sentencia proferida el 22 de noviembre de 2011 proferida por la Sala Penal del Tribunal Superior de Bogotá que resolvió declarar improcedente la acción de tutela de la referencia, y en su lugar amparar el derecho a la identidad cultural de las comunidades indígenas.*

Segundo.- *Suspender la Resolución n.º 28751 del 30 de mayo de 2011 proferida por la Superintendencia de Industria y Comercio, por medio de la cual se concede el registro de la marca mixta “Coca Indígena” a Héctor Alfonso Bernal Sánchez, hasta tanto la Jurisdicción de lo Contencioso Administrativo resuelva la demanda de nulidad y restablecimiento de derecho presentada contra este acto administrativo.*

Tercero.- *Requerir a la Superintendencia de Industria y Comercio a fin de que en el marco de sus competencias, ejecute las acciones tendientes a evitar que en un registro marcario se usen los conocimientos tradicionales indígenas, manifestados por ejemplo en su simbología, mitos, vestimentas, cantos, en la comercialización de productos relacionados con la hoja de coca por personas ajenas a dicho colectivo social, conforme con el numeral 13.5.1 de esta providencia; y para que al desarrollar sus competencias tengan presente que no sólo están sujetas a la normatividad de la Comunidad Andina en los aspectos relacionados con el régimen de propiedad intelectual, sino que también están sujetas a los principios constitucionales y a los tratados*

internacionales que hacen parte del bloque de constitucionalidad y que consideran el derecho a la identidad cultural de carácter fundamental para las comunidades indígenas.

Cuarto.- *Ordenar a Héctor Alfonso Bernal Sánchez que pasado el término de cuarenta y ocho (48) horas contado a partir de la notificación de esta providencia se abstenga de explotar el conocimiento tradicional indígena manifestado por ejemplo en su simbología, mitos, tradiciones, vestimentas, cantos, alrededor de la hoja de coca, así como el uso de marcas relacionadas con productos a base de hoja de coca bajo la abstracción “indígena”.*

Quinto.- *Comunicar esta decisión al Consejo de Estado para los efectos pertinentes relacionados con el proceso de nulidad y restablecimiento del derecho n.º 11001032400020110038300, que cursa en esa jurisdicción.*

Sexto.- *Dar por secretaría cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 36 del Decreto 2591 de 1991.*

Notifíquese, comuníquese, publíquese en la Gaceta de la Corte Constitucional y cúmplase.”⁴⁴

⁴⁴ Sentencia T-477/12. Disponible en: <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2012/T-477-12.htm>

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta la posición del INVIMA según la cual la venta de los productos elaborados con hoja de coca sólo está permitida en territorios indígenas, dado que el registro sanitario expedido por la autoridad indígena sólo es válido en sus territorios, nos permite concluir que hay omisión total a la norma por parte de los establecimientos que comercializan este tipo de productos, bien sea por desconocimiento, porque no entienden la diferencia entre “Registro Sanitario INVIMA” y “Permiso Especial” o porque consideran que los productos son rentables en la comercialización y prima más el beneficio económico que el cumplimiento de la normatividad.

La competitividad de las empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de productos con hoja de coca, se ve afectada por la baja o casi nula implementación de programas de calidad que les de valor agregado a dichos productos y que a su vez se requiere como requisito para exportación, especialmente hacia la Unión Europea, la cual esta identificada como un potencial nicho de mercado, en la visión futura de dichas empresas.

Actualmente la fabricación de los productos elaborados con hoja de coca es demasiado artesanal, lo que no hace competitivas a las empresas; ya que al no tener procesos estandarizados ni tecnificados, se aumentan los costos de producción, se puede afectar la calidad del producto final y disminuye la capacidad productiva, dificultando el cumplimiento de los pedidos, especialmente si el número de unidades es considerablemente grande.

Para quienes se dedican a la elaboración de productos con hoja de coca, o quienes pretenden hacerlo, es difícil encontrar información sobre este mercado, ya que actualmente no existen bases de datos al respecto y en especial de cifras que permitan dimensionar el panorama del mismo, pues solo se cuenta con información general como la suministrada por Cámara de Comercio de Bogotá sobre tiendas naturistas, más no la hay sobre el tema en específico.

Se evidenció durante el estudio que los productos elaborados con hoja de coca son muy aceptados en el mercado, y el rango de edad de los consumidores es amplio, pues se encuentra entre los 18 a los 35 años principalmente, lo que convierte a este mercado en promisorio y con baja competencia, sin embargo es importante definir la situación de “legalidad” frente a los entes reguladores.

Este tipo de proyectos además de ser innovadores, tienen una repercusión directa en la sociedad ya que existe un aporte a la conservación del medio ambiente y las culturas, adicional al beneficio económico que trae para las comunidades que se dedican al cultivo de hoja de coca, como actualmente sucede con el caso Coca

Nasa que beneficia en el Cauca a aproximadamente 5000 personas de resguardos indígenas, lo que hace que estas empresas tengan un valor agregado desde el punto de vista de la Responsabilidad Social Empresarial.

Exportar resulta difícil, por las trabas legales relacionadas con el certificado INVIMA y a la capacidad de producción, partiendo del hecho de que trasladar la materia prima del punto de cultivo al de producción es costoso y tiene demoras.

Además para realizar exportaciones, las empresas productoras de derivados de la hoja de coca deben contar con coca certificada que valide su calidad y legalidad como materia prima y actualmente en el país no se tiene un inventario sobre los cultivos autorizados (indígenas) lo que dificultaría certificarla.

Los proyectos dedicados a la explotación de derivados de hoja de coca dentro de la industria legal, hacen un valioso aporte al cuidado del medio ambiente, ya que se evita el uso del Glifosato para la fumigación de los cultivos y promueven la utilización de pesticidas naturales, disminuyendo la contaminación de los suelos y fuentes hídricas y posibles enfermedades en las poblaciones aledañas a los mismos.

En aras de un desarrollo a nivel industrial de las empresas que se dedican a la elaboración de productos con hoja de coca, se considera importante en primera instancia aclarar la situación legal de las mismas a nivel de todo el territorio nacional y contar con el apoyo de entes gubernamentales que permita la agremiación de los campesinos, con el fin de generar una cadena productiva con muchos valores agregados y altamente rentable, que redunde en el desarrollo y la sostenibilidad de las comunidades y a su vez haga de estos productos puntos de referencia en mercados locales e internacionales.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ACCIÓN SOCIAL. “Informe del encuentro nacional del programa presidencial contra los cultivos ilícitos –PCI-. Erradicación, prevención y sustitución de cultivos”. 2008 y 2010. *Informe ejecutivo de la Presidencia de la República de Colombia*.

CARVAJAL M. “Factores explicativos de la presencia de cultivos ilícitos en los municipios de Colombia”. *Revista de CEDE*. Universidad de los Andes (2002), Bogotá Colombia.

Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES). “Política Nacional de Erradicación manual de cultivos ilícitos y desarrollo alternativo para la consolidación territorial”, N. 3669, Colombia. (2010). Cultivos de coca en Colombia PFGB

MORENO, R, y STANLEY T. “An econometric analysis of coca eradication policy in Colombia”. *Paper submitted for presentation at the AAEA Annual Meeting, World Development*, 2002.

MOYA, A. “Impacto de la erradicación forzosa y el desarrollo alternativo sobre los cultivos de coca” *Departamento de economía, Universidad de los Andes, Bogota, Colombia*. 2005.

ORTIZ, C. “La Estrategia del programa de desarrollo alternativo en Colombia”. *Cultivos ilícitos en Colombia, CEDE*. Universidad de los Andes(2000), Bogotá.

EL IMPERIO DE LA DROGA: Narcotráfico, Economía y Sociedad en los Andes”, IEPRI. Editorial Planeta. 2002.

Monitoreo de Cultivos de Coca en Colombia “Censo de cultivos de Coca. Anual desde, Todos los tomos desde 1999 a 2010.

URIBE, S. “Los cultivos ilícitos en Colombia”, *PNDU, Capítulo Drogas ilícitas en Colombia: su impacto económico, político y social, 1997* p. 35-133.

ALCÁNTARA, Manuel, FREIDENBERG, Flavia, Partidos políticos de América Latina. Países andinos, Ediciones Universidad de Salamanca (2001), Universidad de Salamanca.

ARRIETA, Carlos. Narcotráfico en Colombia. Dimensiones políticas, económicas, jurídicas e internacionales, Tercer Mundo Editores (1991), Bogotá, Uniandes.

BRUCHER, Wolfgang. La colonización de la selva pluvial en el piedemonte amazónico de Colombia. El territorio comprendido entre el río Ariari y el Ecuador. Instituto Agustín Codazzi (1968), Bogotá.

CASTILLO, Fabio. Los jinetes de la cocaína, Editorial documentos periodísticos (1987), Bogotá.

DI JOHN, Jonathan. “Abundancia de recursos minerales y conflicto político violento: una evaluación crítica del modelo del Estado rentista” en Nuestra guerra sin nombre, transformaciones del conflicto en Colombia, Editorial Norma (2006), IEPRI, Bogotá.

DOMÍNGUEZ, Camilo. Amazonia colombiana, economía y poblamiento, Bogotá (2005), Universidad Externado de Colombia.

DUNCAN, Gustavo. Los señores de la guerra. De paramilitares, mafiosos y autodefensas en Colombia, Editorial Planeta (2006), Fundación Seguridad y Democracia, Bogotá.

NORBERT, Elías. “Los procesos de formación del Estado y de construcción de la nación” en Revista Historia y Sociedad, número 5 (1998), Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín.

NORBERT, Elías. El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas. Fondo de Cultura Económica (1997). Bogotá.

FERRO, Juan Guillermo, “Las Farc y su relación con la economía de la coca en el sur de Colombia: testimonios de colonos y guerrilleros” en Sánchez, Gonzalo, Lair, Eric Violencias y estrategias colectivas en la región andina, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, Norma (2002) Bogotá.

GONZÁLEZ, Fernán. Hacia la reconstrucción del país: desarrollo, política y territorio en regiones afectadas por el conflicto armado. Odecofi, Cinep, Colciencias (2008), Bogotá.

MOREANO URIGÜEN, Hernán. Las implicaciones del conflicto interno colombiano para las fronteras de Ecuador, Perú, Brasil y Venezuela, 2000-2005, Iconos. Revista de Ciencias Sociales, núm. 24, enero, 2006, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Ecuador. pp. 161-170.

WALSH, John - Coordinador de Programas Andes y Política narcótica – WOLA; Gimena, SÁNCHEZ-Garzoli Coordinadora de Programas Colombia y Haití – WOLA; Yamile, SALINAS Abdala - Asesora – Indepaz. La aspersión aérea de cultivos de uso ilícito en Colombia una estrategia fallida; Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos

El caso coca nasa, Análisis jurídico de la política del estado colombiano en materia de comercialización de alimentos y bebidas derivados de hoja de coca producidos por comunidades indígenas” del Grupo de investigación “Justicia y Conflicto” Escuela de Derecho de la Universidad EAFIT.

El sector de Productos Naturales en Colombia. Informe realizado por la oficina económica y comercial de la Embajada de España en Colombia, Febrero 2005

Mercado Naturista, en Vía de Expansión. Disponible en: <http://historico.elpais.com.co/paionline/calionline/notas/Septiembre282009/eco3.html>

OCHOA, Ismael F. Colombia un Futuro Prometedor en Biocomercio, disponible en: <http://www.asonatura.com/files/COLOMBIA%20Y%20EL%20BIOCOMERCIO.pdf>

Investigación Directa en Cámara de Comercio de Bogotá. Oficina Asesora Especializada de Información Empresarial. 04/10/2013 y 09/10/13.

HURTADO FUERTES, Ciro. Malnutrición en el Perú y Países Andinos, disponible en: http://www.comunidadtawantinsuyu.org/articulos/harinadecoca_solucion.html

Hoja de coca - Cocaína, ¿Será lo mismo?. Disponible en: <http://www.eldeber.net/coca.htm>

SANTONI, Mirta E. TORRES Graciela) (LA COCA (Erythroxylum coca). Masticando su historia– Museo de Antropología de Salta, Disponible en: <http://www.antropologico.gov.ar/coca.pdf>

Erradicacion productiva El Papel de la Coca Marco Legal 2007. Disponible en: <http://www.mamacoca.org>

La Hoja de Coca, Triunfo en el Mundo, Disponible en: <http://opinion-anncol.blogspot.com/2013/01/la-hoja-de-coca-triunfo-en-el-mundo.html>

Histórico Triunfo del "Akulliku" Ante la Onu. Disponible en: <http://www.consuladodeboliviaenrio.org.br/boletin.php?id=3>

Reforma a las Leyes de las Drogas en América Latina. Disponible en:
<http://www.druglawreform.info/es/informacion-por-pais/peru>

Marco Legal del Uso de La Hoja de Coca. Disponible en:
<http://www.enaco.com.pe/empresa/inf institucional.php>

El Cultivo de la Planta de Coca en Argentina. Disponible en:
<http://www.rumbojujuy.com.ar/costumbres/Coca.htm>

Sustancias derivadas de la hoja de coca para usos estrictamente legales.
Disponible en: <http://www.amigoshojadecoca.org/new/spip.php?article119>

Cronología del Caso Coca Nasa. Disponible en:
<http://www.amigoshojadecoca.org/new/spip.php?article119>

Entre Porro y Porro. Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impresamundo/articulo/entre-porro-porro/174797>. 03 de Mayo de 2013

LLOSA, Teobaldo. Usos y Abusos de la Coca. Disponible en:
http://www.apecococa.org/index.php?option=com_content&task=view&id=58&Itemid=81

Ley de Coca, Disponible en:
http://www.mamacoca.org/FSMT_sept_2003/es/doc/mamacoca_ley_de_coca.htm

La Hoja de Coca en La Alimentación. Disponible en:
<http://www.cedro.org.pe/ebooks/hojacocaalimentacion.pdf>

Coca sí, Cocaína No, Disponible en:
http://www.tni.org/sites/www.tni.org/files/download/debate13s_0.pdf

Coca Cola. Disponible en: <http://www.museodelacoca.com/coca-cola.html>

Importante Reducción de Hectáreas Sembradas de Coca (UNODC, Colombia, Ceso de Cultivos de Coca 2012, Informe Junio 2013) Disponible en:
<http://nacionesunidas.org.co/blog/2013/08/08/importante-reduccion-de-hectareas-sembradas-de-coca/>

UNODC: Oficina De las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito Monitoreo de Coca 2012. Disponible en: http://www.unodc.org/documents/crop-monitoring/Peru/Peru_Monitoreo_de_Coca_2012_web.pdf

ARAYA LEANDRO, Arnoldo. El Proceso de Internacionalización de Empresas, Vol. 3, Nº. 3, 2009 , págs. 18-25

MEZA ESPINOSA, Alegría. La Responsabilidad Social Empresarial Como Factor de Competitividad. Disponible en:

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis27.pdf>

Porter Michael E., Estrategia Competitiva, Cía. Editorial Continental, México1991.

P. 7 y 216

CABIESES, Hugo. Complejidades de la hoja de coca y la política de drogas en los Andes. Disponible en:

http://www.iidh.ed.cr/comunidades/diversidades/docs/div_enlinea/complejidades%20de%20la%20hoja%20de%20coca.htm

ANEXOS

ANEXO 1

Nº de encuesta:	
Nombre del encuestador:	
Fecha:	
Zona:	
Nombre tienda - Dirección	

La presente encuesta busca establecer el conocimiento que se tiene sobre los productos legales elaborados a base de hoja de coca, la aceptación y el mercado de los mismos, con el fin de aportar esta información al proyecto de evaluación del nivel de competitividad de las empresas que elaboran subproductos derivados de la hoja de coca, el cual se realiza actualmente como trabajo de grado para optar al título de especialistas en administración de empresas de la Fundación Universitaria Los Libertadores.

Agradecemos su valioso aporte al diligenciar este formato

1. ¿De los productos que se relacionan a continuación elaborados a base de hoja de coca, comercializa usted alguno? Señale una o varias.
 - a. Aromáticas de Coca
 - b. Té de Coca
 - c. Harina de Coca
 - d. Harinas integrales enriquecidas con hoja de coca
 - e. Bebidas Energizantes
 - f. Bebidas Gaseosas
 - g. Suplementos Vitamínicos
 - h. Galletas y/o similares
 - i. Otro(s) Producto(s), especifique cuál(es): _____

 - j. No comercializo ninguno
1. ¿Si no comercializa ninguno de los productos que se relacionaron en la pregunta anterior, estaría dispuesto a hacerlo?
 - a. Si
 - b. No
 - c. No lo sé
2. Si su respuesta a la pregunta anterior fue no o no lo sé, señale alguna de las siguientes razones por las cuales dio su respuesta:
 - a. Creo que son productos ilegales
 - b. No creo que se vendan bien
 - c. No me interesa comercializarlos
 - d. Otra, Cual: _____
3. ¿Si actualmente comercializa algún producto elaborado con hoja de coca, podría indicarnos cuál o cuáles son sus proveedores? (Pueden ser Marcas)
 - a. No
 - b. Si: _____

4. ¿Cómo conoció los productos?
 - a. A través de comerciales de televisión
 - b. Anuncios de Prensa
 - c. Folletos
 - d. Por visita de promotores de ventas
 - e. Por internet
 - f. Por radio
 - g. Otro, Cuál: _____

CONTINUACIÓN ANEXO 1

5. ¿Usted ha verificado que los productos cumplen con todos los requisitos necesarios para la comercialización de los mismos, en especial certificado INVIMA?
- Si
 - No
6. ¿Los proveedores o empresas fabricantes de los productos a base de hoja de coca que usted comercializa, le han brindado alguna capacitación o jornada educativa acerca de las propiedades de dichos productos?
- Si
 - No
- Si su respuesta es si, ha participado en ellas
- Si
 - No
7. ¿Qué porcentaje de su clientela considera que compra los productos elaborados a base de hoja de coca que usted comercializa?
- Entre un 10% y 20%
 - Entre un 21% a un 35%
 - Entre un 36% y un 50%
 - Entre 50% o mas
 - Menos del 10%
8. ¿Por qué cree usted que su clientela compra estos productos? Señale una o varias
- Porque están de Moda
 - Por Salud
 - Por razones de Vanidad
 - Para utilizarlos en Fines Terapéuticos
 - Otra(s) Cuál: _____
9. ¿Qué promedio de edad tienen las personas que compran estos productos?
- Entre 18 y 25 años
 - Entre 26 y 35 años
 - Entre 36 y 45 años
 - Mayor a 45 años
10. ¿Quiénes conocen más sobre la existencia de estos productos y a su vez los compran?
- Hombres
 - Mujeres
 - Ambos
11. ¿Cuál considera usted que podría considerarse una competencia para los productos elaborados a base de coca?
- Té Verde
 - El ginkgo biloba
 - Productos Elaborados a base de Soya
 - Té Indú
 - Otros, Cuáles: _____
12. ¿Considera que estos productos tienen potencial para venderse en almacenes de cadena?
- Si
 - No
 - No lo sé

AGRADECEMOS DE ANTEMANO SU AMABLE COLABORACION

ANEXO 2



República de Colombia
Ministerio de la Protección Social
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA

V.C.M-601-0284-07

ALLENTE CORRESPONDENCIA SAUENTE
76 R44 0700254 Redacción: 07003796
Páginas: 12 Clave: 116278
De SUBDIRECCIÓN MEDICAMENTOS Y PROC
Para PARA TODAS LAS SECCIONALES
Fecha: 24/01/2007 10:40:00

El siguiente Oficio Circular se envió a los siguientes Entes Territoriales:

Amazonas, Antioquia, Arauca, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauquesá, Casanare, Cauca, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, La Guajira, Guaviare, Huila, Magdalena, Meta, Norte de Santander, Nariño, Putumayo, Quindío, Risaralda, San Andrés, Santander, Sucre, Tolima, Valle, Vaupés, Vichada.

Asunto: Comercialización de productos derivados de la coca

Respetado(a) Doctor(a):

Me permito informarle que de acuerdo a las comunicaciones emitidas por la Dirección Nacional de estupefacientes, la Oficina Asesora Jurídica del Ministerio de Relaciones Exteriores y la Dirección de Etnias del Ministerio del Interior y de Justicia, los productos derivados de la Coca (Te, aromáticas, galletas, gaseosa, dulces, etc.) elaborados y comercializados en los resguardos Indígenas, NO pueden ser comercializados ni publicitados en el resto del territorio nacional, toda vez que dicha actividad infringe las disposiciones Internacionales contempladas en la Convención única sobre estupefacientes de 1954. Debe recordarse que la elaboración, uso y comercialización de este tipo de productos está restringida al interior de las comunidades indígenas y que los actos emanados por las autoridades indígenas carecen de efectos en el resto del territorio nacional.

Por lo tanto, en caso de encontrar productos de este tipo fuera de los territorios autorizados, es necesario aplicar las medidas sanitarias del caso e iniciar los procesos sancionatorios correspondientes, de acuerdo a la normatividad vigente.

Se anexa como soporte copia de las comunicaciones mencionadas.

Cordialmente,

ORIGINAL FIRMADO POR:
Judith Del Carmen Mestre Arellano

JUDITH DEL CARMEN MESTRE ARELLANO
Subdirectora de Medicamentos y
Productos Biológicos

Original Firmado Por:

Carlos Alberto Robles Cocuyame

CARLOS ALBERTO ROBLES COCUYAME
Subdirector de Alimentos y
Bebidas Alcohólicas

Archivo: Carpeta Seccionales, AZ Te de Coca
Anexo Uno: 11 folios

2007/06
S.M.G., A.A.F. 600-08 2007-01-29

ANEXO 3



Libertad y Orden

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA
Ministerio de la Protección Social
República de Colombia

Bogotá D.C., junio 8 de 2004

DG 100-00131-04

Señores
FABIOLA PIÑACUE ACHICUE
DAVID CURTIDOR ARGÜELLO
Resguardo de Calderas
Tierradentro – Cauca

ALIENTE: CORRESPONDENCIA SALIENTE
Para Rad: 04013530 Radicado: 04013530
Fecha: 7/6/04 Clave: 750482
De: DIRECCIÓN GENERAL
Para: FABIOLA PIÑACUE ACHICUE - DAVIDA
Fecha: 20040611 09:21 general

Ref: Aromática de Coca

Respetados Señores:

En atención a su solicitud remitida en días pasados al Instituto, me permito informarles lo siguiente:

Consultado el Diario Oficial No.45029 del 11 de diciembre de 2002, se reconoce la existencia la Resolución No.001 de 2002 expedida por la Asociación de Cabildos "Juan Tama", mediante la cual se resuelve lo siguiente:

1. Otorgar al Resguardo de Calderas en la zona de Tierradentro, Cauca, el permiso para la utilización de la hoja de coca producida en los territorios indígenas, para la producción de aromáticas de acuerdo con la solicitud presentada por el Gobernador del Resguardo.
2. Solicitar a las autoridades sanitarias nacionales y del departamento del Cauca la verificación del cumplimiento de las normas fitosanitarias en la producción de las aromáticas de acuerdo con las facultades que corresponden a esas entidades, sin detrimento de la presente autorización.
3. La presente resolución faculta a la comunidad de Calderas para la compra, transporte y comercialización de la hoja de coca que proceda de cultivos en territorio indígena, respetando las restricciones legales, en especial la Ley 30 de 1986 y la Ley 67 de 1993 sobre cultivo de plantas de coca."

Respetuosamente,


JULIO CESAR ALDANA BULA
Director General

Proyectó JFGE

ANEXO 4

20

DIARIO
OFICIAL

Edición 45.854
Viernes 18 de marzo de 2005

ejecutarán según necesidades particulares de formación y capacitación que serán periódicamente evaluadas.

Artículo 11. *Bases de datos.* La División de Capacitación del Instituto de Estudios del Ministerio Público, en coordinación con la División de Gestión Humana de la Procuraduría General de la Nación, deberá llevar una completa base de datos del historial académico y de capacitación de cada servidor de la entidad a efecto de realizar un permanente seguimiento y evaluación de la evolución del Sistema y su impacto en la gestión.

Artículo 12. *Descentralización y regionalización.* La correcta ejecución del Sistema de Capacitación y la garantía de su cobertura a todos los servidores de la Procuraduría General de la Nación, dependerán de un proceso de descentralización y regionalización de la formación, el cual estará a cargo de la División de Capacitación del Instituto de Estudios del Ministerio Público. Esta descentralización será apoyada a través de las distintas Procuradurías Regionales y Provinciales.

Artículo 13. *Cobertura.* Los servidores adscritos a la Defensoría del Pueblo, así como los personeros municipales y distritales, tendrán acceso al Sistema de Capacitación e Investigación en los términos que, para cada caso particular, determine la Dirección del Instituto de Estudios del Ministerio Público.

Artículo 14. *Actividades especiales de capacitación.* Sin afectar la integridad del Sistema de Capacitación e Investigación, el Instituto de Estudios del Ministerio Público podrá organizar eventos o actividades de capacitación especiales dirigidos tanto a servidores de la Procuraduría General de la Nación como a otras poblaciones. El diseño y la realización de estas actividades serán determinados por la Dirección del Instituto de Estudios del Ministerio Público.

Artículo 15. *Reglamentación interna.* Con el fin de garantizar la plena efectividad del Sistema, la Dirección del Instituto de Estudios del Ministerio Público, a través de resoluciones internas, reglamentará los distintos aspectos del Sistema de Capacitación e Investigación.

Artículo 16. *Vigencia.* El presente acuerdo rige a partir de la fecha y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Artículo 17. *Publicidad.* El presente acuerdo deberá publicarse en el *Diario Oficial* y en el Boletín Institucional de la Procuraduría y del Ministerio Público.

Publíquese y cúmplase.

Dado en Bogotá, D. C., a 24 de febrero de 2005.

El Procurador General de la Nación,

Edgardo José Maya Villazón.

La Directora Instituto de Estudios del Ministerio Público,

Elsa Barón de Rayo.

(C. F.)

Asociación de Cabildos Juan Tama

RESOLUCIONES

RESOLUCION NUMERO 001 DE 2005

(marzo 1º)

por medio de la cual se otorgan registros sanitarios especiales a varios productos derivados de la hoja de coca.

La Asociación de Cabildos Juan Tama, en uso de las facultades que la Constitución Política y las leyes de la República de Colombia le conceden y atendiendo la solicitud presentada por el Resguardo de Calderas en la zona de Tiernadentro, Cauca, para permitir la comercialización de productos a base de hoja de coca, y

CONSIDERANDO:

Que la sociedad colombiana reconoce la existencia de un Derecho Mayor para los pueblos indígenas, anterior a su actual organización social y política, al cual autoridades y comunidades indígenas nos acogemos;

Que la Constitución Política de Colombia en particular el artículo 330, ha otorgado a las autoridades indígenas facultades administrativas para el Gobierno de sus asuntos, preservando su identidad cultural y los recursos naturales existentes en sus territorios;

Que diferentes tratados internacionales suscritos por Colombia protegen el uso cultural de la hoja de coca y reconocen la existencia de los Gobiernos Indígenas, como son la Ley 67 de 1993 que ratifica el Convenio de Viena sobre tráfico de estupefacientes de diciembre de 1988 y la Ley 21 de 1991 que ratifica el Convenio 169 de la OIT, entre otros;

Que la legislación interna ha desarrollado una serie de normas que entregan precisas facultades a las autoridades indígenas para el manejo de sus competencias en áreas como saneamiento y salud, en particular el Decreto 1088 de 1993 en su artículo 3º y el artículo 4º de la Ley 691 de 2001, que permiten a las autoridades indígenas expedir el presente acto administrativo;

Que las leyes de la República de Colombia reconocen el uso legal y tradicional de la hoja de coca por los pueblos indígenas y el derecho a cultivar la planta, en especial el artículo 7º de la Ley 30 de 1986 y el artículo 14 de la Ley 67 de 1993 y que su consumo es generalizado en la población colombiana;

Que en diferentes momentos, las comunidades indígenas del Cauca reunidas en congresos, que son la máxima instancia de dirección, se han pronunciado en defensa de la hoja de coca y la necesidad de mantener el consumo tradicional de esta planta, a lo cual ha

contribuido el trabajo de comercialización de productos de hoja de coca que realiza el Resguardo de Calderas;

Que corresponde a las autoridades tradicionales indígenas la defensa y preservación de los recursos naturales en sus territorios de conformidad con lo establecido en la Constitución Política, especialmente el numeral 5 del artículo 330 y que la explotación de dichos recursos no atente contra la integridad sociocultural y económica de nuestros pueblos;

Que el comercio de productos de hoja de coca que realiza el Resguardo de Calderas no viola las normas del Derecho Propio o del ordenamiento jurídico colombiano o los pronunciamientos de nuestras máximas instancias y por el contrario ha contribuido a recuperar el reconocimiento social a esta planta sagrada y a reconocer el comercio de la hoja de coca para fines lícitos como una práctica económica que hace parte de la cultura Nasa;

Que los estatutos de la Asociación de Cabildos Juan Tama, en los literales b) y f) del artículo 3º la facultan para propiciar empresas que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las comunidades asociadas entre ellas las del Resguardo de Calderas, con programas de protección de recursos naturales y medio ambiente;

Que el Resguardo de Calderas presenta documentos donde consta el apego a la ley de las plantas cultivadas en territorio indígena, sobre la inocuidad del consumo de hoja de coca y la favorabilidad que dan a esta iniciativa diferentes autoridades de la República como la Defensoría del Pueblo y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia, certificaciones de reconocidos científicos e instituciones, que avalan el uso legítimo de esta planta y que en el mismo sentido se ha pronunciado la Corte Constitucional en diversos fallos y en especial la Sentencia 176 de 1994;

Por lo anterior,

RESUELVE:

1. Otorgar al Resguardo de Calderas ubicado en la zona de Tiernadentro, Cauca, Registros Sanitarios Especiales para la elaboración de los siguientes productos alimenticios y cosméticos de conformidad con la solicitud presentada por el Gobernador del Resguardo:

01. Bebida hidratante a base de hoja de coca.

02. Productos de panadería a base de hoja de coca.

03. Mixtura de hoja de coca con frutas deshidratadas y otras plantas que garanticen inocuidad para la salud humana.

04. Aperitivo con alcohol a base de hoja de coca tipo vino.

05. Pasta dental a base de hoja de coca.

06. Jabón para baño a base de hoja de coca.

2. En todo caso el Resguardo de Calderas deberá ajustarse a las normas de calidad e higiene aplicables a la elaboración de este tipo de productos y para ello se solicita a las autoridades sanitarias nacionales y del departamento del Cauca la verificación del cumplimiento de las normas fitosanitarias en la producción de estos artículos alimenticios y cosméticos de acuerdo con las facultades que corresponden a esas entidades, sin detrimento de la presente resolución.

3. La presente resolución faculta a la comunidad de Calderas para la compra, transporte y comercialización de la hoja de coca que proceda de cultivos en territorio indígena, respetando las restricciones legales, en especial la Ley 30 de 1986 y la Ley 67 de 1993 sobre cultivo de plantas de coca.

La presente resolución rige a partir de su publicación.

Se firma al primer (1º) día del mes de marzo de dos mil cinco (2005).

El Presidente y Representante Legal Asociación de Cabildos Juan Tama,

José Buenaventura Díaz Guainas.

Imprenta Nacional de Colombia. Recibo 20051705. 17-III-2005. Valor \$44.100.

SENTENCIAS

Juzgado diecisiete de Familia

Sentencia de segunda instancia

“Tribunal Superior del Distrito Judicial de Bogotá, D. C., Sala de Familia

Bogotá, D. C., diciembre nueve del año dos mil cuatro

Se decide el Grado Jurisdiccional de Consulta de la Sentencia de fecha diecinueve (19) de agosto de dos mil cuatro (2004), dictada por el Juzgado Diecisiete (17) de Familia de Bogotá, D. C., en el proceso de Interdicción de Marlene Bermúdez Franco,

RESUELVE:

Primero. *Confirmar* la Sentencia consultada de fecha diecinueve (19) de agosto de dos mil cuatro (2004), dictada por el Juzgado Diecisiete (17) de Familia de Bogotá, D. C., en el proceso de la referencia.

Segundo. *Devolver* el expediente al Juzgado de origen.

Cópiese y notifíquese.

Los Magistrados,

(Fdo.) *Jaime Humberto Araque González, Carlos Alejo Barrera Arias y Jaime Omar Cuéllar Romero*.

Se expide copia del presente Aviso para su publicación en el *Diario Oficial* de la Nación y en cualquiera de los siguientes diarios: *El Tiempo* o *La República*, que son de amplia circulación nacional.

El presente Aviso se fija en un lugar visible de la Secretaría del Juzgado, siendo las ocho de la mañana (8:00 a. m.), de hoy veintidós (22) de febrero de dos mil cinco (2005).

Azuena ... Caballero.

Imprenta Nacional de Colombia. Recibo 20051661. 16-III-2005. Valor \$24.900.

ANEXO 5
SOPORTE FOTOGRÁFICO VISITA EMPRESA COCA NASA



