



## ANEXO 1. GUÍA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

### INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

<b>Título del proyecto:</b>	Fortalecimiento de las redes solidarias de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa Multiactiva del Macizo COOMFIAR con incidencia en los mercados de las ciudades de Popayán Cauca y Cali -Valle del Cauca		
<b>Área de Investigación institucional:</b>	Estudios industriales, empresariales y financieros		
<b>Línea de Investigación institucional:</b>	Tendencias en ciencias contables, tributarias y financieras Gestión organizacional y Administración		
<b>Sede Unicomfauca:</b>	Popayán		
<b>Lugar de ejecución del proyecto:</b>	Popayán-Macizo Colombiano		
<b>Duración del proyecto (en meses):</b>	10		
<b>Recurso solicitado a Unicomfauca:</b>	<b>Efectivo:</b>	<b>\$4.000.000</b>	<b>Especie</b>
<b>Aporte entidad aliada</b>	<b>Efectivo:</b>	<b>U de Colombia</b>	<b>Especie</b>
<b>Aporte entidad aliada</b>	<b>Efectivo:</b>	<b>Fundecima</b>	<b>Especie</b>
<b>Tipo de Proyecto:</b>	Investigación básica ( ) Investigación aplicada ( x ) Desarrollo tecnológico ( )		
<b>Palabras claves:</b>	Redes de comercialización, Finanzas solidarias, Economía solidaria, Marketing digital		

### ENTIDADES ALIADAS

<b>Nombre:</b>	<b>CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFAUCA</b> –			
<b>NIT No.:</b>	817.004.535-0			
<b>Representante legal:</b>	Isabel Ramírez Mejía			
<b>Datos representante legal:</b>	<b>Tipo de identificación:</b>	Cedula de ciudadanía	<b>Número :</b>	30.333.144
<b>Sector:</b>	Universitario	<b>Tipo de entidad:</b>	Privada	
<b>Rol en el proyecto:</b>	Proponente (X)	Ejecutor ( )	Coejecutor ( )	Beneficiario ( )
<b>País:</b>	Colombia	<b>Ciudad:</b>	Popayán	
<b>Dirección:</b>	Calle 4 No 8 – 30			
<b>Correo electrónico:</b>	<a href="mailto:iramirez@unicomfauca.edu.co">iramirez@unicomfauca.edu.co</a>			
<b>Página web:</b>	<a href="http://www.unicomfauca.edu.co">www.unicomfauca.edu.co</a>			
<b>Nombre Persona Contacto</b>	Julio Eduardo Mejía Manzano			
<b>Datos persona contacto</b>	<b>Cargo:</b>	Director de Investigaciones		
	<b>Teléfono:</b>	8386000 Ext. 148	<b>Email:</b>	<a href="mailto:dirinvestigaciones@unicomfauca.edu.co">dirinvestigaciones@unicomfauca.edu.co</a>

<b>Nombre:</b>	<b>CORPORACIÓN UNIVERSITARIA U DE COLOMBIA,</b>			
<b>NIT No.:</b>	900378694_9			
<b>Representante legal:</b>	Lina María Londoño Gaviria			
<b>Datos representante legal:</b>	<b>Tipo de identificación:</b>	Cedula de ciudadanía	<b>Número :</b>	42.689.193
<b>Sector:</b>	Universitario	<b>Tipo de entidad:</b>	Privada	
<b>Rol en el proyecto:</b>	Proponente (X)	Ejecutor ( )	Coejecutor ( )	Beneficiario ( )



<b>País:</b>	Colombia	<b>Ciudad:</b>	Medellin, Antioquia
<b>Dirección:</b>	Calle 56 N° 41 – 147 (Bolivia con Girardot),		NIT 817004535-0
<b>Correo electrónico:</b>	rector@udecolombia.edu.co		
<b>Página web:</b>	<a href="https://www.udecolombia.edu.co/">https://www.udecolombia.edu.co/</a>		
<b>Nombre Persona Contacto</b>	Jhon Freddy Castro Álvarez		
<b>Datos persona contacto</b>	<b>Cargo:</b>	Director de Investigaciones	
	<b>Teléfono:</b>	2398080 ext 1109	Email: <a href="mailto:investigaciones2@udecolombia.edu.co">investigaciones2@udecolombia.edu.co</a>

<b>Nombre:</b>	FUNDACIÓN ESTRELLA OROGRÁFICA DEL MACIZO COLOMBIANO-FUNDECIMA			
<b>NIT</b>	800.238.023-4			
<b>Representante legal</b>	CÉSAR WILLIAM DÍAZ MORALES			
<b>Datos representante legal</b>	Tipo de identificación:	Cedula de ciudadanía	Número:	16.641.460
<b>Sector</b>	Tercer sector	<b>Tipo de entidad:</b>	Fundación	
<b>Rol en el proyecto:</b>	Coejecutor ( ) Beneficiario ( x ) otro ( )			
<b>País:</b>	Colombia	<b>Ciudad:</b>	Popayán	
<b>Dirección:</b>	Cra. 4 #0-54 B/La Pamba-Popayán			
<b>Correo electrónico:</b>	<a href="mailto:fundcima@yahoo.com">fundcima@yahoo.com</a>			
<b>Página web:</b>				
<b>Nombre Persona Contacto</b>	JIMMY RODRÍGUEZ IBARRA			
<b>Datos persona contacto</b>	<b>Cargo:</b>	Coordinación Proceso Agroambiental del Comité de Integración del Macizo-CIMA		
	<b>Teléfono:</b>	302.339.71.20	Email: <a href="mailto:viejojimmy17@yahoo.es">viejojimmy17@yahoo.es</a>	

## INFORMACIÓN COLECTIVOS DE INVESTIGACIÓN INVOLUCRADOS

INFORMACIÓN GRUPO(S) DE INVESTIGACIÓN UNICOMFAUCA			
<b>Nombre Grupo de Investigación:</b>	Ciencias de la Gestión		
<b>Línea(s) de investigación de grupo en la que se enmarca el proyecto</b>	Tendencias en ciencias contables, tributarias y financieras- Gestión organizacional y Administración		
<b>Clasificación Colciencias:</b>	A1( ) A( ) B( ) C( x ) D( )	Reconocido ( ) No Reconocido( )	
<b>Nombre director de grupo:</b>	William Macias Orozco		
<b>Datos director grupo</b>	Email: <a href="mailto:wmacias@unicomfauca.edu.co">wmacias@unicomfauca.edu.co</a>	Celular:3216830197	
<b>Nombre del semillero de investigación que apoya el proyecto</b>			

INFORMACIÓN GRUPO(S) DE INVESTIGACIÓN UNICOMFAUCA			
<b>Nombre Grupo de Investigación:</b>	Investigarte		
<b>Línea(s) de investigación de grupo en la que se enmarca el proyecto</b>	Ciencia y vanguardia gastronómica		
<b>Clasificación Colciencias:</b>	A1( ) A( ) B( ) C( x ) D( )	Reconocido ( ) No Reconocido( )	
<b>Nombre director de grupo:</b>	Mabel Cristina Calvache		
<b>Datos director grupo</b>	Email: <a href="mailto:investigarte@unicomfauca.edu.co">investigarte@unicomfauca.edu.co</a>	Celular:	



Nombre del semillero de investigación que apoya el proyecto

INFORMACIÓN GRUPO(S) DE INVESTIGACIÓN ALIADO(S)		
Nombre Grupo de Investigación:	ECUDEC	
Línea(s) de investigación de grupo en la que se enmarca el proyecto	Empresarismo	
Clasificación Colciencias:	A1( ) A( ) B( ) C(x ) D( )	Reconocido ( ) No Reconocido ( )
Nombre director de grupo:	Jhon Freddy Castro Álvarez	
Datos director grupo	Email: investigaciones2@udecolombia.edu.co	Celular: 321 8542867
Nombre del semillero de investigación que apoya el proyecto		
Entidad a la que pertenece el grupo:	Corporación Universitaria U de Colombia,	
Nombre de Contacto para el proyecto	Jhon Freddy Castro Álvarez	
Datos de contacto	Email. investigaciones2@udecolombia.edu.co	Celular: 321 8542867

### INFORMACIÓN DEL PERSONAL INVOLUCRADO

INFORMACIÓN DIRECTOR DEL PROYECTO					
Nombre:	William Macias Orozco				
Cargo o posición actual:	Docente Tiempo Completo				
Formación académica pregrado:	Contador Público-Economista				
Formación académica postgrado:	Magister en Sociología				
Tipo de vínculo con Unicomfauca:	Tiempo completo ( x )		Medio Tiempo( )		
Programa académico	Contaduría pública	Grupo o semillero	Ciencias de la gestión		
Número de horas de dedicación semanales al proyecto	4				
Documento de Identidad:	10306054	email	wmacias@unicomfauca.edu.co	Celular	3216830197

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN ADSCRITO AL PROYECTO					
Nombre:	Alejandra María Rodríguez Guarín				
Rol:	Coinvestigador ( x ) Joven Investigador ( ) Asistente de investigación ( ) Otro ( ) Cuál:				
Entidad donde labora:	Unicomfauca				
Cargo o posición actual:	Vicerrectora Académica				
Formación académica:	Ingeniera de Alimentos, candidata a Doctora en antropología (Universidad del Cauca) / Magister en estudios interdisciplinarios del desarrollo / Especialista en proyectos de inversión pública y privada				
Tipo de vínculo con Unicomfauca:	Docente ( x ) Estudiante ( ) Egresado ( ) Otro ( ) Cuál:				
Programa académico	Grupo o semillero				
Dedicación	Número de semanas: 40	Horas por semana:2			
Documento de Identidad:	25.286.542	email	<a href="mailto:viceacademica@unicomfauca.edu.co">viceacademica@unicomfauca.edu.co</a>	Celular	3168693911

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN ADSCRITO AL PROYECTO					
Nombre:	Juan Manuel Valencia Velosa				
Rol:	Coinvestigador ( X ) Joven Investigador ( ) Asistente de investigación ( ) Otro ( ) Cuál:				
Entidad donde labora:	Corporación Universitaria Comfauca - Unicomfauca				
Cargo o posición actual:	Docente Tiempo Completo				
Formación académica:	Administrador de Empresas - en Administración - PhD ( C ) en Administración de Negocios				
Tipo de vínculo con Unicomfauca:	Docente ( X ) Estudiante ( ) Egresado ( ) Otro ( ) Cuál:				



# Unicomfauca

Corporación Universitaria Comfauca

Administración de  
Empresas NIT 817004535-0

Programa académico	Grupo o semillero : SIGOR		Administración de Empresas NIT 817004535-0		
Dedicación	Número de semanas: 40	Horas por semana: 4			
Documento de Identidad:	10498391	email	jvalencia@unicomfauca.edu.co	Celular	3108227125

INVESTIGADOR@S EN FORMACIÓN ADSCRIT@S AL PROYECTO					
Nombre:	Dayana Alejandra Muñoz Ramos				
Rol:	Coinvestigador ( ) Joven Investigador ( ) Asistente de investigación (x) Otro ( ) Cuál:				
Entidad donde labora:					
Programa académico	Contaduría pública	Semestre que cursa			
Dedicación	Número de semanas:	Horas por semana:			
Documento de Identidad:	1002964624	email	<a href="mailto:davanaalejandramunoz@unicomfauca.edu.co">davanaalejandramunoz@unicomfauca.edu.co</a>	Celular	3232047484

INVESTIGADOR@S EN FORMACIÓN ADSCRIT@S AL PROYECTO					
Nombre:	Eveling Liceth Erazo Ulabarry				
Rol:	Coinvestigador ( ) Joven Investigador ( ) Asistente de investigación (x) Otro ( ) Cuál:				
Entidad donde labora:	NA				
Programa académico	Contaduría pública	Semestre que cursa		cuarto	
Dedicación	Número de semanas:	Horas por semana:			
Documento de Identidad:	1002968683	email	<a href="mailto:evelingerazo@unicomfauca.edu.co">evelingerazo@unicomfauca.edu.co</a>	Celular	3168946722

INVESTIGADOR@S EN FORMACIÓN ADSCRIT@S AL PROYECTO					
Nombre:	Paula Andrea Potosi Ceron				
Rol:	Coinvestigador ( ) Joven Investigador ( ) Asistente de investigación (x) Otro ( ) Cuál:				
Entidad donde labora:	Unicomfauca				
Programa académico	Contaduría Pública	Semestre que cursa		V	
Dedicación	Número de semanas: Ninguna	Horas por semana: 3			
Documento de Identidad:	1010118887	email	<a href="mailto:paulapotosi@unicomfauca.edu.co">paulapotosi@unicomfauca.edu.co</a>	Celular	3105294147

INVESTIGADOR@S EN FORMACIÓN ADSCRIT@S AL PROYECTO					
Nombre:	Jennyfer Andrea Hernández García				
Rol:	Coinvestigador ( ) Joven Investigador ( ) Asistente de investigación (x) Otro ( ) Cuál:				
Entidad donde labora:					
Programa académico	Contaduría Pública	Semestre que cursa		Quinto	
Dedicación	Número de semanas:	Horas por semana:			
Documento de Identidad:	1002963455	email	<a href="mailto:Jennyferhernandez@unicomfauca.edu.co">Jennyferhernandez@unicomfauca.edu.co</a>	Celular	3133440528

## ELEMENTOS DEL PROYECTO

### a) RESUMEN DEL PROYECTO

Este proyecto aborda la necesidad de fortalecer las redes solidarias de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar. Esto con el fin de hacer visibles en el mercado los productos de la economía campesina y la agroindustria rural; establecer estrategias de comercialización y lograr el reconocimiento del valor agregado de la producción campesina. En particular, el proyecto se enfoca en formular lineamientos estratégicos que permitan fortalecer los procesos de comercialización de los productos generados por los asociados a la cooperativa mencionada. Por lo anterior, se plantea como pregunta orientadora: ¿Cómo fortalecer las redes y procesos de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa Multiactiva del Macizo COOMFIAR con incidencia en los mercados de las ciudades de Popayán-Cauca y Cali-Valle del Cauca? Para ello se propone adelantar un ejercicio para caracterizar, diagnosticar e intervenir las redes de comercialización de la cooperativa a fin de formular algunas pautas orientadas a su fortalecimiento y difusión.

En términos teóricos se abordan los conceptos de circuitos cortos de comercialización, redes solidarias de comercialización, estrategias de marketing y valor agregado, dado el contexto de las organizaciones solidarias. Metodológicamente se procederá con un enfoque mixto y descriptivo, concretado a través de técnicas de diagnóstico administrativo, análisis de mercados, análisis de logística, sistematización de experiencias, encuestas, entrevistas, cartografía económica, institucional y de actores.

En relación con los sujetos participantes en el proyecto se trabajará con la dirección de la Cooperativa Multiactiva Coomfiar, sus asociaciones, cuatro líneas de agroindustria rural, la tienda del Macizo Colombiano y comercializadores de Popayán y Cali, relacionados con la cooperativa. Entre los productos del proyecto se esperan artículos, capítulo de libro, un diplomado en procesos de comercialización y marketing digital; el diseño de una cartografía económica, institucional y de actores que evidencie y permitan la gestión de las redes de comercialización; el fortalecimiento de una estrategia de comercialización-estrategia de marketing mediada por redes sociales, TICS y otros medios; generar una propuesta de valor agregado para la difusión de los productos propios, orgánicos y saludables de la economía campesina y la agroindustria rural.

- b. PALABRAS CLAVE: Circuitos cortos de comercialización, redes de comercialización, economía solidaria, marketing social



## c. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar surge a inicios de los años 2000 por iniciativa del Comité de Integración del Macizo colombiano, sus escuelas agroambientales, organizaciones gremiales, el equipo de mercados, directivos de Fundecima y Fundesuma. La cooperativa como realidad y proyección se perfila como una organización gremial para lograr la autonomía y fortalecimiento de las organizaciones fundadoras. En ese mismo período en el marco del proyecto “Encadenamientos Productivos Agroambientales. 2002 - 2012”, se busca el fortalecimiento e integración de las Fincas de referencia agroambiental FRAM, las asociaciones de productores y las experiencias de la economía campesina impulsadas por el Comité de integración del macizo colombiano Cima. Además, con dicho propósito se conformó el fondo rotativo Fiar (Fondo de Inversión Agroambiental Regional) y los centros de acopio. En este sentido, la propuesta económica impulsada por el Comité de Integración del Macizo colombiano-Cima recurre a la solidaridad y las formas organizativas asociativas a las que tradicionalmente ha acudido el sector campesino.

La importancia de Coomfiar se puede sintetizar en que permite apoyar iniciativas de producción, fincas de referencia agroambiental y construir formas económicas fortalecidas a nivel regional. En este contexto, hacia la década de los años 2010 a 2020, el Cima gestiona desde el proceso agroambiental la consolidación de marca, empaque, entre otras prácticas empresariales orientadas a hacer económicamente sostenible el proceso agroambiental y fortalecer la economía campesina. Sin embargo, no se logró consolidar la propuesta de la Coomfiar, debido a la carencia de recursos, falta de voluntad y un contexto adverso. Actualmente, por ejemplo, los fondos rotatorios se siguen gestionando, aunque entre los líderes cimeños buscan estrategias y alianzas para fortalecer los mismos. Resalta como necesidad la generación de proyectos para financiar los procesos y dilucidar las estrategias de sostenimiento a largo plazo. En particular, dadas las dificultades asociadas a la financiación con el sector bancario tradicional y estatal, que exige criterios financieros de rentabilidad y eficiencia, así como extensos trámites que entran en contradicción con las necesidades y requerimientos actuales.

En este contexto, en el año 2020 se retoma la propuesta de la Coomfiar, a partir de los acumulados antes descritos y en el marco del contexto del posconflicto, la implementación del proyecto HAREMOS PAZ financiado por Fondo Fiduciario europeo para la paz en Colombia. En este nuevo contexto el Cima impulsa líneas de acción relacionadas con la agroindustria rural café, cacao, quinua, caña, panelera guadua y se retoma la Coomfiar. Además, se presenta un contexto de oportunidades para realizar alianzas con la organización SER MUTUAL y Utrahuilca en el marco de la apuesta estratégica de vinculación con Redes Solidarias. Así mismo, la organización cuenta con algunos espacios de comercialización de los productos de sus asociados, equipo de transporte y ha avanzado en la identificación estadística de las producciones y necesidades de consumo. Sin embargo, se encuentran dificultades en lo relacionado a procesos de manejo contable, ausencia de un programa de financiación, las relativas al acceso a mercados, comercialización y marketing digital; y la carencia de una propuesta de valor para los mercados de Popayán y Cali. Ello también repercute en la ausencia de una propuesta de logística que considere adecuadamente el almacenamiento y rutas del equipo de transporte. En relación a los aspectos de la



**Unicomfauca**

Corporación Universitaria Comfauca

NIT 817004535-0

comercialización también debe señalarse que la Coomfiar ha avanzado en la generación o participación en mercados regionales, aunque dicha participación disminuyó a partir de la Pandemia. Los lugares en que se dieron fueron en los municipios del Cauca, en particular en Popayán y en la ciudad de Cali Valle del Cauca.

La Coomfiar presenta un objetivo solidario que apunta a la sostenibilidad organizacional el cual busca “el fortalecimiento y la sostenibilidad política, social, económica, ambiental, y cultural de sus Asociados-as, de los territorios agroambientales y de la economía campesina en la región del Macizo Colombiano, en especial en los departamentos de Cauca y Nariño” (Plan estratégico Coomfiar,2020). Dicho lo anterior se presentan la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo fortalecer las redes y procesos de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar con incidencia en los mercados de las ciudades de Popayán Cauca y Cali -Valle del Cauca?

**d. ARTICULACIÓN DE LA PROPUESTA EN ATENCIÓN A LA(S) DEMANDA(S) TERRITORIAL(ES) Y LOS FOCOS TEMÁTICOS DE LA MISIÓN DE SABIOS.**

Este proyecto se articula a las demandas territoriales del departamento en materia de ciencia, tecnología e innovación expresadas en el Plan estratégico departamental de Ciencia Tecnología e Innovación del Cauca Plan ConCIENCIA Cauca, en cuanto a través de la investigación de mercados, la generación de modelos de negocios inclusivos y la proyección de esquemas de comercialización se contribuye a la sostenibilidad de la producción rural campesina (Colciencias y Gobernación del Cauca, 2013). En relación al Plan Estratégico Departamental de Ciencia Tecnología e Innovación (PAED, 2015), el proyecto se inscribe dentro de su visión y acciones orientadas a consolidar al departamento del Cauca hacia el año 2025, en una región de conocimiento, cuyo eje fundamental se basa en el desarrollo de actividades de CTel para propiciar mejores condiciones de vida a su población. Específicamente se aporta a los focos relacionados con lo sociocultural, el ambiente y el territorio. Así mismo, el proyecto se articula al foco temático en Ciencias Sociales, Desarrollo Humano y Equidad definido por la misión de sabios, en cuanto posibilita la formación de recursos humanos con capacidades para el desarrollo empresarial, y fortalece las iniciativas de las comunidades orientadas a aumentar sus ingresos y mejorar la calidad de vida.



## e. ARTICULACIÓN DE LA PROPUESTA CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS).

La propuesta al apoyar la Cooperativa Coomfiar y sus asociaciones, las cuales se constituyen en formas económicas que apuestan a reducir la desigualdad, la pobreza y mejorar las condiciones de vida de la población campesinas, aporta a los ODS relacionados con “Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo” y “Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países”. Así mismo, en tanto se apuesta a fortalecer esquemas y redes de comercialización de productos generados bajo condiciones agroecológica, se contribuye al “Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles” (ONU, 2015)

## f. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto puede aportar al reconocimiento y fortalecimiento de las redes de comercialización en las que participan los productores locales, al sistematizar experiencias y potencialidades. Para la Coomfiar el proyecto le aporta en mejorar la sostenibilidad y posicionarse en el mercado. De esta manera el proyecto puede aportar a reconocer mercados, productos, procesos y establecer las necesidades para fortalecer las organizaciones participantes en ellos. Para la Universidad el proyecto generará un espacio de relacionamiento con el entorno en términos relativos a la generación de soberanía alimentaria, consolidación de la economía solidaria, y espacios de investigación con sentido social.

El estudio de las redes de comercialización social y solidaria aportan al fortalecimiento económico de la ciudad y el departamento, en tanto promueve el consumo de productos locales y regionales. El desarrollo de este trabajo se justifica en tanto permite dar cuenta de los procesos de conformación de las organizaciones solidarias, sus redes asociativas, sus procesos de comercialización, potencialidades, y dificultades de agencia, en el departamento del Cauca.

Finalmente, este proyecto permite que los procesos de investigación de la Facultad de Ciencias empresariales y las líneas del Grupo ciencias de la gestión, se fortalezcan a través del estudio de procesos organizacionales relativos a la constitución de redes de comercialización, lo cual conduce a dilucidar la generación de encadenamientos, redes asociativas y modelos de gestión de dichos procesos. En términos disciplinares las Ciencias Económicas contables Administrativas y financieras en los últimos tiempos han problematizado los temas relacionados con la comercialización e innovación organizacional en casos concretos de organizaciones empresariales del Cauca. Por ende, este trabajo permite brindar un estudio que alimenta el área de estudios organizacionales que posteriormente permita diseñar estrategias de fortalecimiento y gestión de propuestas de valor, en particular para la Coomfiar.

Esto resalta aún más si se tiene en cuenta el actual contexto del posconflicto, y la demanda de alternativas económicas sustentables socialmente y amigables con el medio ambiente. Por ende, esto permitirá brindar estudios innovadores que alimenten el área estratégica de

estudios industriales, empresariales y financieros, en particular la línea de investigación tendencias en ciencias contables, tributarias y financieras, gestión organizacional y Administración.

#### g. MARCO CONCEPTUAL

El presente proyecto se enmarca teóricamente en los conceptos de circuitos cortos de comercialización o de proximidad (CCC), redes solidarias de comercialización y marketin social los cuales se desarrollan a continuación:

#### **Circuitos cortos de comercialización o de proximidad (CCC)**

Los circuitos cortos de comercialización o de proximidad (CCC), según la (CEPAL, 2014):

[...] son una forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o de temporada sin intermediario —o reduciendo al mínimo la intermediación— entre productores y consumidores. Los circuitos de proximidad acercan a los agricultores al consumidor, fomentan el trato humano, y sus productos, al no ser transportados a largas distancias ni envasados, generan un impacto medioambiental más bajo. El auge de los circuitos de proximidad como forma de comercio se debe fundamentalmente a una creciente demanda por parte de los consumidores, quienes buscan productos locales, auténticos, saludables y de temporada. Los productores, en tanto, apuntan a capturar un mayor valor de su producción, ahorrar en otros segmentos de la cadena (transporte, embalaje, etc.) y crear valor a partir de activos inmateriales (marcas, anclaje territorial, autenticidad, lazo social) (pág.8)

Es decir, los CCC persiguen una relación más estrecha entre el productor y el consumidor, que tiene la venta directa de productos más frescos y de temporada, en condiciones de trato humano, disminución de impactos ambientales, y reducción-eliminación de costos asociados a los procesos de intermediación. Esto finalmente busca una justicia distributiva en relación al valor agregado y a su vez la generación de valor asociado al carácter justo, solidario y ambiental de los actores y procesos vinculados a dichos circuitos.

#### **Redes solidarias de comercialización.**

Para definir el concepto de redes solidarias de comercialización se abordarán los conceptos de redes, economía solidaria y finalmente se define el concepto de redes solidarias de comercialización. Siguiendo a Castilla-Carrascal (2014) quien se fundamenta en Granovetter (1990), las redes se componen por un “un conjunto de relaciones o lazos entre los actores. Más específicamente, este autor define redes sociales como un conjunto de núcleos o de



actores ligados por relaciones sociales o lazos de tipos específicos, de modo que un lazo o relación entre dos actores tienen fuerza y contenido” (pág. 56) A su vez la autora señala la inclusión de información, intereses y confianza como parte del contenido. Sin embargo, la anterior definición no señala si se trata de redes orientadas al lucro privado o a beneficios comunes por lo que es importante indagar en que consiste el carácter solidario de las mismas.

En tal sentido, retomando a Castilla-Carrascal (2014) en el caso de las redes solidarias las “motivaciones se centran en la solidaridad entre individuos organizados en grupos descentralizados, los cuales buscan asegurar ganancias colectivas amparados en estrategias de producción y distribución horizontales” (pag.56) La autora señala que las redes solidarias buscan “la sostenibilidad de los emprendimientos y fortalecer el potencial endógeno de un territorio sobre su capacidad de promover su propio proceso de desarrollo” (pág. 56). Igualmente puede resaltarse que las redes económicas solidarias permiten la gobernanza económica puesto que:

inducen la constitución de circuitos propios de comercialización y producción, y crean esa nueva modalidad de regulación económica, lo que supone otro modo de funcionamiento de la economía real. Los contratos y acuerdos son establecidos con base en principios, valores y reglas que van más allá de los imperativos de rentabilidad económica de la actividad (Castilla-Carrascal, 2014, pág. 57)..

Dicho lo anterior, enfocar las redes en términos de comercialización se trata del fortalecimiento de los vínculos de las organizaciones solidarias con base en acuerdo comerciales cimentados en los principios de la solidaridad y el comercio justo. En este sentido podría citarse nuevamente a la autora mencionada quien expresa que:

las redes de economía solidaria fortalecen su identidad a través de varias prácticas, entre las cuales están las relacionadas con los principios del comercio justo y solidario. Fortalecen los vínculos sociales entre los grupos y se establecen los acuerdos comerciales sobre la base de principios, lo cual promovería la coordinación entre los actores. También, con el fin de llegar a la sostenibilidad económica de las redes, sería necesario desarrollar algunas prácticas de planeación, implementación y control del flujo de las redes, y, por lo tanto, extender las posibilidades de aumentar sus ingresos y mejorar la comercialización, así como crear y fortalecer espacios alternativos (Castilla-Carrascal, 2014, pág. 57).

En suma, las redes de comercialización solidaria buscan el fortalecimiento de las organizaciones, su identidad y capacidad de desarrollo desde procesos de comercialización basados en acuerdos y vínculos construidos sobre principios de comercio justo.

## Marketin social

Dado en contexto solidario de la presente propuesta se comprende el marketing social como aquel cuyo fin principal es el bienestar de la comunidad, por lo que siguiendo a

Pinilla (2011) “para cumplir su objetivo social, una organización debe partir del estudio de las necesidades sociales, las ideas, las creencias, las actitudes y los valores de la población para poder diseñar y planear las estrategias que contribuyan realmente al bienestar social de la población objetivo” (pág. 34). En tal sentido, Leal (200) define que marketing social “es la aplicación de técnicas comerciales de marketing para beneficiar a la sociedad. Su objetivo es producir cambios voluntarios en el comportamiento a través del conocimiento de las necesidades, deseos y barreras percibidas por el público objetivo: la sociedad o parte de ella” (pág. 60)

#### h. ANÁLISIS DE PARTICIPANTES

**Tabla 1** Participantes

Actor	Entidad	Posición	Interés o Expectativa	Contribución o gestión
Otro Sector cooperativo	Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar	Beneficiario Cooperante	Mejoramiento de los procesos de comercialización, posicionamiento de productos y consolidación de redes de comercialización	Aporta talento humano a través de liderazgos regionales que promueven la participación y desarrollo del proyecto. Actor que propende por la articulación de las organizaciones solidarias. Aporta recursos físicos y financieros para el desplazamiento y capacitación de sus asociados. Participa en la formulación de estrategias de comercialización
Otro	Asociaciones y grupos de base asociados a la Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar	Beneficiario	Mejoramiento de los procesos de comercialización, posicionamiento de productos y consolidación de redes de comercialización	Organiza a sus asociados para el desarrollo de capacitaciones, participación activa y formulación de estrategias de comercialización de la Coomfiar.



Otro	Corporación Universitaria Comfauca- UNICOMFACAUCA	Cooperante	Fortalecimiento de los procesos misionales de investigación y proyección social	Operación y financiación del proyecto de investigación
Otro	Corporación Universitaria U de Colombia,	Cooperante	Fortalecimiento de los procesos misionales de investigación y proyección social	Aporte en especie de investigadores proyecto de investigación por \$ 10.463.460
Otro	Fundecima	Cooperante	Mejoramiento de los procesos de comercialización, posicionamiento de productos y consolidación de redes de comercialización	Genera espacios de articulación para las organizaciones solidarias y para posicionar los productos de la economía campesina. Facilita infraestructura física para realización de capacitaciones.

**Fuente:** Elaboración propia



## i. POBLACIÓN

### Población afectada por el problema.

**Tipo de población:** Personas

**Número de personas afectadas:** 317952

**Fuente de información:** DANE, visor de proyección de población.

**Tabla 2.** Población afectada por el problema

N°	Localización de los afectados Municipio	Número de personas de 15 a 64 años	Número de hombres de 15 a 64	Porcentaje de hombres de 15 a 64	Número de mujeres de 15 a 64 años	Porcentaje de mujeres de 15 a 64
1	Almaguer	10.952	5.521	50,41%	5.431	49,59%
2	Balboa	12.553	6.321	50,35%	6.232	49,65%
3	Bolívar	23.994	12.296	51,25%	11.698	48,75%
4	Patía	18.998	9.268	48,78%	9.730	51,22%
5	Mercaderes	9.598	4.815	50,17%	4.783	49,83%
6	Popayán	195.066	93.799	48,09%	101.267	51,91%
7	Rosas	6.150	3.161	51,40%	2.989	48,60%
8	San Sebastián	6.696	3.411	50,94%	3.285	49,06%
9	Sotará	8.098	4.076	50,33%	4.022	49,67%
10	Sucre	4.204	2.087	49,64%	2.117	50,36%
11	Timbío	21.643	10.656	49,24%	10.987	50,76%

**Fuente:** Proyecciones realizadas por el DNE, visor de proyección de población

### Características demográficas de la población objetivo

#### Población Objetivo de la intervención

**Número de personas objetivo:** 696

**Fuente de información:** Organizaciones asociadas a la Cooperativa Coomfiar. Se consultaron 10 organizaciones, de 33 potenciales, debido a dificultades en la comunicación. Por ende, se presentan las organizaciones beneficiarias y su localización. Se advierte que el proyecto podrá aportar a la caracterización de los beneficiarios totales.

**Tabla 3.** Localización de las organizaciones beneficiarias .

	INICIATIVA	MUNICIPIO
1	AMURACI	Almaguer
2	ASOLIDERES	Balboa
3	Escuela Agroambiental Arraigo	Bolívar
4	Escuela Agroambiental la Carbonera	Bolívar
5	Grupo de Mujeres Maciceñas y Familias	Bolívar



6	Manos Creativas Tejiendo Identidad y Soberanía	Bolívar
7	Sembradoras de Vida	Bolívar
8	Sembrando Semillas para el futuro	Bolívar
9	FRAM CUERNAVACA PUERTO RICO	Bordo
10	ASOAGRAR	Mercaderes
11	ASPREPATIA	Patía
12	Comercializadora Maciceña	Patía
13	Parador Gastronómico y Artesanal del Patía	Patía
14	ASOCAM- ASOCIACION CAMPESINA AGROAMBIENTAL LAS MERCEDES	Popayán
15	FRAM EL ENCANTO	Popayán
16	FUNDECIMA	Popayán
17	INICIATIVA FAMILIAR SEMILLAS DE VIDA	Popayán
18	LA LABRANZA	Popayán
19	Leidy Andrea Ruiz Martinez	Popayán
20	OASIS	Popayán
21	Tienda Regional del Macizo	Popayán
22	EMPRESA COMUNITARIA Y AGROAMBIENTAL LA FLORIDA	Rosas
23	Finca Lote N° 2 El Jigual	Rosas
24	AMPROCAR	San Sebastián
25	Poceso de Productores de Quinoa de EL ROSAL	San Sebastián
26	Escuela Agroecológica El Trilladero	Sotará
27	ESUCELA AGROECOLOGICA EL Higuieron	Sotará
28	FRAAM Hato Frío-MujeresVida	Sotará
29	ASCAESSO	Sotrá
30	ASOCIACION DE MUJERES Y FAMILIAS CAMPESINAS DEL FRESNO	Sucre
31	Finca Hato Viejo "ASOFINCA HATOVIEJO	Timbio
32	Mujeres emprendedoras de esperanza	Timbio
33	Grupo Familiar los Tacueces	Timbío

**Fuente:** Elaboración propia con base en datos de la Cooperativa Coomfiar

**Tabla 4.** Características demográficas de la población objetivo para algunas organizaciones.

NOMBRE DE LA ASOCIACION	PRETENCIAS A GRUPO ETNICOS	NUMERO DE REPRESENTANTES	FEMENINO	MASCULINO	EDAD PROMEDIO
AMURACI	Indígena y campesina	600	600		25-70
Grupo de Mujeres Maciceñas y Familias	Mujeres y campesinos	21	15	6	20-60
FRAM EL ENCANTO	Campesino y afrodescendientes	5	2	3	25-55
Parador Gastronómico y Artesanal del Patía	Mujeres	15	15		16-48
OASIS	Campesinos	7	4	3	20-30
Tienda Regional del Macizo	Campesinos	5	4	1	26-50
ASCAESSO	Campesinos	7	2	5	38-62
FRAAM Hato Frío- Mujeres Vida	Campesinos	8	4	4	30-55
Finca Hato Viejo "ASOFINCA HATOVIEJO	Campesinos, afrodescendientes	20	7	13	30-50
Tierra limpia - Mujeres emprendedoras de esperanza	Campesinos desplazados	8	8		28-60

**Fuente:** Elaboración propia con base en datos de las asociaciones referenciadas.



## j. OBJETIVO GENERAL

Analizar las redes y procesos de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa Multiactiva del Macizo COOMFIAR con incidencia en los mercados de las ciudades de Popayán Cauca y Cali -Valle del Cauca, año 2022.

## k. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Caracterizar las redes y procesos de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa Multiactiva del Macizo COOMFIAR

Determinar los actores estratégicos para las redes y procesos de comercialización en los mercados de las ciudades de Popayán Cauca y Cali -Valle del Cauca, año 2022.

Establecer líneas estratégicas para fortalecer las redes solidarias de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa Multiactiva del Macizo COOMFIAR.

## l. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del proyecto se propone asumir una metodología de corte mixto y descriptiva. En relación con el enfoque cualitativo, se plantean técnicas como técnicas de diagnóstico administrativo, análisis de mercados, análisis de logística, sistematización de experiencias, encuestas y entrevistas, y cartografía económica, institucional y de actores. En el análisis de actores se abordará el relacionamiento con actores sociales públicos y privados en los procesos de comercialización. En el enfoque cuantitativo se aplicarán las técnicas relativas al estudio de mercados, competencias y los requerimientos logísticos. Para la generación del análisis de información se validará con la dirección de la Cooperativa Multiactiva Coomfiar.

A continuación, se detalla cada una de las metodologías utilizadas y la manera como se empleará para cada objetivo de investigación.

**Objetivo específico 1.** Se recurrirá al establecimiento de variables de análisis para adelantar una caracterización de las redes y procesos de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa Multiactiva del Macizo COOMFIAR, 2022. Para caracterizar y diagnosticar los procesos de comercialización se emplearán técnicas de diagnóstico administrativo, análisis de mercados, análisis de logística, sistematización de experiencias, encuestas y entrevistas. Esto se hará



con el objetivo de reconocer las redes de comercialización de la cooperativa Coomfiar y las experiencias significativas que desde esta se señale. Se buscan determinar los requerimientos logísticos, potencialidades y necesidades. Las categorías para recopilar la información y analizar serán

1. Participación en redes de comercialización actuales
2. Aliados actuales
3. Mercados, consumidores, potencialidades, precio, plaza,
4. Factores internos y externos
5. Requerimientos logísticos
6. Procesos significativos
8. Potencialidades
7. Necesidades,

**Objetivos específico 2** Para determinar los actores estratégicos para las redes y procesos de comercialización en los mercados de las ciudades de Popayán Cauca y Cali -Valle del Cauca, año 2022 se usará el análisis de actores y cartografía económica, institucional y de actores. Se identificará con líderes de la Cooperativa Coomfiar para identificar actores, redes y personas claves para la construcción de las redes de comercialización y garantizar el acceso a los mercados. Aquí se establecerán como categorías para recopilar la información y analizar:

1. Actores potenciales, aliados, apoyo y alianzas
2. Posibles acuerdos
3. Ubicación
4. Requerimientos logísticos

**Objetivo específico 3.** Para establecer líneas estratégicas para fortalecer las redes solidarias de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa Multiactiva del Macizo COOMFIAR, se analizarán de manera colectiva con los integrantes y directivas de la cooperativa los datos obtenidos en la aplicación de las técnicas de investigación anteriores. Esto permitirá identificar lineamientos claves para el fortalecimiento de las redes solidarias y políticas para acceder a mercados en las ciudades de Cali y Popayán. Se espera generar una propuesta que fortalezca las redes de comercialización solidarias y su posicionamiento en los mercados en la ciudades de Popayán y Cali.

#### m. CRONOGRAMA



**Tabla 5.** Cronograma de actividad.

FASES	ACTIVIDADES	MES									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Caracterización y un diagnóstico los procesos organizativos de la Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar</b>											
Caracterizar las redes y procesos de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa Multiactiva del Macizo COOMFIAR	1.1 Reunión y acuerdos con los actores involucrados.										
	1.2 Revisión bibliográfica y documental.										
	1.3 Diseñar e implementar herramientas para la caracterización y diagnóstico										
	1.4 Sistematizar y analizar la información.										
	1.5 Elaboración de informe y avances de productos										

FASES	ACTIVIDADES	MES									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Experiencia de los procesos organizativos</b>											
Determinar los actores estratégicos para las redes y procesos de comercialización en los mercados de las ciudades de Popayán Cauca y Cali -Valle del Cauca, año 2022.	3.1 Diseñar y validar herramientas de análisis de actores										
	3.2 Aplicar las herramientas.										
	3.3 Sistematización y análisis de la información.										
	3.4 Elaboración de mapas y productos										

FASES	ACTIVIDADES	MES									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Determinar los procesos estratégicos</b>											
Establecer líneas estratégicas para fortalecer las redes solidarias de comercialización de productos propios, orgánicos y saludables de las organizaciones asociadas a la Cooperativa	4.1 Diseñar y validar información sobre actores y redes; dificultades y potencialidades										
	4.2 Establecer lineamientos estratégicos y validación con actores involucrados.										
	4.3 Elaborar propuesta de valor agregado de la Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar y validación										



Multiactiva del Macizo Coomfiar	4.4 Divulgar los resultados del desarrollo del proyecto.									
---------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente. Elaboración propia (2021).

## n. RESULTADOS/PRODUCTOS ESPERADOS

Producto esperado	Descripción	Beneficiario
<b>a) Relacionados con la generación de conocimiento, desarrollo tecnológico o innovación</b>		
Un artículo para revista indexada en Publindex.		
Diseño de estrategia el diseño de una cartografía económica, institucional y de actores que evidencie y permitan la gestión de las redes de comercialización de la Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar	Un artículo conceptual o de investigación	Comunidad productora Comunidad científica
Capítulo de libro de sistematización de experiencias	Un capítulo de libro	Comunidad productora Comunidad científica
<b>b) Conducentes a la Formación de talento Humano:</b>		
Diseño e implementación de un diplomado para el fortalecimiento en procesos de comercialización y marketing en general y digital;	Un diplomado diseñado e implementado	Comunidad productora Comunidad científica Gremios articulados
<b>c) Dirigidos a la apropiación social del conocimiento</b>		
Talleres y actividades con los asociados	Producto de interés social	Comunidad productora Comunidad científica
<b>d) Dirigidos al fomento y apoyo de la proyección social de la corporación</b>		
Lineamientos para el fortalecimiento de una estrategia de comercialización-estrategia de marketing mediada por redes sociales, TICS y otros medios para la Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar	Estrategias diseñada	Comunidad educativa Comunidad científica
Propuesta de valor agregado para la Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar	Propuesta diseñada	Gremios articulados



o) **IMPACTOS ESPERADOS DEL PROYECTO**

**I. IMPACTO ACADÉMICO**

<b>IMPACTO ACADÉMICO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>AÑO EN EL QUE SERÁ ALCANZADO</b>
Difusión de resultados artículos, capítulos de investigación y formación de investigadores.	Número de Artículos, capítulos de libro y ponencias. Investigadores en formación	2022-2023

**II. IMPACTO SOCIAL**

<b>IMPACTO SOCIAL</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>AÑO EN EL QUE SERÁ ALCANZADO</b>
Identificar las redes de comercialización de la Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar en Popayán y Cali	Número de Propuesta tecnológica y documentos lineamientos estratégicos	2022-2023

**III. IMPACTO ECONÓMICO.**

<b>IMPACTO ECONÓMICO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>AÑO EN EL QUE SERÁ ALCANZADO</b>
Fortalecimiento de los procesos de comercialización de la Cooperativa Multiactiva del Macizo Coomfiar	# unidades productivas fortalecidas	2023



## o. PRESUPUESTO (anexo 2)

PRESUPUESTO GLOBAL DEL PROYECTO POR FUENTES DE FINANCIACIÓN (EN MILES DE \$)								
RUBROS	FUENTES							
	CONTRAPARTIDA UNICOMFAUCA		ENTIDAD EXTERNA (Cooperativa Coomfiar Fundecima)		ENTIDAD EXTERNA (Corporación Universitaria U de Colombia)		TOTAL	
	EFFECTIVO	ESPECIE	EFFECTIVO	ESPECIE	EFFECTIVO	ESPECIE		
1 PERSONAL	\$ 0,0	\$ 7.280.000,0		\$ 1.820.000,0	\$ 0,0	\$ 10.462.800,0	\$ 19.562.800,0	
2 EQUIPOS	\$ 0,0	\$ 647.200,0		\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 647.200,0	
3 SALIDAS DE CAMPO	\$ 1.100.000,0	\$ 0,0			\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 1.100.000,0	
4 VIAJES	\$ 0,0	\$ 0,0			\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	
5 MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 300.000,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 8.000.000,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 8.300.000,0	
6 MATERIAL BIBLIOGRÁFICO	\$ 0,0	\$ 0,0			\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	
7 SOFTWARE	\$ 0,0	\$ 0,0			\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	
8 PUBLICACIONES	\$ 400.000,0	\$ 600.000,0			\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 1.000.000,0	
9 EVENTOS DIVULGACIÓN	\$ 0,0	\$ 0,0			\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	
10 SERVICIOS TÉCNICOS	\$ 2.200.000,0	\$ 600.000,0			\$ 0,0	\$ 1.000.000,0	\$ 3.800.000,0	
11 CAPACITACIÓN	\$ 0,0	\$ 0,0			\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.000.000,0</b>	<b>\$ 9.127.200,0</b>	<b>\$ 0,0</b>	<b>\$ 9.820.000,0</b>	<b>\$ 0,0</b>	<b>\$ 11.462.800,0</b>	<b>\$ 34.410.000,0</b>	

## REFERENCIAS.

CEPAL (2014) Agricultura familiar y circuitos cortos Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Naciones Unidas. Santiago de Chile. disponible en: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36832/1/S2014307\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36832/1/S2014307_es.pdf)

Castilla-Carrascal, I. T. (2014). Redes económicas solidarias: el caso de Brasil. *Cooperativismo & Desarrollo*, 22(105), 55-65. doi: <http://dx.doi.org/10.16925/co.v22i105.1035>

Caillé, A. (2010). *"Hacia una teoría anti-utilitarista de la acción"*, en *Teoría anti-utilitarista de la acción. Fragmentos de una sociología general*. Buenos Aires: Waldhuter Editores.

Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria El trabajo antes que el capital*. Quito-Ecuador: Flacso.

Chazel, F. (2008). *Tratado de sociología*. En Boudon.

Geilfus, Frans (1997) *80 herramientas para el desarrollo participativo: Diagnóstico, planificación, monitoreo, evaluación*. San Salvador

Jara, O. (1994) *Para sistematizar experiencias*. Ediciones Tareas, Lima

LEAL JIMÉNEZ, Antonio (2000.). *Gestión del marketing social*. McGraw-Hill Madrid.

Max Neef, Manfred (1993) *Desarrollo a escala humana*. Editorial Norda-Comunidad. Montevideo.



Macías, W. (2017). Hacia la delimitación de elementos distintivos para diferenciar las organizaciones solidarias: objetivos, factores, satisfactores y acción colectiva en dos organizaciones de productores campesinos pertenecientes al Cima. *Revista Contaduría Universidad de Antioquia*, 70, Pag. 121-158.

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (2020) .Equidad, educación y desarrollo : propuestas del foco de ciencias sociales y desarrollo humano con equidad / compiladores Clemente Forero Pineda, Juliana Valdés Pereira, Carlos Gustavo Patarroyo. -- Bogotá : Vicepresidencia de la República de Colombia.

ONU, (2015) Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible

PINILLA, MARICELA (2011) CONTRIBUCIÓN DEL MARKETING SOCIAL A LA SOSTENIBILIDAD DE FUNDACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO: UN ESTUDIO DE CAS Universidad Nacional de Colombia Manizales, Colombia

Razeto, L. (1998). *Fundamentos de una teoría económica comprensiv.* Santiago de Chile: Ediciones PET.

Razeto, L. (2007). *La economía como motor de los cambios, o una nueva estructura de la acción transformadora.* Santiago de Chile: El azul del arcoiris", Editorial Universidad Bolivariana S.A.

\_\_\_\_\_. (2014). *La Producción y la Empresa en la Economía Solidaria. Teoría de los Factores Productivos. El Factor C o la solidaridad como fuerza productiva.* De la Cátedra Latinoamericana de Economía Solidaria, del Prof.

Suarez, Y. (2014). *Limitaciones para la Responsabilidad Social Empresarial: Una aproximación desde las concepciones alternativas de Empresa. Tesis de investigación presentada como requisito parcial para optar al título de: Magister en Administración*, 48. (U. N. Colombia, Ed.) Bogota.

Santos, B. d. (2005). *El milenio huérfano: ensayos para una nueva cultura política.* Bogotá. Colombia: Editorial Trota/ILSA.

Santos, B. d. (2009). *Una epistemología del Sur* . Buenos Aires, Argentina : CLACSO Siglo XXI editores.

Singer, P., & de Souza, A. R. (2000). *ECONOMÍA SOLIDARIA. UN MODO DE PRODUCCION Y DISTRIBUCIÓN.* S. Paulo Brasil: Editora Contexto.

Ruiz , M., & Eguez , S. (S.f). *Situación y fuentes de financiamiento de las cooperativas no financieras en el Ecuador.*