



EMPRESARIOS INDÍGENAS

CAMINO AL CIELO

Por Leonel Sebastián Chavarría

Nunca imaginé que al abordar un tema de tipo empresarial comenzaría citando al prestigioso filósofo e historiador, Miguel León-Portilla. Para ello, fue necesario que se conjuntaran dos temas sumamente importantes, pero históricamente desvinculados: el tema indígena y el tema empresarial

En su libro *Independencia, Reforma, Revolución, ¿y los indios qué?*, el Dr. León-Portilla reflexiona sobre la situación que prevalece entre los indígenas, que a pesar de esos históricos movimientos sociales, sigue siendo de una profunda marginación y pobreza, en su gran mayoría. Pese a ello, y gracias a algunas iniciativas alentadoras, afirma que:

México encontrará, con la participación en su vida social, económica y política de los millones de indígenas, un manantial de recursos; descubrirá otras formas de concebir el mundo y de actuar sabiamente en él con respeto a la naturaleza y a cuantos habitan en ella. Así podrá enderezarse un proyecto incluyente de nación y hacer frente a los embates procedentes del exterior, dirigidos a imponer la más globalizante de las globalizaciones que hasta ahora se han visto. México habrá de pensarse como lo que realmente es, abierto a la vez al mundo entero y, en gran parte, sustentado en su raíz más honda: el legado y la presencia creadora de los pueblos originarios.

Inmediatamente, el Dr. León-Portilla presenta dos cuestionamientos. El primero, ¿es esto una mera utopía? La pregunta es válida, ya que como él mismo lo explica, el gran escepticismo tiene sólidos fundamentos en una larga historia de negación de oportunidades y desarrollo para los pueblos originarios y sus descendientes.

Ante esta pregunta, Luis Ferreiro¹ diría que “cuando las ideas que alguien nos presenta nos parecen irrealizables las calificamos de utópicas y, con frecuencia, las deseamos pensando que no merecen la pena dedicarles el más mínimo tiempo, pues sería perderlo vanamente”. Y nos enseña la diferencia entre quimera y utopía al exponer que “una quimera es una construcción de la imaginación que prescinde de la razón. [Mientras que] una utopía es una construcción de la imaginación en la que participa la razón, puede ser deseable aunque sea improbable su realización, que no imposible”. Y concluiría diciendo que la historia de la humanidad ha demostrado que muchas ideas consideradas como grandes utopías se han hecho realidad.

El segundo cuestionamiento nos permite introducirnos en la narración de una alentadora iniciativa empresarial. Se pregunta: “¿o es que hay motivos y realidades que dan sustento a un optimismo, aun cuando sea moderado?”.

Afortunadamente, la respuesta es positiva. En ese mismo libro, el Dr. León-Portilla cita la exitosa organización empresarial conocida como Red Indígena de Turismo de México (RITA) y la visionaria transformación de esta en la Confederación Indígena Empresarial de México, primera en su tipo en el mundo, hecho que, por sí mismo, ya es digno de valorar, aplaudir y apoyar.

La RITA nació en octubre de 2002, con integrantes de 15 pueblos indígenas de 15 estados de la República Mexicana y de 32 proyectos dedicados al sector turismo. Después de seis años RITA se fortaleció debido a que diversas micro empresas, no dedicadas al sector turismo, empezaron a solicitar su ingreso a la misma organización.

Cecilio Solís Librado, presidente fundador de RITA, quien ya es un reconocido emprendedor social, nos explica que este hecho los llevó a la reflexión y análisis sobre la posibilidad de cambiar su misión, visión y objetivos para dar cabida a estas empresas que solicitaban su ingreso.

La inclusión de nuevas empresas en RITA, los llevó a concebir la idea de crear una cámara de empresarios indígenas, que pudiera dar cobertura a las diversas iniciativas de emprendi-



»La RITA nació en octubre de 2002, con integrantes de 15 pueblos indígenas de 15 estados de la República Mexicana y de 32 proyectos dedicados al sector turismo«

mientos locales, que están dentro de los tres sectores de la economía reconocida. Para lograr este objetivo, Solís Librado explica que la estrategia consistió en desarrollar los siguientes cuatro pasos básicos:

- > Investigación de gabinete acerca del fundamento legal para la creación de la cámara indígena, basado tanto en leyes nacionales como internacionales.
- > Investigación de gabinete para identificar ejercicios similares a nivel internacional, pues a nivel nacional no se identificó ejemplo alguno.
- > Realización de un recorrido a nivel nacional para difundir y consensuar la idea e importancia de crear una cámara de empresarios indígenas.
- > Realización y tejido de alianzas institucionales.

En palabras del fundador y principal impulsor de esta iniciativa:

[...] el estudio se llevó al menos dos años de investigación y fundamentación; para el segundo punto, se identificaron tres casos más o menos similares, aunque distantes, de nuestro planteamiento: uno en Nueva Zelanda, otro en Canadá y uno más en Nuevo México, con los hermanos cherokee y navajo, pero los tres eran de carácter local. Por cercanía, contactamos a los de Nuevo México en Estados Unidos, para conocer su experiencia en los hechos, y tuvimos un intercambio de experiencias de 15 días de estadía con los directivos y sus negocios ya en la zona.



EL SENTIDO COMÚN Y SU FUNCIÓN VITAL

Las personas reciben tanta información durante todo el día que pierden su sentido común
-Gertrude Stein

Mujeres y hombres hemos sido naturalmente dotados con una serie de sentidos, cuya función es la de ayudarnos a percibir, almacenar, ubicar, coordinar y guiar todo lo que somos, hacemos y tenemos. El sentido común suele tener dos diferentes, aunque complementarios significados: hay quienes lo relacionan con la sensatez o capacidad de actuar de la forma más conveniente a sus intereses; mientras que otros lo asocian con el darnos cuenta de que no estamos solos, sino que vivimos en una comunidad en la que las diferentes formas y maneras de sentir, pensar, decir, actuar y hacer las cosas, así como los tiempos y los espacios de cada quien, necesitan ser no solo tomados en cuenta y respetados, sino valorados y, en ciertos casos, retribuidos, evitando así conflictos de todo tipo y nivel, posibilitando de esta forma la unidad y la colaboración.

El sentido común en su función biológica es algo parecido a un GPS o a una brújula corporal, intelectual y emocional, orientación que de mantenerse activa durante cierta etapa de nuestra vida (hasta antes de ser educados), las más de las veces, se inactiva artificialmente para ser gobernada por intereses ajenos a nuestra propia voluntad. El sentido común lo podemos ver como el conjunto de todos los sentidos: la vista, el oído, el olfato, el gusto y el tacto, incorporando la memoria como otro sentido, así como la visión a corto, mediano y largo plazo; igualmente tenemos el sentido del ritmo y el sentido de la proporción, entre otros.

En resumen, el sentido común es la comunidad o suma de todos nuestros sentidos, que cuando son reconocidos y puestos en práctica, de acuerdo con el lugar y momento en que nos encontremos, las más de las veces, obtendremos los resultados que deseamos. El rescate que hagamos de todos nuestros sentidos hará que sea común tener éxito en nuestras decisiones. Y resulta que todo esto, más que un fin, es el principio de nuestra etapa más autónoma y comprometida con nuestro entorno como individuos sensibles y pensantes que somos.

Constancio Alfredo Chávez Torres
Mettamorfosis Consultoría, S.A. de C.V.
Investigador Humanista
mettamorfosis@talentia.com.mx

Para la realización del tercer paso, es preciso mencionar que se realizaron, por lo menos, 50 asambleas estatales en 22 estados del país, en las cuales se obtuvo un registro de al menos 500 empresas locales que no solo requieren apoyo para su fortalecimiento, sino que dinamizan la economía local y generan empleos, y que acogieron con beneplácito y mucho entusiasmo la propuesta de creación de una cámara de empresarios indígenas.

Para el cuarto punto de la estrategia trazada, Cecilio Solís comenta que:

[...] se concretó una alianza de acompañamiento con el Programa Universitario, "México Nación Multicultural", de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), que nos abrió el espacio para presentar la iniciativa de creación de la Cámara Empresarial Indígena de México, en el año 2009, al seno de las Naciones Unidas, en el Foro Permanente para las Cuestiones Indígenas, siendo nuestra iniciativa acogida con beneplácito en tanto no hay una experiencia similar en ninguna otra parte del mundo.

El camino recorrido por esta iniciativa duró por lo menos seis años, al final de los cuales se logró concretar un proyecto pionero y vanguardista en su tipo a nivel internacional ya que "no sólo rompe o desafía el paradigma del indio pobre, sino que se dibuja como una alternativa que nace de la experiencia en la creación y consolidación de empresas de turismo".²

El recorrido nacional nos dio un primer acercamiento a las realidades locales y los potenciales que se tienen para crecer con base en el buen aprovechamiento de los recursos naturales y las potencialidades que existen en capacidades personales y que requieren de fortalecimiento. Así hemos dado nuestros primeros pasos, y las realidades antes descritas han llevado a crear, después de un arduo trabajo, que bien vale la pena consolidar y llevar a buen puerto, la Confederación Indígena Empresarial y de Comunidades Locales de México (en adelante CIELO), pues a nuestro paso se han sumado empresas de carácter comunitario que, sin ser indígenas, asumen los principios, misión y visión que les hemos compartido.

CIELO nace en octubre de 2014 con la participación en su Asamblea Nacional Constitutiva de 83 empresas dedicadas al sector turístico, restaurantero, transportes, vinos y licores, productos del campo y del mar, minería artesanal, artesanías, talladores de madera y productos del bosque, entre otros. En ella participan 33 pueblos indígenas provenientes de 22 estados del país, de península a península y de océano a océano.

Resulta alentador conocer la Visión, Misión y Principios básicos de CIELO.

VISIÓN

La Confederación es la suma de voluntades que desde sus integrantes, de pueblos indígenas y comunidades locales, se suman para el desarrollo con identidad, la transferencia, responsabilidad, apropiación y creación de tecnologías, así como el fortalecimiento de capacidades y la incidencia, a través de sus productos, servicios y propuestas en los ámbitos municipales, estatales, nacionales e internacionales en pro del buen vivir, la generación de empleos y el crecimiento de las organizaciones locales además de la obtención de mayores recursos y cuya fortaleza radica en su diversidad étnica empresarial que guarda en sí misma cultura, arte, tecnología, biodiversidad, tradición e innovación.

MISIÓN

Representar, defender y promover los intereses de sus asociados, siempre en pro del desarrollo con identidad y sustentabilidad, así como la competitividad de sus empresas, ofreciendo productos y servicios de alta calidad, estando siempre abiertos a la suma de nuevos socios en las diversas regiones pluriétnicas del país. Promover la sana competitividad y mejorar la calidad de nuestros productos para cubrir el mercado mexicano. Dignificar, proteger, respetar y promover nuestros productos base de nuestra identidad e historia.

PRINCIPIOS BÁSICOS QUE DAN ORIGEN A LA CONSTITUCIÓN DE LA CONFEDERACIÓN

- > La conciencia sobre la importancia de la conservación y manejo de la riqueza natural y cultural en nuestros territorios indígenas y comunidades locales para el buen vivir.
- > La protección de nuestra identidad como pueblos indígenas que le hemos dado rostro, cultura, arte y tradición a nuestra patria desde los emprendimientos administrados y manejados por locales.
- > Nuestra diversidad como factor de impulso al desarrollo local, regional y nacional.
- > Nuestra visión progresista y racional como sujetos de derechos colectivos.
- > Autonomía en nuestras organizaciones, así como en las venideras.
- > Transparencia y rendición de cuentas.

Fuente: Información proporcionada por los dirigentes de la organización.

»Al incluir más empresas en RITA, se creó una Cámara de Empresarios Indígenas para cubrir las iniciativas de emprendimientos locales, de los tres sectores de la economía«

Resulta sorprendente y alentador escuchar a los miembros de esta organización indígena, orgullosamente mexicana, hablar de temas como calidad en el servicio, mercados meta, objetivos de venta, estrategias de comercialización y publicidad, construcción de alianzas estratégicas. Sin embargo, este tipo de temas cobran mayor importancia al tener muy claro su sentido y su razón de ser, que es potenciar el "buen vivir y el desarrollo con identidad".

El pasado mes de octubre, en el marco de la Asamblea General de la Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ALAFEC), celebrada en la ciudad de Panamá, Cecilio Solís exponía como caso de éxito de un emprendimiento social, el recorrido que siguieron para que RITA llegara a CIELO.

Quienes hemos tenido la oportunidad de conocer a los prestadores de servicios de los pueblos originarios, quienes ahora se asumen ya como empresarios orgullosamente indígenas, nos invitan a despertar la conciencia y el deber de apoyar este tipo de iniciativas empresariales. Podríamos comenzar con vivir las gratas experiencias de los servicios que ofrecen diversas empresas que podrá encontrar y seleccionar en el sitio web de RITA (www.rita.com.mx).

Debe ser causa de orgullo para todos los mexicanos saber que la primera confederación empresarial indígena del mundo es una iniciativa innovadora creada por indígenas de nuestro país, a quienes, sin duda alguna, deberíamos apoyar como ciudadanos y desde nuestras empresas, entidades e instituciones. **CP**

1 Prólogo del libro Propuestas para hacer más humana esta economía, Ed. SINERGIA.

2 Cecilio Solís, Presidente fundador de CIELO. Conferencista de la Escuela de Emprendedores Sociales de la FCA-UNAM.

L.C. y E.F. Leonel Sebastián Chavarría
Secretario General
Facultad de Contaduría y Administración
UNAM
lsebastian@fca.unam.mx