

INTRODUCCIÓN

La intención de esta investigación es implementar la gestión del diseño en los productos de las comunidades rurales en México por medio de nuevas alternativas para el desarrollo de productos, tomando como base el caso de la carpintería de San Juan de los Durán, en la Sierra Gorda de Querétaro, para los productos realizados con fibra de lechuguilla por las mujeres de La Barranca, Santa María del Río en San Luis Potosí, para ofrecer a la población alternativas de empleo utilizando su experiencia artesanal o la materia prima de su comunidad, para crear productos competitivos en el mercado urbano nacional o internacional.

En primera instancia se analizó la situación de dos comunidades extractoras de materia prima, de donde se extrajo la planeación de esta investigación, para posteriormente tomar como base el éxito comercial de los productos de una de estas comunidades y analizar el desarrollo de sus productos para implementarlos en una comunidad con tradición artesanal.

El resultado y el análisis de esta investigación proporcionarán elementos para generar alternativas de diseño por medio del uso de sus capacidades técnicas o su materia prima, empleando poca inversión, para la creación de una microempresa.



CAPITULO I (antecedentes)

Durante el periodo de agosto a diciembre del 2004 la Secretaria de Desarrollo Agropecuario y Recursos Hidráulicos (SEDARH), convocó a la Facultad del Hábitat, para trabajar con comunidades rurales productoras de materia prima (lechuguilla). En este mismo periodo se realizó el protocolo de investigación para esta tesis; donde se investigaron y analizaron dos comunidades Santa María del Rincón (extractora de lechuguilla) y San Juan de los Durán (extractora de madera). Dentro de este primer capítulo se establecen los aspectos primordiales por los cuales se selecciono el tema de investigación; junto con los conceptos que lo delimitan y el problema de estudio. Además se establecen los objetivos, preguntas de investigación e hipótesis que se comprueban al final de esta tesis.

CAPITULO II (caso de estudio)

Este capítulo inicia con un análisis de la situación actual por la que pasan las comunidades rurales en México; donde se habla de su población, el Producto Interno Bruto (PIB) por sectores, los problemas socio-económicos que los atañen y los programas que se han llevado a cabo para combatirlos. Posteriormente se exponen las observaciones, entrevistas, resultados y conclusiones de las visitas de campo a las comunidades a analizadas (La Barranca, Santa Maria del Río, S.L.P. y San Juan de los Durán, Sierra Gorda, Querétaro.)

CAPITULO III (mercado meta)

Para este capítulo se realizó una investigación de mercado con el fin de identificar la situación actual de los productos regionales. Con lo anterior delimitar el usuario potencial, sus necesidades y los productos que las comunidades pueden realizar, para competir comercialmente en el mercado estatal.

CAPITULO IV (generación de nuevos productos)

En primera instancia se establece una clasificación de los productos regionales, donde se rescata principalmente los valores de los mismos y la forma en que son producidos (lotes en pequeña escala a base de la destreza y habilidades de los productores). Como base para la gestión del diseño donde se dan especificaciones sobre las problemáticas en los productos regionales, además de la incorporación del diseño en nuevos productos factibles a realizar por las comunidades.

CAPITULO V (la nueva empresa)

Se presenta la vinculación del trabajo regional (presentado en el capitulo anterior) con la micro y pequeña empresa, para establecer las características que se requieren al organizar una empresa generadora de productos regionales, considerando las exigencias del mercado para asegurar sus ventas. Lo anterior con el propósito de garantizar los ingresos y el desarrollo de las comunidades, de forma progresiva.

CAPITULO VI (conclusión)

Con este capítulo se verifica el cumplimiento de los objetivos y las hipótesis planteadas, para ello se realizara una recapitulación en la intención de evaluar los nuevos productos en cuanto al diseño y la identidad, además de la aprobación del usuario y de los posibles mercados urbanos.

ANEXOS

En el anexo 1 se presenta un glosario de siglas contenidas en esta investigación.

El anexo 2 es un glosario de términos para familiarizarse con algunas palabras utilizadas durante la investigación.

El anexo 3 es un índice de tablas, graficas y figuras, donde se nombra cada una junto con el número de la página en que se encuentran.

El anexo 4, contiene la información metodológica que se utilizó para el desarrollo de este trabajo de investigación. Donde se contempla el proceso para la recopilación de información y la formulación de instrumentos para la obtención de datos.

El anexo 5, esta enfocado a la metodología que se utilizó para el trabajo de campo y la forma en que se llevo el análisis a las comunidades estudiadas, así como la investigación de mercado.

Dentro del anexo 6 se presenta el censo de mujeres productoras de artículos de ixtle en la comunidad de La Barranca en Santa María del Río. San Luis Potosí, efectuado por el proyecto ixtlero.

El anexo 7 muestra el acta de resultados de la evaluación del premio diseño con fibra de lechuguilla arte en ixtle y el anexo 8 contiene las fotografías de los proyectos ganadores.





Dentro de este primer capítulo se exponen las primeras investigaciones de campo que se realizaron; gracias a las cuales se pudieron establecer las bases para la realización de esta tesis.

Dichas investigaciones se llevaron a cabo en Santa María del Rincón en San Luis Potosí, lugar donde sus habitantes conocen el proceso de extracción de la fibra de lechuguilla y en San Juan de los Duran, localidad ubicada en la Sierra Gorda de Querétaro, donde tienen un aserradero para procesar la madera de saneamiento que talan de manera legal.

La situación de estas comunidades recolectoras de materia prima, se tomo como punto de referencia; por los aspectos que involucran la obtención y las características de la materia prima de estas regiones, las cuales determinan el modo de vida de sus pobladores. Donde la problemática, está determinada en los pocos ingresos económicos que generan.

Este caso se repite en todas las comunidades rurales extractoras de materia prima en el país. Algunas de ellas generan productos con la materia prima de su localidad para competir en el mercado, pero la invasión de productos extranjeros en nuestro país a un precio muy bajo, provoca que el consumidor rechace los productos nacionales.

*China, es el principal exportador de los países en desarrollo y este año se convirtió en el mayor receptor de inversión extranjera directa en el mundo. Sectores como el juguete, textiles, confección, calzado y químicos enfrentan la competencia desleal de productos chinos que ofrecen un menor precio y la mayoría de los casos mejor calidad.*¹

El resultado de esta situación, es que los productores, al ver la poca demanda de sus productos, desertan de su labor y busquen incrementar sus ingresos como braceros en el extranjero, arriesgando su vida.

De donde nace el titulo de esta tesis:

El diseño como apoyo a la generación de productos regionales para competir en el mercado.

La finalidad de esta investigación es realizar un estudio y una o varias propuestas de diseño que permitan brindar a las comunidades rurales, la posibilidad de iniciar el desarrollo de nuevos productos con poco capital, utilizando la materia prima de su región, por medio de un plan de crecimiento para lograr la demanda en el mercado.

Para poder lograrlo, se realizó una recopilación de datos, en la que se incluyen los objetos o productos de su materia prima que han sido comercializados y la razón que causó su salida del mercado.

¹ Rosas Escobar, Rodolfo. (2005, Enero 1). China: ¿la amenaza roja? Extraído en Agosto, 2005, de <http://www.foros.gob.mx/read.php?f=45&i=57&t=57>

1.1 ENTORNO

1.1.1 Visitas de campo

En el año 2000 la población total de México era de 97, 483,412 habitantes de los cuales un 25.4 por ciento viven en comunidades rurales.²

En México existen alrededor de 70,000 comunidades rurales que en su mayoría son habitadas por indígenas que hablan más de 100 lenguas diferentes. Cada comunidad le brinda a nuestro país una gran riqueza cultural, dada por sus costumbres, creencias, vestimentas, modo de vida y sobre todo por los productos que han realizado de generación en generación con la materia prima de su región.³

La base económica de las comunidades rurales mexicanas es la agricultura y la ganadería, pero esos ingresos económicos no son suficientes para la subsistencia de las familias, esto provoca que los integrantes más jóvenes de las comunidades (generalmente hombres), emigren a las grandes ciudades del país como Guadalajara, El Distrito Federal o Monterrey aunque otros prefieren emigrar al extranjero, específicamente a los Estados Unidos.



Pobladores del altiplano Potosino.



Tallador de fibra lechuguilla

Muchas de las comunidades rurales tienen la tradición de realizar productos característicos de su región (por los materiales que utilizan, los procesos que emplean e incluso por los colores y formas de los mismos), los cuales conocemos como artesanías, que tienen un fuerte atractivo para los turistas que visitan el país, pero por falta de demanda en el mercado urbano nacional han ido desapareciendo al igual que sus costumbres.

Por ejemplo, *el estado de Michoacán tiene una famosa tradición en alfarería caracterizada por la riqueza de sus formas, decoración y acabados. Las artesanías michoacanas tenían un gran trasfondo cultural avalado por arqueólogos que testimoniaron la recuperación de sus técnicas en el tiempo, aunque poco a poco la decoración de sus productos se ha ido aculturizando debido a la influencia oriental en la zona. En Quiroga, Michoacán se realizaban piezas decorativas con figuras antropomorfas pero dejaron de utilizar materias primas naturales y la calidad de su trabajo bajo al sustituirlas por materiales sintéticos.*⁴

² Datos proporcionados por el INEGI

³ (2004-2006). Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Los pueblos indígenas de México. Extraído en Septiembre, 2004, de http://www.cdi.gob.mx/index.php?id_seccion=3

⁴ De la Torre, Francisco. Arte Popular Mexicano. Ed. Trillas. México, D.F. Abril 1994

En Oaxaca, con su gran diversidad indígena y artesanal, todavía conservan tradiciones culturales tanto prehispánicas como coloniales. En San Bartolo Coyotepec se exhibían las artesanías de doña Rosa, quien dejó un importante estilo de alfarería negra. Su técnica consiste en cocer el barro en un horno con atmósfera reductora que impregna el carbón sobre la pieza, dándole un inigualable color negro que al ser pulido obtiene un brillo extraordinario. En Ocotlán, una comunidad indígena solo se realizan estos productos para su autoconsumo en ceremoniales, para los festejos de la navidad o como ofrendas a los Santos Difuntos.⁵

Un gran porcentaje de estas comunidades obtienen la materia prima para sus productos, de la región en la que habitan, *de esta forma sus objetos adquieren un valor simbólico y único establecido por su cultura* ⁶, pero al no poder comercializar sus productos con éxito, dedican la mayor parte de su tiempo a otras actividades gracias a las cuales puedan adquirir un sustento para sus familias, dejando la extracción de materia prima como un ingreso extra.

En este capítulo se analizan dos comunidades productoras de materia prima en San Luís Potosí (Santa María del Rincón; lechuguilla) y en Querétaro (San Juan de los Durán; madera saneada de pino).

Estas comunidades tienen poca experiencia en la elaboración de productos pues con el tiempo han perdido muchas de sus tradiciones culturales, principalmente a causa de la emigración.

1.1.2 Materia Prima: Lechuguilla

Una de las materias primas de gran relevancia por sus propiedades y la abundancia en nuestro estado son los agaves, particularmente la lechuguilla.

La familia del agave en México está constituida principalmente por el sisal, el maguey y la lechuguilla, esta última tiene de 15 a 20 años de vida, con alta resistencia al ataque de plagas, a la herbívora y a condiciones ambientales extremas. La cual crece en los estados de Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, San Luís Potosí, Tamaulipas y Zacatecas, ocupando aproximadamente 13 millones de hectáreas del territorio nacional.



⁵Ibid.

⁶Martín Juez, Fernando. Contribuciones para una antropología del diseño. Editorial Gedisa. México. 2002.

Una de las principales características de la lechuguilla como planta desértica es que tolera el calor y la sequía, además de ser adaptable a los climas secos, semi secos, templados y sub húmedos. Sus hojas son rígidas y agudas, tiene alta absorción y resistencia a la tensión. De la parte central llamada cogollo es de donde se obtiene la fibra.

Los ecosistemas en los que crece la lechuguilla son el matorral xerófito de zonas frías con altas montañas donde se dan las gramíneas y los pequeños arbustos; y en el pastizal semi desértico con suelos pedregosos y secos.

Actualmente la lechuguilla es un elemento fundamental para la economía de numerosas familias campesinas; esta materia prima es utilizada en diversas empresas nacionales y extranjeras, siendo el ixtle uno de los principales productos de exportación del estado de San Luís Potosí.



Esta planta, lechuguilla no solo tiene fines artesanales, también es utilizada como fármaco, con la cual se realiza shampoo, jabones y pesticidas pues contiene saponina que la hace toxica para el ganado. Y en la industria se usa la lechuguilla para laminados con resina, como material para construcción e incluso se realizó mezclilla con ella.



Greña de fibra de lechuguilla

Los municipios potosinos en donde se puede encontrar la planta de lechuguilla son: Villa de Guadalupe, Matehuala, Vanegas, Cedral, Charcas, Real de Catorce, Villa Hidalgo, Río Verde, Villa de Ramos, Guadalcazar, Venado y Santo Domingo.

En el municipio de Villa de Guadalupe ubicado en el altiplano potosino se puede obtener el agave de lechuguilla, de donde se obtiene el ixtle⁷ como materia prima que es utilizada para fines comerciales, con ella se realizan artesanías decorativas o productos de limpieza como estropajos, cepillos, brochas, escobas, etc.

En este municipio podemos encontrar un total de 354 productores de esta fibra, teniendo el segundo lugar como productor de fibras de lechuguilla en el estado de San Luís Potosí. Villa de Guadalupe tiene 23 ejidos instituidos en una cooperativa con el fin de generar un nuevo auge en la extracción de la fibra.

Santa Maria del Rincón, es una comunidad que pertenece a este municipio, tiene un total de 109 habitantes donde la mayoría de los cuales solo extrae y talla la fibra de lechuguilla, cuando necesita aumentar sus ingresos económicos.⁸



Fibra de Lechuguilla
peinada y teñida

⁷El ixtle es la materia prima que se obtiene de la talla del agave de lechuguilla y de la palma samándoca.

⁸Datos proporcionados por el INEGI



Proceso de extracción de la fibra de lechuguilla.

La fibra de la lechuguilla se extrae utilizando un elemento (un bastón de madera mayor a un metro de largo con un aro metálico en una punta) que se introduce en la parte central de la planta que se llama cogollo, de donde se obtienen al rededor de 10 gramos de fibra al tallarlo, para que la fibra sea mejor el proceso se hace manual y por ultimo se deja secar al aire libre.

El precio que se paga a los recolectores de la fibra es muy bajo, por un kilo de ixtle que sería aproximadamente 50 plantas de lechuguilla, se obtienen 10 pesos y una familia obtiene tres kilos diarios por los que reciben cerca de 30 pesos.⁹



1.1.3 Materia Prima: Madera

El segundo caso se localiza en la Sierra Gorda de Querétaro específicamente en San Juan de los Durán con 218 habitantes, siendo una de las principales localidades de Jalpan de la Serra, municipio del estado de Querétaro.¹⁰

Es una comunidad con una reserva ecológica conservada por la UNESCO¹¹, los habitantes de la zona pueden obtener buena madera de pino sin correr el riesgo de perder su riqueza maderera.

⁹S/R. Propuesto de Proyecto Ixtlero. Proyecto para la elaboración y comercialización de productos de ixtle.

¹⁰Datos proporcionados por el INEGI

¹¹UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura;

Su objetivo es construir la paz en la mente de los hombres mediante la educación, la cultura, las ciencias naturales y sociales y la comunicación.
(http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=3328&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

La madera que se obtiene de este lugar es de saneamiento, es decir solo se cortan los árboles que tienen alguna plaga lo que evita que los demás árboles puedan contaminarse, esta madera es útil para realizar productos pues la parte que se plaga es solo la corteza.

Los habitantes de la comunidad de San Juan de los Durán, compran esta madera por tablones de 8" x 2" x 2.5 metros de largo y ese tablón les cuesta aproximadamente 26 pesos.

Esta comunidad, no se dedica a la realización de productos regionales, pero al buscar incrementar su economía toma sus recursos naturales para ayudarse y han realizado diversos objetos como rejillas para fruta, la construcción de cabañas en la zona para los visitantes y el mobiliario de las mismas.



El Arquitecto Oscar Hagerman¹², ha estado capacitando a los jóvenes de esta comunidad para que aprendan de carpintería pues cuentan con un pequeño taller equipado con una sierra cinta, una canteadora, un taladro de banco, un rauter, un cepillo eléctrico, un torno y una sierra de disco.

Durante los años 2004 y 2005 se realizó una producción de marcos para espejos y unas cajas de madera con decoraciones en chaquira (enseñanza de los pueblos huicholes con quienes trabajo anteriormente el Arquitecto Hagerman), los cuales son distribuidos por ARTE FACTO¹³ (un concepto único en tiendas de decoración, ya que combina productos hechos a mano de la más alta calidad con diseños contemporáneos, nacionales e importados) en la Ciudad de México.



El propósito del Arquitecto Hagerman es formar jóvenes que participen en forma integral en el proyecto (diseño, venta, producción, empaque, costos, etc.) para que sean totalmente autosuficientes, y que con sus productos mejoren la calidad de vida de la población.

¹²Doctor Honoris Causa en educación para el desarrollo otorgado por la Universidad Iberoamericana Puebla y la Universidad Iberoamericana Ciudad de México (<http://www.uia.mx/actividades/nuestracom/04/nc143/13.html>)

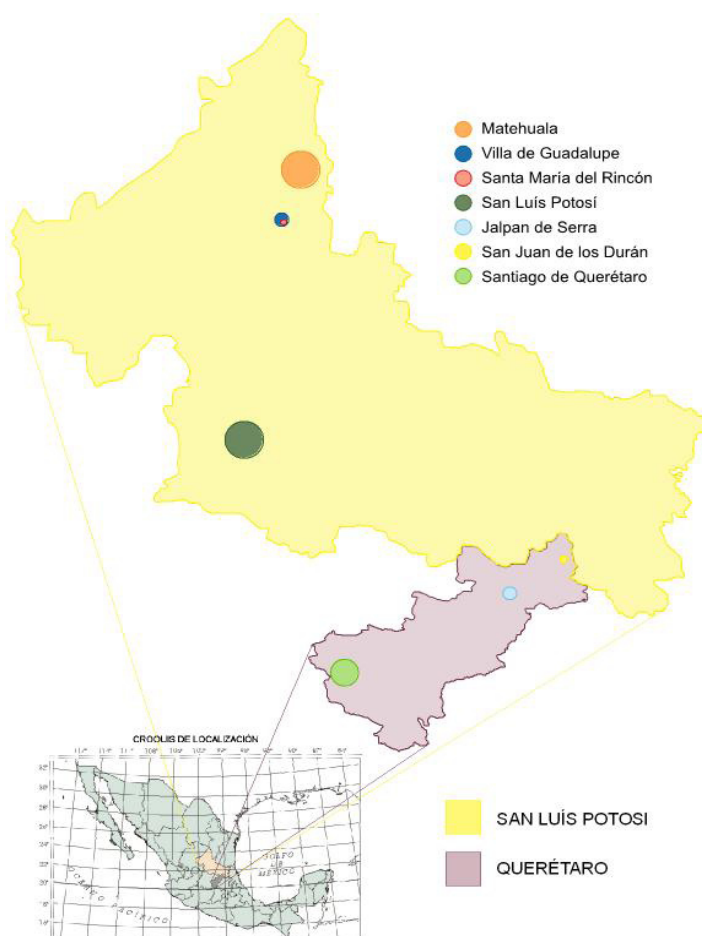
¹³Tienda de diseño y artesanías con apoyo al trabajo artesanal (<http://artefacto.com.mx/home/>)

Los aprendices de carpintero en la comunidad de San Juan de los Durán son hombres y mujeres, en su mayoría estudiantes de secundaria y preparatoria, aunque desgraciadamente se corre el riesgo de que cuando los jóvenes aprendan el oficio abandonen su comunidad, en busca de trabajo en los Estados Unidos¹⁴.

Este es el caso de las comunidades extractoras de materia prima en el país, las cuales no pueden realizar productos de interés al consumidor para incrementar sus recursos financieros

Esta es una de las consecuencias de la globalización, pues con los tratados comerciales que permiten la importación de productos extranjeros de buena calidad y bajo precio, los productos artesanales son fácilmente sustituidos.

En el siguiente mapa se localiza las dos comunidades que se estudiaron anteriormente por ser regiones ricas en materia prima.



15

¹⁴Hagerman, Oscar. (2004, Septiembre). Visita de campo a San Juan de los Durán. Jalpan de Serra. Querétaro.

¹⁵FIGURA: Mapa de ubicación geográfica del estado de San Luis Potosí, la capital del estado, el municipio de Matehuala, Villa de Guadalupe y la comunidad de Santa María del Rincón. También del estado de Querétaro, la capital del estado, el municipio de Jalpan de Serra y la comunidad de San Juan de los Durán

1.1.4 Artesanías como productos regionales

Los objetos elaborados por artesanos a través de los muchos oficios conocidos, nacen en el taller familiar, de la inventiva popular. Un objeto siempre será la expresión legítima de un modo de vivir y ver el mundo.

La artesanía suele ser considerada como un producto folklórico, elaborado a mano, artístico o con alta connotación cultural, y realizado con materias primas locales sobre la base de habilidades tradicionales.

Hoy día, gran parte de los artesanos obtienen la materia prima de regiones muy distintas de su lugar de trabajo, y muchos de ellos usan equipos, herramientas y técnicas de reproducción mecánicas; como un proceso único, irregular o imperfecto del trabajo artístico y manual.¹⁶

El trabajo tradicional del artesano (formas, materias primas, técnicas, movimientos), agrega un elemento de belleza o de expresión artística al carácter utilitario del objeto o a su función en la vida social.

No pueden transformarse las industrias indígenas de ningún país, porque se transforma en un producto híbrido, que pierde toda relación con el arte de la región.¹⁷

De lo anterior se puede concluir que un producto regional es aquel que representa a su región por sus formas, materias primas, técnicas o movimientos; como una expresión única.

1.1.5 Apoyo a productores de artículos regionales

En México existen Instituciones que fomentan el trabajo de los artesanos y productores de artículos regionales, brindando apoyo económico para iniciar su micro empresa, como es el caso del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías FONART¹⁸, la comercialización de sus productos en la Casa de las Artesanías CASART¹⁹ y otros como la Comisión de Planeación Apoyo a la Creación Popular CACREP²⁰ y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes CONACULTA²¹.

FONART, otorga créditos de entre 2 mil y 10 mil pesos a los artesanos que elaboran productos tradicionales en sus formas, técnicas de producción, materiales y diseños; lo que los artesanos necesitan para acceder a éstos, es una carta de la autoridad municipal que avale su actividad y residencia, así como una identificación oficial.

Además del financiamiento económico, FONART, brinda a los artesanos la posibilidad de entrar a un sistema de ventas, exposiciones y concursos de artesanías, también les da asesoría técnica para mejorar sus productos y que compitan en mercados nacionales e internacionales.²²

¹⁶Martín Juez, Fernando. Los nombres del diseño. En Contribuciones para una antropología del diseño. (pp.32 - 44). Editorial Gedisa. México. D.F. 2002

¹⁷Martínez Peña, Porfirio. Arte popular en México. Cincuentenario de una exposición y de un libro. II. Arte popular y artesanías artísticas en México. (pp.19-32). Secretaría de Educación Pública. México. D.F. 1988.

¹⁸FONART: Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías. (<http://www.fonart.gob.mx/main.htm>)

¹⁹CASART Casa de las Artesanías

²⁰CACREP: Comisión de Planeación y apoyo a la Creación Popular

²¹CONACULTA: Consejo Nacional de Estadística Geográfica e Informática (<http://www.conaculta.gob.mx/>)

²²Cobos González, Carmen.(2004, Abril 21). Ofrece el FONART apoyos. Extraído en Septiembre, 2004, de <http://presidencia.gob.mx/buenasnoticias/index.php?contenido=7975&pagina=25>

1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El contexto en el que se enfoca el tema de tesis es el medio rural mexicano y esta centrado en el caso de dos comunidades rurales mexicanas: La Barranca, Santa María del Río, San Luis Potosí y San Juan de los Durán, Jalpan de Serra (Sierra Gorda), Querétaro.

Actualmente estas dos comunidades enfrentan una problemática con rasgos comunes:

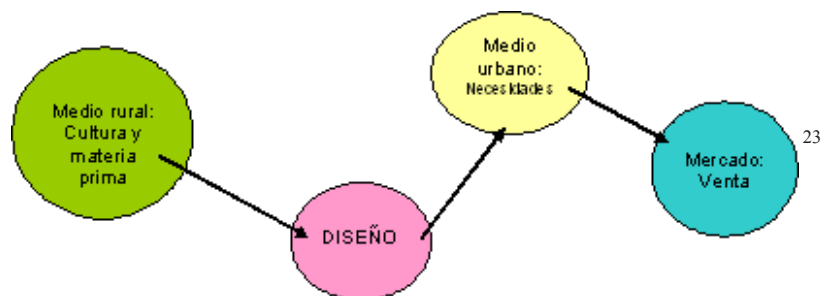
- Ingresos económicos menores a los 3 salarios mínimos mensuales,
- Sus productos regionales (objetos artesanales o/y materia prima), son pagados a precios bajos.
- Esto asociado a la emigración de su población productiva.

La comunidad de La Barranca se asienta en un territorio con riqueza artesanal, donde se producen varios objetos representativos de su región entre ellos artículos de lechuguilla.

San Juan de los Durán, se encuentra en la Sierra Gorda, con una biosfera protegida por la UNESCO, en terrenos donde se explota convenientemente la madera saneada de pino.

De la primera rescatamos su tradición y habilidad artesanal; de la segunda su materia prima. Para poder intervenir con propuestas de solución en estas comunidades, se propone el desarrollo de ciertos paquetes tecnológicos donde se integre el diseño de objetos que denoten su cultura, con mejor aceptación en el mercado urbano.

1.3 OBJETO DE ESTUDIO



El objeto de estudio es el medio rural (La Barranca y San Juan de los Durán), enfocado en su cultura, productos artesanales y la materia prima con la que cuentan (lechuguilla y madera).

Los alcances de esta investigación se basan en gestionar el diseño²⁴ para apoyar a las comunidades rurales, en la generación de productos representativos de su cultura con la materia prima de su región y que cumplan con las necesidades que el medio urbano demanda para asegurar su competencia en el mercado.

Teniendo como meta que la comunidad rural, tenga más opciones para generar ingresos económicos, desarrollando sus habilidades, por medio de la producción de objetos que caractericen a su cultura y la región en la que habitan.

²³FIGURA: Objeto de estudio

²⁴Vectores expresión y comercial en la forma del objeto, según el diagrama de la forma del Maestro Luis Alfredo Rodríguez Morales, ver Requisitos para el diseño de productos regionales pp.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL TEMA

1.4.1 Objetivo general

A partir de un diagnostico previo de las condiciones de vida y el entorno social de las comunidades, desarrollar paquetes de diseño donde se integren nuevos productos, característicos de la cultura (de comunidades rurales), con mejor aceptación en el mercado urbano.

1.4.2 Objetivos

- o Identificar las condiciones de vida y entorno social de las comunidades. (La Barranca y San Juan de los Durán)
- o Conocer los productos que se elaboran con lechuguilla y madera (materia prima de uso en La Barranca y la materia prima existente en San Juan de los Durán).
- o Determinar la causa de la poca demanda de sus productos en el medio urbano.
- o Definir que productos con características culturales y con dichas materias primas (lechuguilla y madera), pueden cumplir con las necesidades del usuario en el medio urbano potosino.
- o Contemplar el desarrollo de nuevos productos con poco capital y un plan de crecimiento para las comunidades rurales.
- o Establecer una propuesta para dar a las comunidades rurales una base para incrementar sus ingresos económicos por medio del diseño de productos innovadores.

1.4.3 Preguntas de investigación

- o ¿Qué productos se pueden realizar con esta materia prima (lechuguilla y madera)?
- o ¿Por qué los productos rurales tienen poca demanda en el medio urbano?
- o ¿Qué productos realizados utilizando esa materia prima (lechuguilla y madera) pueden cumplir con las necesidades del usuario en el medio urbano?
- o ¿Es factible el desarrollo de nuevos productos con poco capital (prestamos mínimos entre \$2,000 y \$10,000)?
- o ¿Se puede utilizar un plan de desarrollo para las comunidades rurales?
- o ¿Cuál sería el papel del diseño?
- o ¿Como se debería gestionar el diseño en el medio rural?

1.4.4 Justificación del proyecto

El propósito de esta investigación es conocer y ampliar el panorama laboral y económico de las comunidades rurales en México gestionando adecuadamente la disciplina del diseño industrial, tomando como base los casos de La Barranca y San Juan de los Durán, buscando ofrecer a la población alternativas de empleo utilizando su experiencia artesanal o la materia prima de su comunidad respectivamente, para crear productos competitivos que puedan comercializarse en el exterior.

Con esto se beneficiara a las comunidades con nuevas fuentes de trabajos mejor remunerados además de brindarles nuevas oportunidades de desarrollo cultural por medio de sus productos.

El resultado y el análisis de esta investigación proporcionarán elementos para generar alternativas de diseño por medio del uso de sus capacidades técnicas o su materia prima, empleando poca inversión, dentro de un plan de desarrollo.

1.4.5 Hipótesis general

El Diseño Industrial como disciplina (humana) puede contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales mexicanas.

Las comunidades rurales pueden generar productos competitivos en el mercado con características representativas de su región.

1.4.6 Hipótesis particular

- o La materia prima de la región; se puede usar en el diseño y manufactura de productos realizados por comunidades rurales, para dirigirse al mercado de usuarios en el medio urbano.
- o Se pueden diseñar y desarrollar productos invirtiendo pocos recursos económicos que representen a una cultura regional con creatividad dentro del proceso de diseño.
- o En las comunidades rurales se pueden utilizar planes de desarrollo en los que se incluya el diseño, como resultado de su contexto cultural y regional para incrementar su productividad e ingresos económicos.

Con los antecedentes contenidos dentro de este primer capítulo se han establecido las bases de esta investigación y así se delimita el contenido de los siguientes capítulos, para continuar con la parte medular de esta tesis.

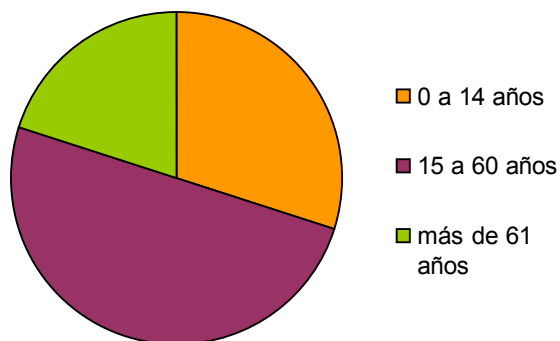
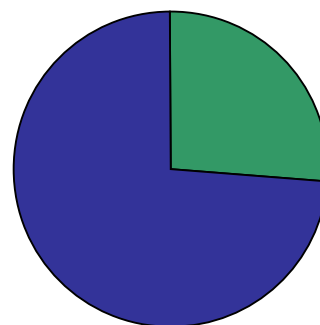
En el siguiente capítulo se enmarca el contexto socio-económico en el que se desarrollan las comunidades rurales, como preámbulo para el conocimiento de las dos comunidades que comprenden el caso de estudio.

2.1 POBLACIÓN MEXICANA

Según el último censo que llevo a cabo el INEGI, en el año 2000, nos damos cuenta de que el mayor porcentaje de la población es de jóvenes en la zona urbana.

La proporción aproximada de la población rural es de 26.5% en comparación a el 73.5% de la población que habita en las zonas urbanas del país.²⁵

■ Población rural
■ Población urbana



La tercera parte de la población total en México, pertenece al rango de 0 a 14 años de edad. La quinta parte de la población total, pertenece al rango de 15 a 60 años y las otras dos partes de la población tienen más de 61 años de edad.²⁶

Con esto nos damos cuenta de que la mayoría de la población está en edad productiva. Por lo tanto podemos observar, que las comunidades rurales son minoría y por lo mismo están aisladas de las principales ciudades urbanas; lo que provoca que las comunidades también se encuentren alejadas de la tecnología urbana y de los avances económicos por los que pasa el resto del país.

²⁵GRÁFICA: Proporción aproximada de la población rural y urbana en la Republica Mexicana

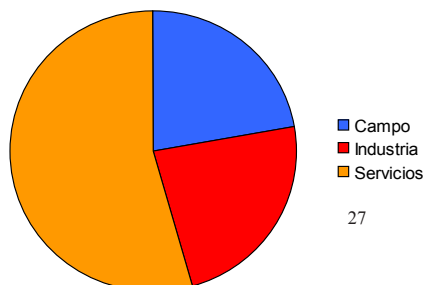
²⁶Datos proporcionados por el INEGI

GRÁFICA: Rango de edad de la población mexicana

2.2 ECONOMÍA MEXICANA

En el año 2000, el PIB (producto interno bruto) del país fue de \$6, 004, 032, 800,000.00 pesos mexicanos, lo que representa un 2.5 mas que a principios de los años 90.

Los principales estados de la Republica que brindan mayores aportaciones al PIB, son México, Jalisco, Puebla y Nuevo León.



La distribución del PIB por sectores en toda la Republica es:

- o Sector primario (campo): 22.31%.
- o Sector secundario (industria): 23.27%.
- o Sector terciario (servicios): 54.42%.

Con este breve análisis sobre el PIB, nos podemos dar cuenta que el sector que menos aportaciones tiene es el campo, por lo tanto es al que se le designa menor porcentaje.

Por estas observaciones, me atrevería a deducir que la estrategia utilizada para distribuir el PIB en los tres principales sectores del país no es la adecuada, pues considero que lo más importantes es apoyar en mayor cantidad a quienes generan menores ingresos con el fin de obtener mejores resultados.

Es muy importante dar mayor apoyo al campo pues es uno de los sectores que puede brindar mucho más de lo que aporta actualmente.²⁸

Otro aspecto imprescindible para ubicar la situación económica de México, es la globalización que además de proporcionar oportunidades comerciales y beneficios tecnológicos a nuestro país, también nos trae dificultades en el bienestar social, por no enfocarlos al ser humano y al medio ambiente que nos rodea.

2.3 PROBLEMÁTICA COMÚN

La situación de los derechos económicos, sociales y culturales en México, sufren un grave deterioro en las condiciones generales de vida de un numero cada vez mayor de mexicanos, esto en gran medida como resultado de las políticas de ajuste estructural implementadas durante los últimos 17 años y que le dan prioridad a la estabilidad de los indicadores macroeconómicos y del mercado, por encima del bienestar de la población.

²⁷Información obtenida de la OEI, (Organización de Estados Iberoamericanos) para la Educación, la Ciencia y la Cultura
GRÁFICA: Distribución del PIB por sectores en toda la Republica Mexicana

²⁸Ibíd.

Las políticas enfocadas al gasto social que orientan los programas nacionales de combate a la pobreza implementado en los últimos años son excluyentes, sin proponerse resolver las causas estructurales de la pobreza.

Estos programas son utilizados con fines políticos y electorales, acentuando la discriminación y afectando la construcción de un sistema realmente democrático, indispensable para el desarrollo social.

Todo esto afecta con mayor intensidad a la población que vive en zonas rurales de nuestro país, particularmente a los más de 10 millones de indígenas mexicanos.

Un punto muy importante y básico que nos ilustra de una manera practica esta situación es el hecho de la falta de agua, elemento necesario para todos los seres humanos, sobre dicha situación las estadísticas nos indican que aproximadamente 5.6 millones de mexicanos que habitan en zonas no urbanas no tienen acceso a ella.

Para poder establecer nuevos modelos para el apoyo de las comunidades rurales es muy importante contar con la participación de esta sección de la sociedad. Por lo que es necesario rescatar la sensibilidad social de los habitantes haciéndolos responsables de su propio desarrollo

Además es indispensable establecer la relación entre el ser humano y la naturaleza, promoviendo que el desarrollo de toda comunidad esté estrechamente equilibrado con el bienestar ecológico.²⁹

2.4 SOLUCIONES IMPUESTAS

A pesar de que nuestro país pasa por una difícil situación, el gobierno ha buscado la forma de enfrentarla, mediante programas destinados a incrementar los beneficios a la sociedad.

Para poder abrir el panorama se mencionan algunas de las acciones que se han tomado. En cuestión de educación, se han implementado distintos programas como el conocido como OPORTUNIDADES³⁰, que antes era llamado PROGRESA³¹, además de otros programas como el INEA³² enfocado a brindar educación para los adultos, entre otros.

En el 2002 se construyeron centros de salud en 16.8% de las comunidades rurales mas necesitadas en el país.

Actualmente se han generado opciones para incorporar a los jóvenes del medio rural al ámbito productivo, con el fin de que los hombres no emigren a otros estados o países y que las mujeres aprendan nuevas labores que las ayuden a incrementar sus ingresos económicos.

Como éstos hay muchos hechos que han mejorado las condiciones de vida de personas en las comunidades desgraciadamente hay que admitir que no han sido suficientes.

²⁹ Meneses Murillo, Luis. Coordinador Ejecutivo de la UNORCA, (Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas Autónomas). Publicada en (www.pa.gob.mx/publica/pa070305.htm)

³⁰OPORTUNIDADES: programa federal para el desarrollo humano de la población en pobreza extrema, brinda apoyos en educación, salud, nutrición e ingreso. http://www.oportunidades.gob.mx/htmls/quienes_somos.html

³¹PROGRESA: Programa de Educación Salud y Alimentación durante el periodo de gobierno del presidente Ernesto Zedillo (www.progresagob.mx.)

³²INEA: Instituto Nacional para la Educación de los Adultos; es un organismo descentralizado del gobierno mexicano, tiene como objetivo brindar educación básica con el propósito de abatir el rezago que existe en el país. (http://cdi.gob.mx/index.php?id_seccion=517)

Por lo cual es muy importante mencionar algunos aspectos que se establecieron en el Programa Sectorial de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación³³, para el periodo de Gobierno (2001-2006) del Presidente Vicente Fox Quesada.

El Diputado Jaime Rodríguez López establece sobre el Desarrollo Rural; que:

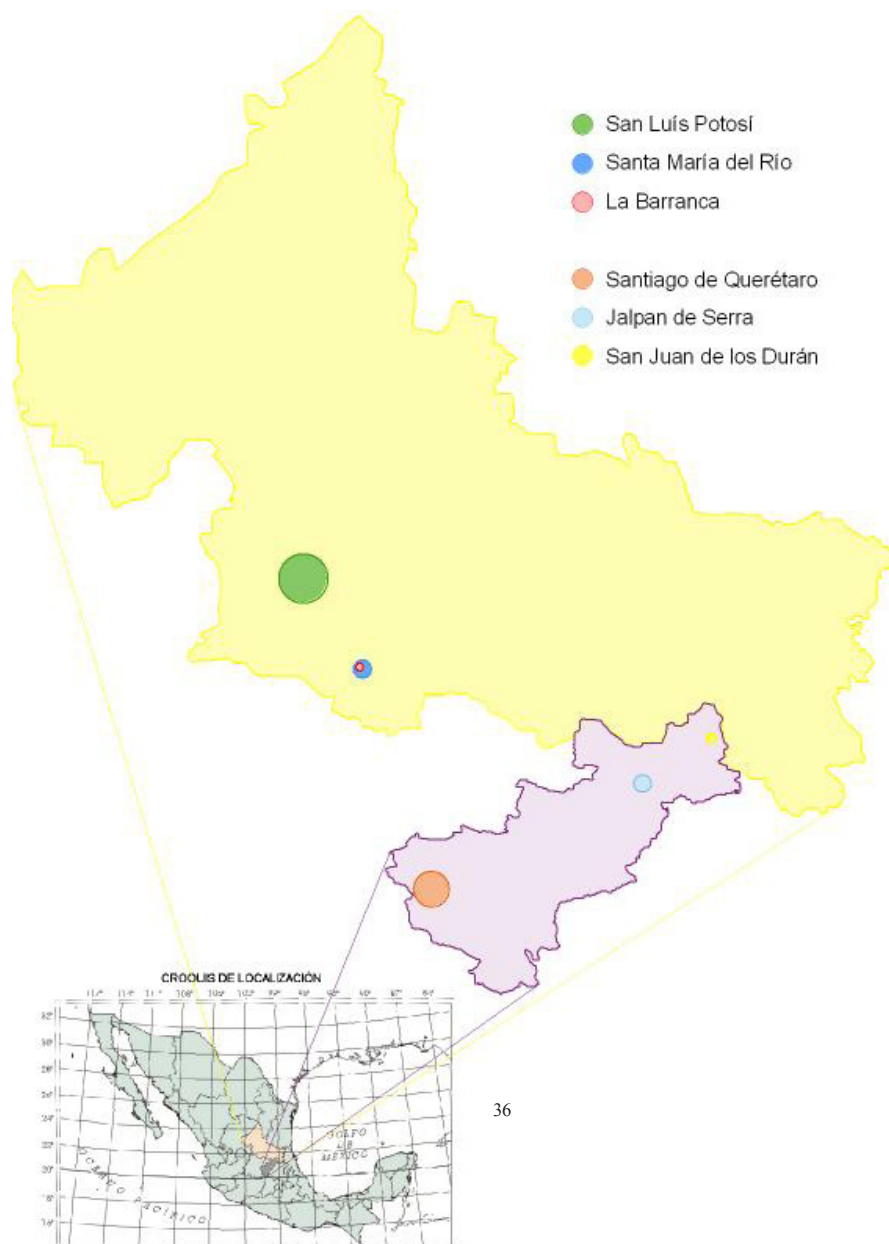
- o El sector rural de México, nos es una de las áreas más sensibles de nuestra sociedad, que concentra en su entorno los más preocupantes índices de marginación y pobreza y en la que habita la cuarta parte de la población mexicana.
- o La globalización de la economía mundial es un hecho inevitable e imposible de soslayar, como cierto es también, que ningún país en el mundo puede aspirar a un desarrollo económico justo y equilibrado sin fortalecer y desarrollar su sector agropecuario.
- o El panorama de desigualdad y pobreza que acusa el sector, exige de medidas y acciones expeditas e integrales, que permitan una reactivación productiva a favor de mejores niveles de ingreso y bienestar social; así como la formación de capital humano en el medio rural.
- o Con la globalización, los productores rurales mexicanos fueron colocados en una presunta situación de competencias con sus similares de otras naciones; careciendo de los instrumentos y los apoyos con que ellos cuentan. Esta situación, ha redundado en el ahondamiento de las desigualdades imperantes en el medio rural de nuestro país.
- o La visión de la sociedad rural, se basa en las actividades agropecuarias para las cuales hoy el Gobierno mexicano cuenta ya con instrumentos fundamentales para construir la política de Estado que requiere el sector agropecuario del país, como son, entre otros, el Programa Sectorial mencionado anteriormente y la Ley de Desarrollo Rural Sustentable³⁴.
- o Por lo tanto el Consejo Mexicano para el Desarrollo Rural, ha propuesto una política de Estado que reactive el crédito y la inversión demandada en el medio rural, como placa para un crecimiento productivo sin soslayar que al mismo tiempo, se exige de una política social que aminore las desigualdades entre los medios urbanos y rurales y ayude a la formación de la verdadera riqueza de nuestro campo: sus hombres y sus mujeres.
- o Estas demandas no solo son mejoras económicas, sino alentar a la construcción de un país social, de un piso social básico para las mujeres y los hombres del campo, que les permita insertarse a participar de mejor manera en el desarrollo nacional.
- o La apertura comercial indiscriminada y las repetidas crisis económicas financieras, que nos han tocado vivir en los últimos años, han acrecentado el daño dejando a su paso a este sector descapitalizado, disminuido en su producción y tierras abandonadas, al verse la población obligada a buscar mejores alternativas de vida.
- o Es imposible aislarnos de la tendencia mundial de la globalización de las economías. Nos ha tocado padecer la pérdida de espacios, tanto en el mercado internacional como en el propio, dada la competencia asimétrica con nuestros principales socios comerciales, en contraste con lo que sucede en México, tienen mayores y suficientes instrumentos, para alentar a sus productores en la producción y comercialización.
- o En el campo de la Investigación y transferencia de tecnológica, la apertura comercial nos ha enseñado que es necesario hacer eficientes los métodos de producción, para ello es indispensable contar con un sistema profesional e integral de investigación y de transferencia de tecnología, como hoy lo establece el Programa. El gran reto es llevarlo a todos los rincones del país³⁵.

³³Programa Sectorial de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; (<http://www.sagarpa.gob.mx/info/sectorial/>)

³⁴Ley de Desarrollo Rural Sustentable: dirigida al sector agropecuario y al bienestar de la sociedad rural en México; (<http://www.cddhcu.gob.mx/leyinfo/pdf/235.pdf>)

³⁵Rodríguez López, Jaime. (Enero 11, 2002) Versión estenográfica de las diversas intervenciones durante la presentación Programa Sectorial de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. En el Salón Adolfo López Mateos de la residencia oficial de Los Pinos. Extraído en Mayo, 2005, de www.sagarpa.gob.mx/info/sectorial/discursosvarios.html

Antes de continuar con el estudio de las dos comunidades a las que se enfoca este trabajo, se presenta un mapa donde se localizan. Como se puede observar en el siguiente mapa, las comunidades están ubicadas en diferentes estados de la Republica Mexicana, lo que nos enriquece el proceso que se lleva a cado sobre la situación particular de cada una de ellas dentro de este mismo capitulo.

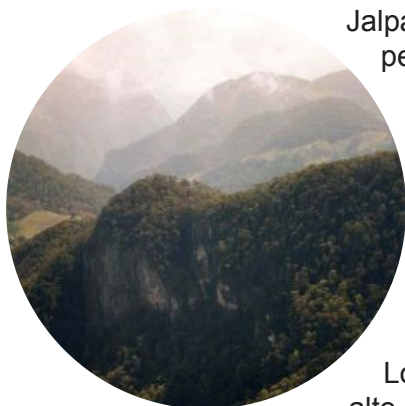


³⁶FIGURA: Mapa de ubicación geográfica del estado de San Luís Potosí, la capital del estado, el municipio de Santa María del Río, y la comunidad de La Barranca. También del estado de Querétaro, la capital del estado, el municipio de Jalpan de Serra y la comunidad de San Juan de los Durán

2.5 CONTEXTO

2.5.1 Jalpan de Serra, Querétaro

2.5.1.1 Riqueza forestal



Jalpan de Serra es un municipio del estado de Querétaro que tiene una superficie total de 112,623 hectáreas, de las cuales 56 978 son de uso forestal, ubicadas principalmente en Valle Verde, Carrizal de los Durán y San Juan de los Durán, con una importante riqueza natural donde desatacan grandes extensiones de bosque, siendo en su mayoría pino y encino (bosque escleroaciculifólio).

El pino que se encuentra en esta zona es de talla baja, es decir miden entre cuatro y 15 metros de altura, sus hojas son laminas escleróticas y cardizas en el estiaje; representando el género *Quercus*. Los árboles de encino tienen un tamaño mediano de cuatro a 15 metros de alto, su fuste es erecto con hojas aciculares, basculadas y perennes.

2.5.1.2 Industria y Turismo

La industria ha sido desarrollada en pequeños talleres familiares o negocios como carpinterías, tiendas de materiales para la construcción, huaracherías y fabricación de petates.

Este municipio cuenta con servicios de hospedaje, alimentación, guías de turistas y transporte para recorrer la Sierra Gorda. Los periodos de mas afluencia turísticas son las vacaciones de verano y las fiestas patrias, patronales y navideñas



2.5.1.3 Festividades y eventos culturales

Este municipio se caracteriza por tener costumbres heredadas de varias generaciones atrás, como las festividades que se llevan a cabo los días 5 y 6 de enero en honor al Santo Niño de La Mezclita (nombre dado por la comunidad "La Mezclita"). El día 25 de julio se conmemora el Santo Patrón de Jalpan (el Apóstol Santiago), para lo cual se llevan a cabo procesiones, queman fuegos artificiales y se llevan a cabo las primeras comuniones y las confirmaciones de los niños del pueblo. El día 15 de septiembre se lleva a cabo la fiesta mas importante (desde hace 26 años), para celebrar el grito de la Independencia.



Este municipio tiene gran influencia de las Huastecas Potosina, Hidalguense y Tamaulipeca, en cuestión de música por lo que a la gente le gustan mucho los huapangueros.

Actualmente se lleva a cabo la Feria de Jalpan la cual se implanto con motivo de la fundación de las Misiones Franciscanas, donde se llevan a cabo eventos artísticos, culturales y se promueve el huapango en sus diferentes modalidades.

2.5.1.4 Artesanías

En Jalpan de Serra se fabrican diferentes artesanías como la cerámica, alfarería, hojalatería, herrería, talabartería (objetos de res y de piel de víbora); las cuales se venden a turistas.

2.5.1.5 Problemática

En los últimos años se ha registrado un alto porcentaje de emigración ya que aproximadamente el 40% de la población total del municipio, sale a Estados Unidos de América; abandonando sus parcelas, las cuales no producen lo suficiente para el autoconsumo.

A partir de 1961, la población de las comunidades ha inmigrado a la Cabecera Municipal en busca de trabajo, el cual generalmente es proporcionado por actividades constructoras como la carretera, la presa de Jalpan o la electrificación del municipio³⁷.

2.5.1.6 San Juan de los Durán

2.5.1.6.1 Proyectos relacionados con la comunidad

Actualmente en la Sierra Gorda de Querétaro, se han implementado una variedad de proyectos en relación con la diversificación productiva.

Con el fin de evitar los problemas ambientales por los que pasa la reserva de la biosfera de Sierra Gorda, los cuales son causados por las condiciones socioeconómicas del área.

La actividad económica principal de la Sierra Gorda, es la agricultura y la extracción de madera en baja escala, la cual se realiza sin supervisión técnica y bajo condiciones marginales, que dejan a los propietarios de pequeñas tierras con mínimas ganancias y bosques devastados.

Por lo tanto es urgente ofrecer a los propietarios de tierras opciones para mejorar sus alternativas económicas que les permitan hacer un uso sustentable de los recursos naturales y les generen mayores recursos económicos.

Para combatir esta situación se han desarrollado proyectos de ecoturismo que toman ventaja de la belleza de los recursos naturales de la Sierra Gorda, que atraen a los visitantes. Este proyecto se ha llevado a cabo de una manera sustentable que les proporcione dinero a las comunidades mientras conservan sus recursos naturales.



³⁷Berrones Montes, Roberto. et al. 1999. Centro Nacional de Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de Querétaro. Enciclopedia de los municipios de México, Querétaro Jalpan de Serra. Extraído en Septiembre del 2005, de http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_queretaro

En la parte mas baja de la Sierra Madre Oriental, esta ubicado San Juan de los Durán donde se realizaron unas cabañas que son manejadas por la cooperativa de la comunidad. El propósito de este proyecto es que la diversificación, le proporcione a los residentes un desarrollo económico y eviten la actividad principal a la que se dedican (extracción de madera).

Estas cabañas están equipadas para albergar a 36 visitantes, tienen baños y regaderas, un área de alimentos, un cuarto de usos múltiples y están rodeados de una belleza natural.

También se están generando productos con los recursos regionales de una madera sustentable que ofrecen opciones para reducir el impacto ecológico causado por las actividades tradicionales. Dicho proyecto involucra una coordinación inter-institucional que comprende:

- o Capacitación a los beneficiarios del proyecto
- o Implementación de técnicas modernas
- o Remodelación de las áreas de trabajo

La comercialización de los productos se ha realizado con gran éxito, lo que genera verdaderos beneficios a los participantes como proceso sustentable a largo plazo de los recursos naturales.

Uno de los proyectos que se llevan a cabo son las carpinterías de productores forestales de la Unión de Ejidos Forestales Benito Juárez (Pinal de Amoles) en la comunidad de San Juan de los Durán.

Las herramientas para equipar el taller fueron donadas por la compañía Shell México, la capacitación fue impartida por los expertos carpinteros de diferentes instituciones como el Centro de Capacitación para el Trabajo Industrial CECATI³⁸. Gracias al conocimiento generado por los miembros de la cooperativa de San Juan de los Durán, pudieron elaborar las cabañas y el mobiliario, que forman parte del proyecto de ecoturismo de la región.

Tanto la herramienta como la capacitación que se brindó a las comunidades permiten a los productores agregar un valor regional a la madera que crece en la zona y así obtener mejores ingresos.

Los procesos de capacitación están acompañados por un seguimiento constante a los procesos de regulación, y los aprovechamientos de la asesoría técnica y administrativa

2.5.1.6.2 Investigación de campo

Entre los proyectos realizados estaba la cooperativa de carpintería a cargo del Arquitecto Oscar Hagerman, quien enseñaba a los jóvenes de la comunidad a trabajar la madera y administrar de forma básica las actividades de la comunidad.

La materia prima que se utilizaba era madera de pino, cedro o banak; comprada en la cabecera municipal (Jalpan de Serra) o en Querétaro.

³⁸CECATI: Centro de Capacitación para el Trabajo Industrial (<http://www.cecati.edu.mx/>)

³⁹S/R. Conservación de la Biodiversidad en la Reserva de la Biosfera Sierra Gorda. Productos Sierra Gorda. Extraído en Mayo, 2005 de, <http://www.sierragordamexico.org/es/>

Durante la etapa de aprendizaje de la cooperativa no se utilizó madera de la comunidad porque los aserraderos no estaban legalmente autorizados para la venta.

Los técnicos y encargados de la cooperativa son los que se tienen que hacer cargo de transportar la materia prima del lugar de adquisición a la comunidad, no tienen personal designado para realizar el transporte.

Para la comercialización de los productos terminados, los encargados de la cooperativa designaban un fin de semana para viajar a las tiendas turísticas de Jalpan de Serra y a la tienda de diseño Artefacto en el Distrito Federal donde se encomendaba la venta de dichos productos.

En esta cooperativa se involucraba a toda la comunidad, donde algunas de las personas mayores recibían ingresos para la capacitación de los jóvenes, el mantenimiento del taller y la adquisición de materia prima.

Los jóvenes hombres y mujeres, que integraban la cooperativa habían terminado sus estudios de secundaria y fluctuaban entre los 15 y 27 años, dedicados a la transformación de la materia prima en productos terminados.

Tanto los hombres como las mujeres aprendieron a utilizar las herramientas y máquinas que se tienen en el taller, pero los hombres prefieren manipular la materia prima y las mujeres darle el acabado que le da un carácter regional a los productos por medio de tintas para pigmentar la madera o decorarlos con chaquiras de colores.

Además de aprender las técnicas para la realización de los productos los jóvenes (hombres y mujeres); estaban aprendiendo los requisitos básicos para costear y cobrar sus productos. Mientras ellos aprendían como hacerlo, eran asesorados por la maestra Paty, quien dirigía los movimientos monetarios que necesitaba la cooperativa.

Entre los productos que ellos aprendieron a realizar se encuentran 4 cajas de diferentes tamaños, marcos para espejos y los principios básicos tanto ergonómicos como formales para la realización de una silla con características de la región⁴⁰.

2.5.2 Santa María del Río, San Luis Potosí

2.5.2.1 Industria

En este municipio de encuentran varias empresas manufactureras que le dan empleo al 13.90% de la población total.

El comercio del sector oficial participa con establecimientos tanto en la zona rural como urbana; además hay varios mercados donde se comercializan los productos básicos de alimentación, higiene, vestido, entre otros.



Artesanía típica de Santa María del Río, S.L.P

⁴⁰Hagerman, Oscar. (2005, Abril). Visita de campo a San Juan de los Durán. Jalpan de Serra. Querétaro.

2.5.2.2 Festividades y eventos culturales

Las fiestas más populares se realizan del 1° al 15 de agosto, en honor a la Asunción de la Virgen; en este mismo periodo de tiempo se lleva a cabo la Feria Nacional del Rebozo, durante la cual se efectúan corridas de toros.

2.5.2.3 Artesanías

Entre las más conocidas se encuentran el tejido del rebozo, las cajas taraceadas de madera de cedro, las canastas de varita, los muebles de madera con asiento tejido y los objetos de ixtle.

2.5.2.4 Problemática

Del total de la población de este municipio el 10.20% no genera ingresos derivados del sector agropecuario, industrial o del comercio y servicios. Del resto de la población un 45.50% solo recibe un salario mínimo, el 37.80% recibe de 1 a 5 salarios mínimos y el 2.40% recibe mas de 5 salarios mínimos.

La producción de manualidades, artesanías y de materia prima para exportación, cuentan con un mercado potencial (tiendas de decoración y manualidades), que se ve afectado por la falta de organización, la carencia de controles de calidad en la elaboración de los mismos, falta de infraestructura para la producción, etc⁴¹.

2.5.2.5 La Barranca

2.5.2.5.1 Proyectos relacionados con la comunidad

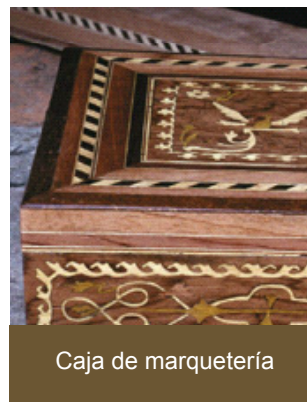
En el año 2003, se organizo un grupo modelo en la comunidad de La Barranca, municipio de Santa Maria del Río, con la finalidad de generar un proyecto para la producción de productos en ixtle. Dicha organización se llama Arte en Ixtle, marca que define el concepto de los artículos ofertados.

Se identifico a las Tiendas Parisina, con un número de 210 en el país con posibilidades de adquirir productos.

Otros productos también tienen una demanda bastante fuertes, como los cepillos para limpieza, reatas, morrales, sacos de almacenamiento, tapetes, tejidos para tapizado de muebles y fibras usadas como materia prima demandadas según miembros de la cooperativa La forestal en Estados Unidos y Europa.



Tejido de rebozo en telar de cintura



Caja de marquetería

⁴¹S/R 2002. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de San Luis Potosí. Enciclopedia de los municipios de México, San Luis Potosí, Santa María del Río. Extraído en Septiembre, 2005 de, http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELO-CAL/EMM_sanluispotosi

2.5.2.5.2 Arte en ixtle (grupo de mujeres)

Actualmente se dedican a la producción de artesanías de ixtle 216 mujeres en las localidades de La Barranca (28), La Cardona (60), El Tepozan (57) y El Soyate (71) en el municipios de Santa María del Río.

Los productos que elaboran son comercializados mediante acopiadores que acuden a las comunidades, los cuales pagan sus productos a precios muy bajos. Carecen de calidad homogénea y de lugares adecuados para llevar a cabo la actividad. No todos sus productos son demandados de igual manera en el mercado. Por lo que es necesario enfocar la producción a los artículos más rentables que cuentan con mayores posibilidades en el mercado.

Cuentan con un catálogo de productos diseñados, así como tarjetas de presentación y otros artículos promoción que obtuvieron mediante un apoyo de la alianza para el campo en el año 2003.

Número de Producto	Descripción
1	Panera o Bombonera Grande color natural
2	Tortillero color natural para adornar
	Con tapa
3	Mantel Individual color natural
4	Jaula Con Pájaro color natural
5	Costurero color natural
6	Dulcero con tapa color natural
7	Mariposas colores varios juego de 3
8	Flor de Pétalos grande colores varios o natural
9	Alcatraz Grande color natural
10	Alcatraz chico color natural
11	Cuernito de la abundancia c/ flor colores varios
12	Macetita con flores miniatura 2 diseños colores varios
13	Florero Grande color natural con cintilla en colores varios o d colores
14	Florero grande con 4 flores
15	Florero Chico color natural o de colores
16	Florero chico con 4 flores
17	Nopal con pájaro en colores varios
18	Canastilla terminado de aguja grande colores varios
19	Canastilla terminado de aguja chica
20	Canastilla Arrocera de estrella o modelos varios color natura
21	Arrocera Pequeña
22	Arrocero o bolo en forma de corazón con tapa color natural
23	Sombrero de aguja colores varios
24	Arreglo p/ mesa con alcatraz color natural
25	Margarita en matizado o color natural
26	Margarita chica matizado o color natural
27	Rosa colores varios
28	Flor de pétalos chica colores varios

42

⁴²TABLA: Catálogo de productos realizados por la comunidad de La Barranca

El objetivo general del Proyecto Ixtlero es: proporcionar valor agregado al ixtle mediante el desarrollo de nuevos productos, de manera que el tallador obtenga un mayor ingreso por su trabajo, con un criterio de sustentabilidad en el uso y aprovechamiento de la lechuguilla.

Se ha planteado que los parámetros de decisión para ubicar estratégicamente los talleres de producción contemplen los siguientes criterios de evaluación:

- o Niveles de marginación, Migración
- o Número de mujeres que son cabeza de familia al emigrar el marido.
- o Grado de Organización
- o Número de Productores y Talladores de Ixtle por Comunidad y Municipio
- o Accesibilidad (Ubicación Geográfica, Carreteras, Medios de Transporte, Comunicaciones, Etc.)

Se realizó un estudio de la capacidad Productiva y Situación del Mercado donde es importante determinar el número de ixtleros que actualmente se siguen dedicando a esta actividad ya que casi siempre se ha considerado como complementaria a otras actividades productivas.

El desarrollo de nuevos productos con la fibra de lechuguilla está siendo sometida a diferentes estudios para obtener otros productos, entre ellos los siguientes:

- o Detergente biológico a base de lechuguilla por parte de La Forestal Fortalecimiento de Capacidades Locales FCL
- o Investigaciones para la elaboración de shampoo y otros cosméticos
- o Establecer pequeños talleres para la fabricación de productos finales tales como: Cepillos para limpieza, Muebles de Ixtle, Productos Cosméticos, etc.
- o Japan International Cooperation Agency (JICA) y entre otras cosas se está trabajando en la elaboración de artesanía y artículos de decoración a base de fibra de ixtle y seda, otra línea de investigación y desarrollo de productos es la de la fabricación de papel a base de ixtle.
- o La Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, llevó a cabo un proyecto de estudio de la lechuguilla como fuente potencial de material para la construcción principalmente como material de refuerzo del concreto.

La organización para la producción y comercialización se basa en que el tallador trabaja de manera aislada y esta actividad es realizada como actividad económica secundaria o sólo cuando no tiene otra actividad productiva más rentable, por lo que se busca organizar a los productores y crear un centro de acopio para los productos de Ixtle, este centro concentraría los productos generados en los cuatro talleres, además de la fibra tallada a precios adecuados que permitan la operación del centro a largo plazo de manera rentable para lo que se requiere:

- o Determinar los tipos de organización existentes y su forma de participación en el proyecto
- o Determinar las formas de tenencia y uso de la tierra y su efecto en la producción
- o Localización de las organizaciones
- o Detectar, clasificar y evaluar los sistemas de acopio establecidos
- o Órganos o Sistemas de Administración, Evaluación, Control y Seguimiento que estas organizaciones manejan
- o Determinar esquemas de planeación participativa
- o Establecer programas de capacitación para la administración y organización de sociedades económicas

También se proponen Proyectos Específicos basados en La producción de artículos para tiendas de manualidades, clasificados en:

- o Talleres de trabajo
- o Adquisición de materia prima
- o Impresión de los catálogos, etiquetas individuales.
- o Adquisición de empaque
- o Adquisición de un vehículo de transporte para acopio.
- o Construcción, Implementación Equipamiento de un centro para acopio de productos elaborados y de fibra tallada.
- o Capacitación en producción (homogenización de la calidad del producto, empaque y empaque)
- o Capital de trabajo

Dentro de los productos que se planea realizar están: tapetes artesanales con base en tejido de ixtle, elaboración de lámparas de ixtle mezclado con otras fibras naturales como la seda y teñido con colorantes orgánicos en los cuatro talleres de producción propuestos. Para lo que se determinaron las necesidades de:

- o Adquisición de materia prima
- o Equipamiento del taller
- o Diseño y Capacitación
- o Diseño para ampliar el catálogo de Productos de Ixtle

Estos proyectos especiales estarán ubicados en cuatro talleres de producción establecidos para tal fin de la siguiente manera: Tres localizados en puntos estratégicos de la zona Ixtlera los cuales podrían ser; Matehuala, Catorce, y Venado y un cuarto en la zona de Santa María del Río, productora de artesanía de ixtle. Con un centro de acopio equipado en la ciudad de San Luis Potosí donde se planea fabricar además de las artesanías arriba mencionadas; tapetes, tela de ixtle para tapicería para elaborar muebles, sacos para café y algunas otras semillas, morrales, reatas⁴³.

2.5.2.5.3 Investigación de campo

La cooperativa de Arte en Ixtle, esta integrada por cuatro grupos con un total de 300 mujeres de las comunidades de La Barranca, El Tepozan, La Cardona y El Zoyate; donde tienen una arraigada tradición en el tejido del ixtle.

Una de las veinticinco personas que integran el grupo de la Barranca, es la Señora Benita, quien se distingue por la calidad de los productos que realiza con la ayuda de sus hijas.

La materia prima que utilizan para la realización de sus productos es el ixtle proveniente de la lechuguilla, su precio oscila al rededor de los 25 pesos y lo adquieren de los comerciantes de la comunidad de La Hierbabuena (prefieren esta fibra por que tiene mejor color y textura) que llegan a la comunidad a venderla.

⁴³S/R. Propuesto de Proyecto Ixtlero. Proyecto para la elaboración y comercialización de productos de ixtle

Utilizan la fibra en su color natural, pero también la pigmentan con colorantes artificiales para variar los aspectos estéticos de los productos. Entre los colores que más utilizan se encuentra el rosa, amarillo y verde; gracias a los cuales pueden variar la gama de colores a utilizar.

La fibra que les sobra después de limpiarla es utilizada para realizar mecate y estropajos; estos objetos son realizados por otras personas que recolectan y compran los sobrantes a un precio más económico (pues las artesanas lo venden como desperdicio).

Los productos terminados son recolectados por los encargados de la comercialización asignados por la SAGARPA⁴⁴, estos se llevan a los centros de acopio para designarlos a los puntos de venta ubicados en:

- o Universidad #220 (San Luis Potosí, San Luis Potosí.)
- o Melchor Ocampo #163 int.5 (Santa María del Río, San Luis Potosí.)

Cada una de las señoras asociadas trabaja por su cuenta en su casa y cada mes se realizan reuniones donde se tratan asuntos relacionados con la supervisión de los productos y las ventas realizadas.

Ellas programan sus actividades domésticas y destinan determinadas horas diarias para la producción artesanal, dentro de las cuales diseñan sus propios productos o experimentan con nuevas técnicas de tejido.

Todo el trabajo que ellas realizan es manual, la única herramienta extra que requieren son unas tijeras o algún elemento para cortar las fibras (para que estén de un mismo tamaño o para cortar los excedentes).

Esta actividad fue menospreciada por las artesanas, pues no era bien pagado, con la creación de la cooperativa se han promovido productos con mayor calidad, lo que ha aumentado la producción y el prestigio de los productos.

La forma que utilizan para el costeo de sus productos es multiplicando el costo de la materia prima por las horas de trabajo para obtener el producto final.

Al entregar los productos a los encargados de llevarlos a los acopios se le paga a cada persona por su producción individual. En los puntos de venta se les aumenta aproximadamente en 60% de los cuales el 40% es para la utilidad del comercio y el otro 20% es destinado a la comunidad como un retroactivo por su trabajo.

Estos productos son promovidos en exposiciones realizadas por la SAGARPA y por la institución denominada Arte Potosino, donde se maneja el catálogo de los productos, con el fin de comercializarlos en tiendas artesanales de todo el país y con expectativas a largo plazo de exportarlos.

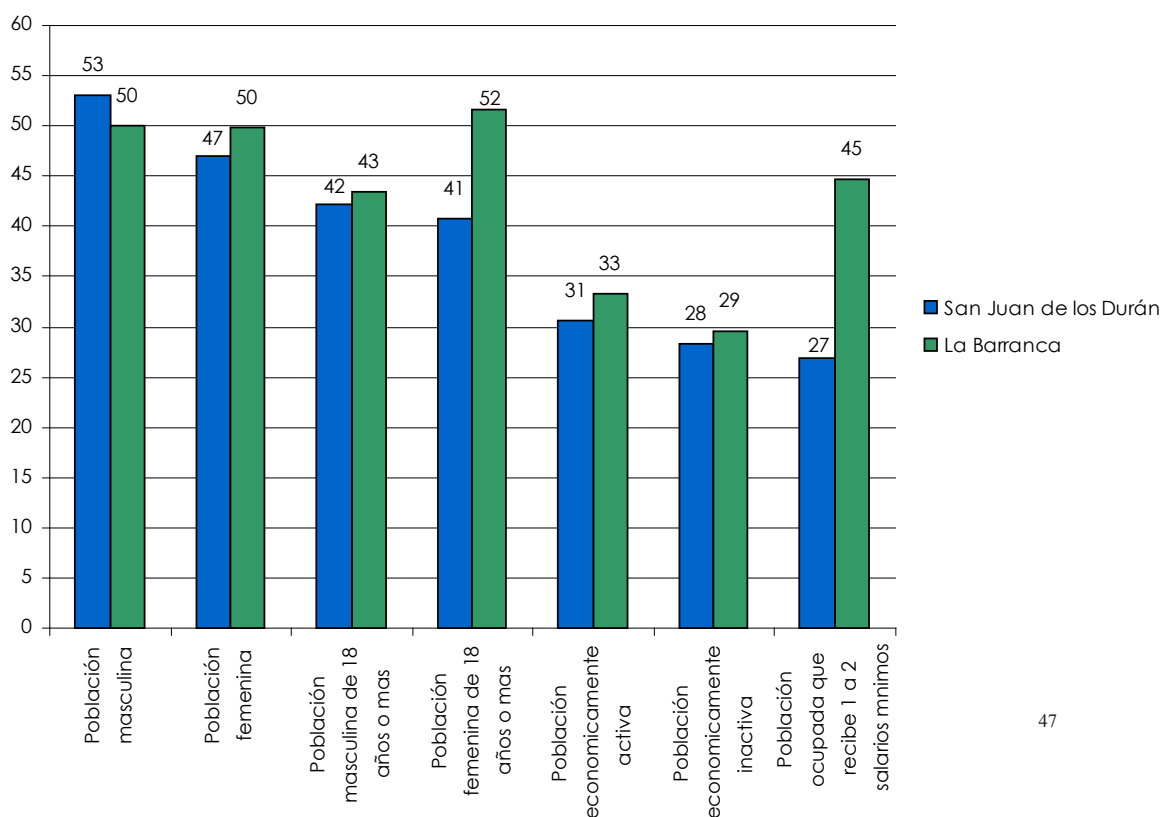
La forma en que ellas regulan la calidad de sus productos empieza por la limpieza de la fibra, después los encargados destinan los pedidos a las señoras según la experiencia de cada una de ellas; es decir cada una de las señoras es especialista en determinados productos.

⁴⁴SAGARPA: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

Entre los productos con mayor aceptación por los consumidores se encuentran las flores decorativas (de cinco pétalos y las alcatraces), los arroceros (como recordatorios para ceremonias), los mantelitos individuales, los dulcero, los contenedores de diversos tamaños y para diferentes objetos.⁴⁵

2.5.3 AFINIDADES ENTRE LAS COMUNIDADES (CONCLUSIONES)

2.5.3.1 GRÁFICAS COMPARATIVAS DE LA SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA⁴⁶



47

En esta primera grafica podemos identificar por medio de porcentajes las diferencias y similitudes entre la población de las comunidades de San Juan de los Durán (azul) y La Barranca (verde).

⁴⁵Govea, Guadalupe. (2005, Abril). Visita de campo a La Barranca. Santa María del Río. San Luis Potosí.

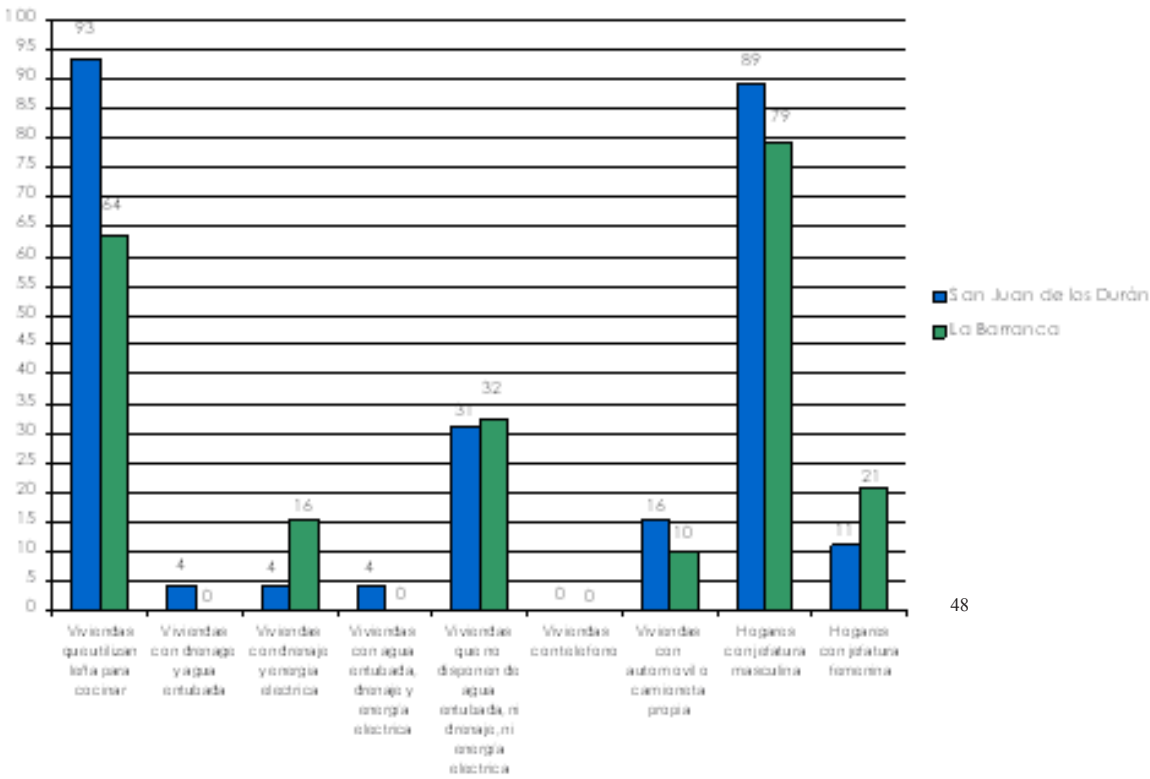
⁴⁶Datos proporcionados por el INEGI

⁴⁷GRÁFICA: Comparativa de la población de las comunidades de San Juan de los Durán y La Barranca

La diferencia principal es su población total, pues San Juan de los Durán cuenta con 219 personas y en La Barranca hay poco más del doble, pues tiene 451 habitantes.

Según los porcentajes obtenidos, se puede detectar que existe similitud entre las dos comunidades, pues a pesar de que tiene diferentes índices de población las estadísticas revelan semejanzas importantes como la relación económicamente activa e inactiva.

Otra similitud consta en que la mayoría de los pobladores económicamente activos reciben de 1 a 2 salarios mínimos por su trabajo, pero se calcula que casi la mitad de los pobladores de La Barranca generan esos ingresos, mientras que en San Juan de los Durán aproximadamente solo un cuarto de la población es la que tiene esas entradas.



En esta segunda grafica podemos valorar cuales son los beneficios con los que cuentan sus viviendas, utilizando porcentajes para valuar la relación de las mismas.

Es sumamente importante recalcar que las condiciones en las que se encuentran son muy similares, pues son muy pocas las viviendas que cuentan con los servicios básicos completos a pesar de las diferencias porcentuales en relación a los ingresos generados, como se menciono anteriormente.

Más del cincuenta por ciento de las viviendas en las dos comunidades no cuentan con tres de los servicios elementales de agua entubada, drenaje y energía eléctrica.

⁴⁸GRÁFICA: Comparativa de las viviendas en las comunidades de San Juan de los Durán y La Barranca

También podemos ver que las viviendas carecen de servicios de comunicación tales como el teléfono, por lo que la única forma que tienen para comunicarse con personas fuera de la comunidad es utilizando los servicios telefónicos de abastecimientos de abarrotes en la comunidad.

Por ultimo vemos que en las dos comunidades el sustento es provisto por los hombres y generalmente las mujeres ayudan a sus maridos con la realización de artesanías para incrementar el sustento del hogar.

Este aspecto es muy relevante pues en el índice de migración de ambas comunidades es muy alto, esto genera que las mujeres busquen la forma de generar ingresos para mantener a sus familias; razón por la cual las jóvenes de San Juan de los Durán aprenden carpintería y las señoras de La Barranca realizan artesanías.

2.5.3.2 TABLA COMPARATIVAS DE LAS CAPACIDADES TECNOLOGICAS⁴⁹

	San Juan de los Durán	La Barranca
Materia prima	Madera de pino, cedro o encino	Ixtle de lechuguilla
Transporte	Personal encargado de la cooperativa	Personal distribuidor asignado por la SAGARPA
Sistemas de producción	Taller equipado con maquinaria elemental para carpintería Hombres: transformación de la materia prima Mujeres: decoración de las productos.	El horario varia según sus actividades domesticas. Herramienta necesaria tijeras o cutre. Las mujeres son quienes conocen la técnica del tejido de ixtle.
Costos	Los encargados de la cooperativa se encargan de hacer los costeos, mientras los jóvenes de la comunidad aprenden.	Las artesanas costean su trabajo multiplicando las horas de trabajo en un producto por el costo de la materia prima utilizada.
Promoción	Los productos de la comunidad se distribuyen a los puntos de venta visitados por los turistas en la Reserva Ecológica de la Sierra Gorda	Los productos son llevados a las exposiciones organizadas por la SAGARPA y Arte Potosino; tanto en el estado como en el país.
Calidad	Los técnicos y maestros carpinteros que enseñan a los jóvenes son quienes supervisan la calidad final de los productos.	Es muy importante la limpieza de la fibra y cada señora se encarga del o los productos para los que tiene mejores habilidades.
Productos	Cajas y marcos para espejos decorados con chaquira.	Flores decorativas, diversos contenedores y mantelitos individuales.

50

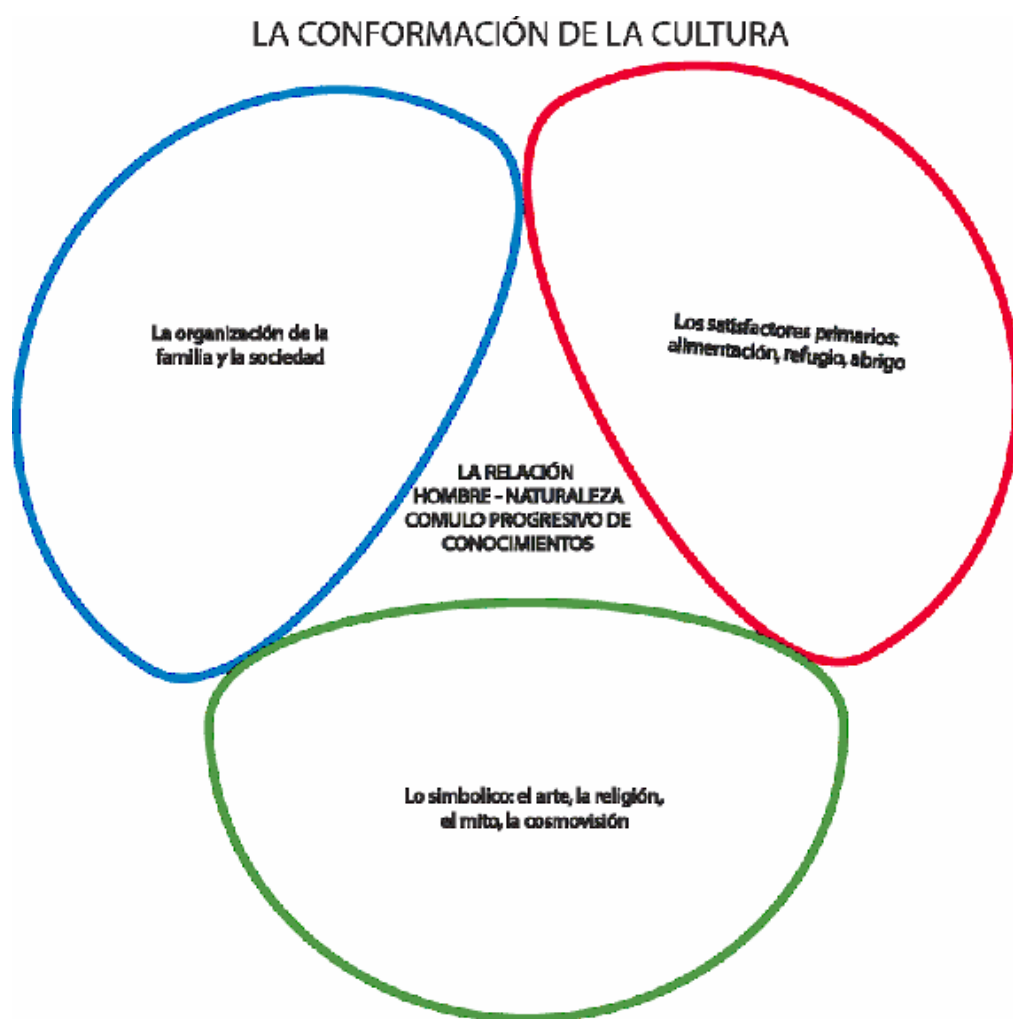
⁴⁹Autoría propia con apoyo de las visitas de campo realizadas.

⁵⁰TABLA: Comparativa de las capacidades tecnológicas de las comunidades de San Juan de los Durán y La Barranca

2.5.3.3 LA CONFORMACIÓN DE LA CULTURA

La cultura es un apretado tejido de relaciones, y que las artesanías abren una ventana para comprender y visualizar la conexión integral entre los elementos naturales, sociales y simbólicos del grupo social en cuestión.⁵¹

Esta premisa nos ayuda a dimensionar el origen y significado regional de los productos. En la primera figura se muestra el diagrama original, del cual se derivan las dos siguientes comparaciones donde podemos delimitar la extensión socio económica y cultural de las comunidades, para apoyarlas a incursionar dentro de un nuevo mercado urbano y local.



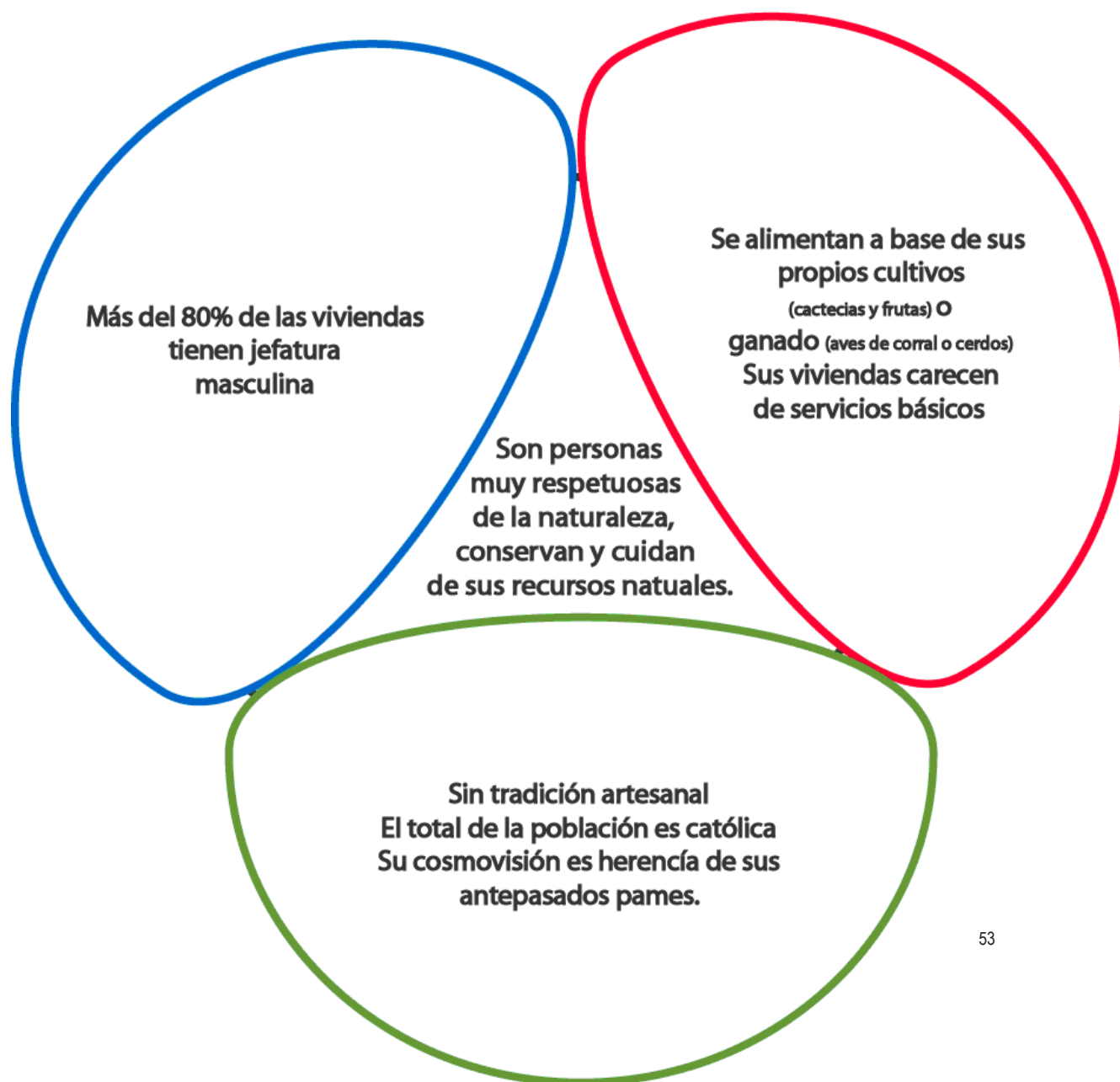
52

⁵¹Turok, Martha. Origen, auge y...¿decadencia? Cómo acercarse a la artesanía (pp. 15-30) Editores Plaza y Valdes. México. D.F. Diciembre de 1996.

⁵²FIGURA: La conformación de la cultura por Turok, Martha.

LA CONFORMACIÓN DE LA CULTURA

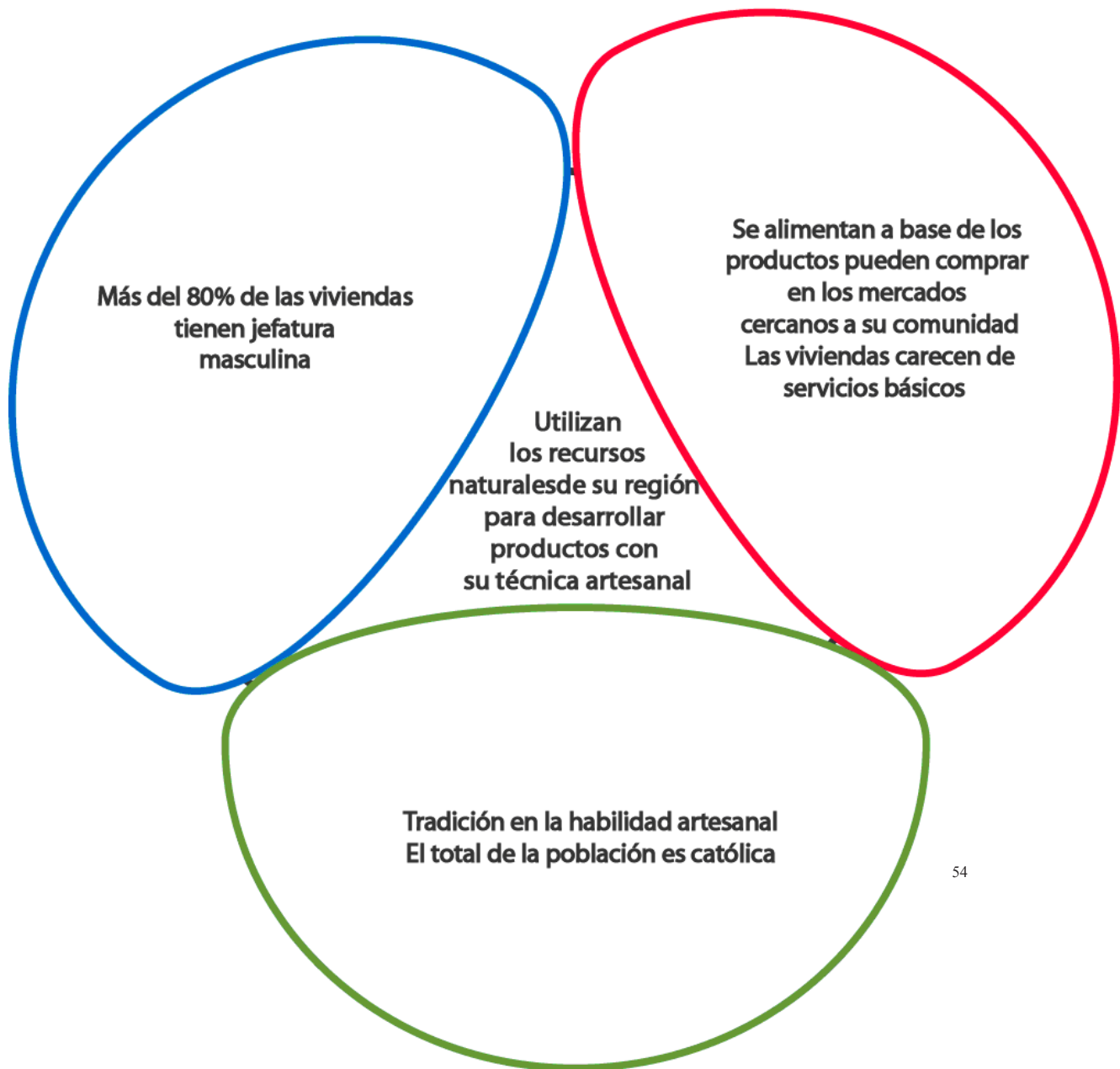
San Juan de los Durán



53

LA CONFORMACIÓN DE LA CULTURA

La Barranca



54

⁵⁴FIGURA: La conformación de la cultura, adaptación La Barranca

Las artesanías reviven cuando encuentran nuevos mercados –básicamente el turístico y el de la decoración- y se transforman. Esto es lo que vivimos hoy, el surgimiento de una nueva relación del artesano con sus materiales, sus formas de producción, su intención y su ganancia. Como ingreso complementario tendrían mejores ganancias.⁵⁵

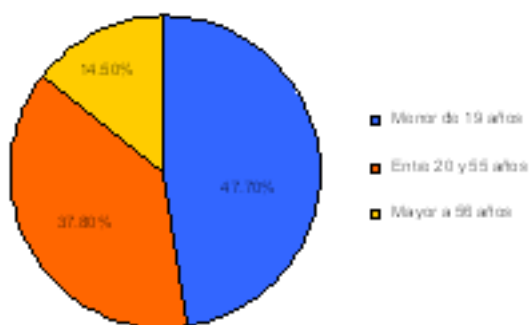
3.1 USUARIO

En la ciudad de S.L.P. las personas que compran productos orientados a la decoración de una casa, son las mujeres entre los veinte y los cuarenta años de edad, quienes se dedican a las labores del hogar.

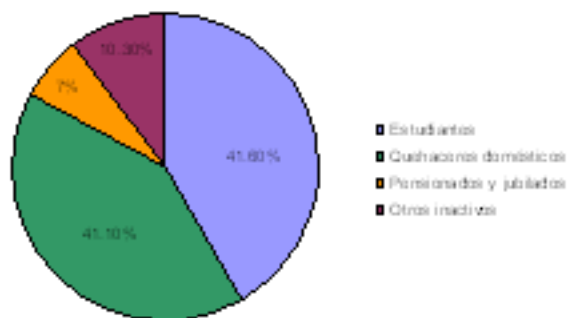
Aunque también han una valiosa cantidad de jóvenes hombres y mujeres de entre los veinte años, que consumen estos productos. En su mayoría son parejas de recién casados o que viven solos.

Tomando en cuenta que el consumidor principal de productos decorativos son las amas de casa (potosinas), se obtuvieron los siguientes datos del censo:

- o En San Luís Potosí hay 273,922 mujeres.
- o El 37.8% oscilan entre los 20 y 55 años.
- o El 41.10% de la población económicamente inactiva esta dedicada a los quehaceres domésticos.⁵⁶



Edades de la población femenina en S.L.P.⁵⁷



Actividades de la población inactiva en S.L.P.⁵⁸

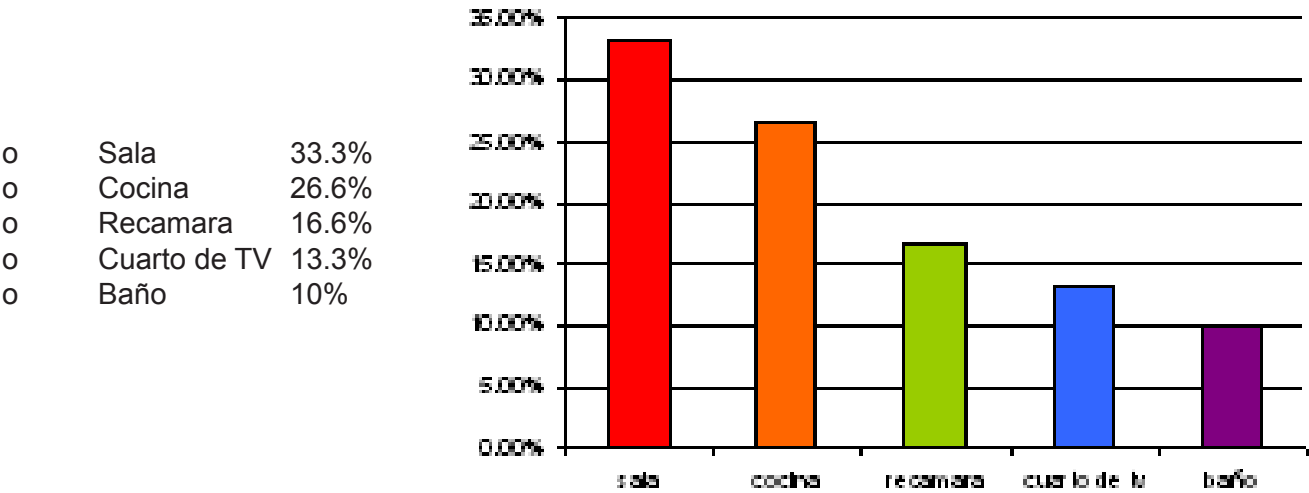
⁵⁵Ibíd. Pp.10-11

⁵⁶Datos proporcionados por el INEGI

⁵⁷GRÁFICA: Edades de la población femenina en San Luis Potosí

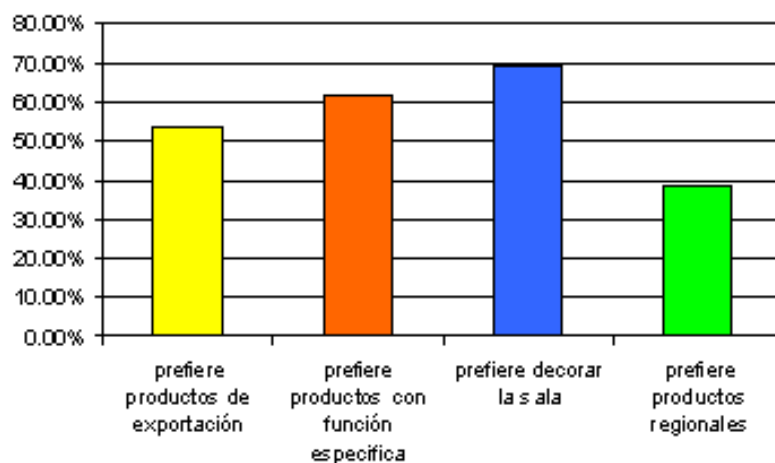
⁵⁸GRÁFICA: Actividades de la población inactiva en San Luis Potosí

Por lo que se tomo una muestra de 30 personas que responden al perfil seleccionado, para identificar cual es el lugar de sus casas con mayor decoración, obteniendo los siguientes resultados:



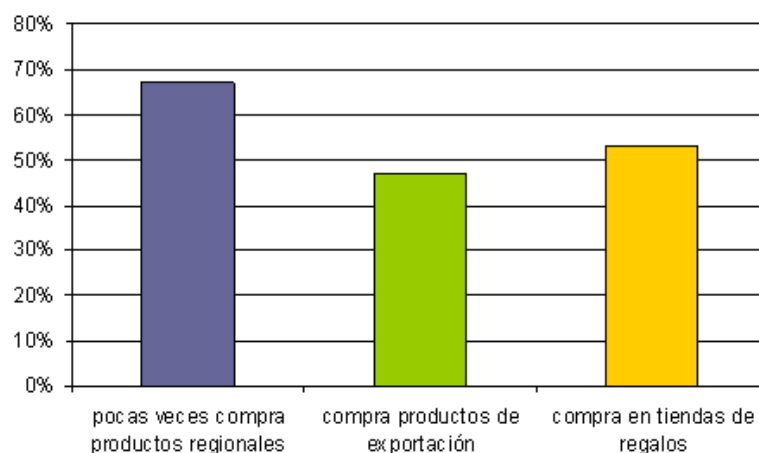
Para conocer los hábitos de compra del usuario, relacionados con productos regionales o artesanales de decoración se realizaron una serie de encuestas con los siguientes resultados:

1. La primera encuesta fue contestada por trece personas de las cuales:
 - o El 53.8% compra con frecuencia artículos de exportación para la decoración de su hogar
 - o El 61.5% adquieren estos productos por que tienen una función específica.
 - o El 69.2% respondió que la sala es el espacio en el que más interviene la decoración.
 - o El 38.4% prefiere los productos regionales para la decoración de su hogar.



60

2. La segunda encuesta fue contestada por quince personas de las cuales:
 - o El 67% respondió que rara vez compra artesanías mexicanas.
 - o El 47% compra más artículos de exportación.
 - o El 53% compra artículos diversos para decoración en tiendas de regalos.



61

⁶⁰GRÁFICA: Preferencias del usuario en productos de decoración

⁶¹GRÁFICAS: Preferencias de compra del usuario

3.La tercera encuesta fue realizada en la tienda Socko ubicada en la Plaza Tangamanga, donde:

- o Su negocio se define como tienda de regalos
- o Las mujeres son quienes mas visitan la tienda y compran con frecuencia.
- o Los artículos mas vendidos son los que tienen motivos representativos de culturas orientales o asiáticas.

3.2 NICHO DE MERCADO

Por el desarrollo de la investigación de campo donde se aplicaron encuestas a tiendas en la Ciudad de San Luis Potosí, donde encontramos que las que se enfocan a los artículos para el hogar, venden en su mayoría mobiliario y productos de decoración, y por otro lado, se ubican las tiendas de artesanías o productos regionales.

En las plazas comerciales de la ciudad de San Luis Potosí podemos encontrar tres tipos de establecimientos que se dedican a la comercialización de productos de decoración los cuales se clasifican de la siguiente forma:

- o Tiendas departamentales: son aquellas en las que el usuario puede encontrar artículos como: ropa, juguetes, objetos de decoración, electrodomésticos, blancos, mobiliario, entre otros. Algunas de las tiendas que caben dentro de esta categoría son: Fábricas de Francia y Sears, en donde el usuario principal esta dentro de un nivel socio-económico, medio, medio-alto y alto. Los objetos y artículos de venta en este tipo de lugares requieren de una gran producción en serie.
- o Tiendas de consumo general: son aquellas en las que el usuario puede encontrar los mismos productos que las tiendas departamentales (además de enseres domésticos y alimentos); pero con un precio y calidad menor. Algunas de las tiendas de este tipo en San Luis Potosí, son Walt-Mart y Comercial Mexicana; en donde los usuarios pertenecen a todos los niveles socio-económicos. En estas tiendas comercializan productos en grandes cantidades.
- o Tiendas de diseño y decoración: en donde se venden productos tales como: servilleteros, cuadros, mobiliario, vajillas, lámparas y más objetos para la decoración del hogar. Como el caso de la tienda Socko; donde el usuario principal son las mujeres que en su mayoría pertenecen al nivel socio-económico medio, medio-alto y alto. Sus productos no son realizados en grandes cantidades por evitar la uniformidad que sus clientes demandan.
- o Tiendas de artesanías: estos son los establecimientos que se dedican exclusivamente a la comercialización de productos realizados manualmente con alto significado cultural; entre los cuales se pueden encontrar múltiples contenedores, manteles, sillas, flores decorativas, entre otros. En la zona centro de San Luis Potosí, podemos encontrar la tienda Casa Grande, a donde los artesanos se dirigen para vender sus productos. Este tipo de comercios son principalmente visitados por turistas interesados en la cultura regional. Sus productos están limitados a la producción que el artesano puede realizar y venden.

Como resultado de las encuestas realizadas a estos cuatro diferentes tipos de tiendas se pueden destacar las siguientes conclusiones:

En algunas de ellas les gustaría introducir entre los productos que comercializan, algunos productos que sean representativos del estado, no solo que digan San Luis Potosí, si no que reflejen las tradiciones que tenemos como en el caso del rebozo de Santa María del Río.

En un cuarto de las tiendas encuestadas el 90% de los productos que venden son de origen nacional, mientras que en la mitad de las tiendas el porcentaje de productos nacionales baja a un 50%.

El origen de los productos que distribuyen es muy variados, el 30% de los productos es de origen estadounidense y otro 30% son importados de países como Italia, España, Polonia, Indonesia, Egipto, Japón, África e India.

Los productos representativos de una región que se distribuyen en nuestro país son originarios de Japón, África e India, lo que los distingue es que son productos regionales realizados con materias primas propias de su región, a base de técnicas que representan a sus artesanos y sobre todo tienen diseños con rasgos muy auténticos y originales; como el uso del color o las formas en sus estampados.

La utilidad de dichas tiendas oscila entre el 100% y el 50%; a diferencia de tiendas como la Cooperativa de Casa Grande, donde solo se le incrementa un 25%, con cual incrementa la promoción de la comercializadora, se pagan los sueldos de los vendedores y costear el mantenimiento del lugar.

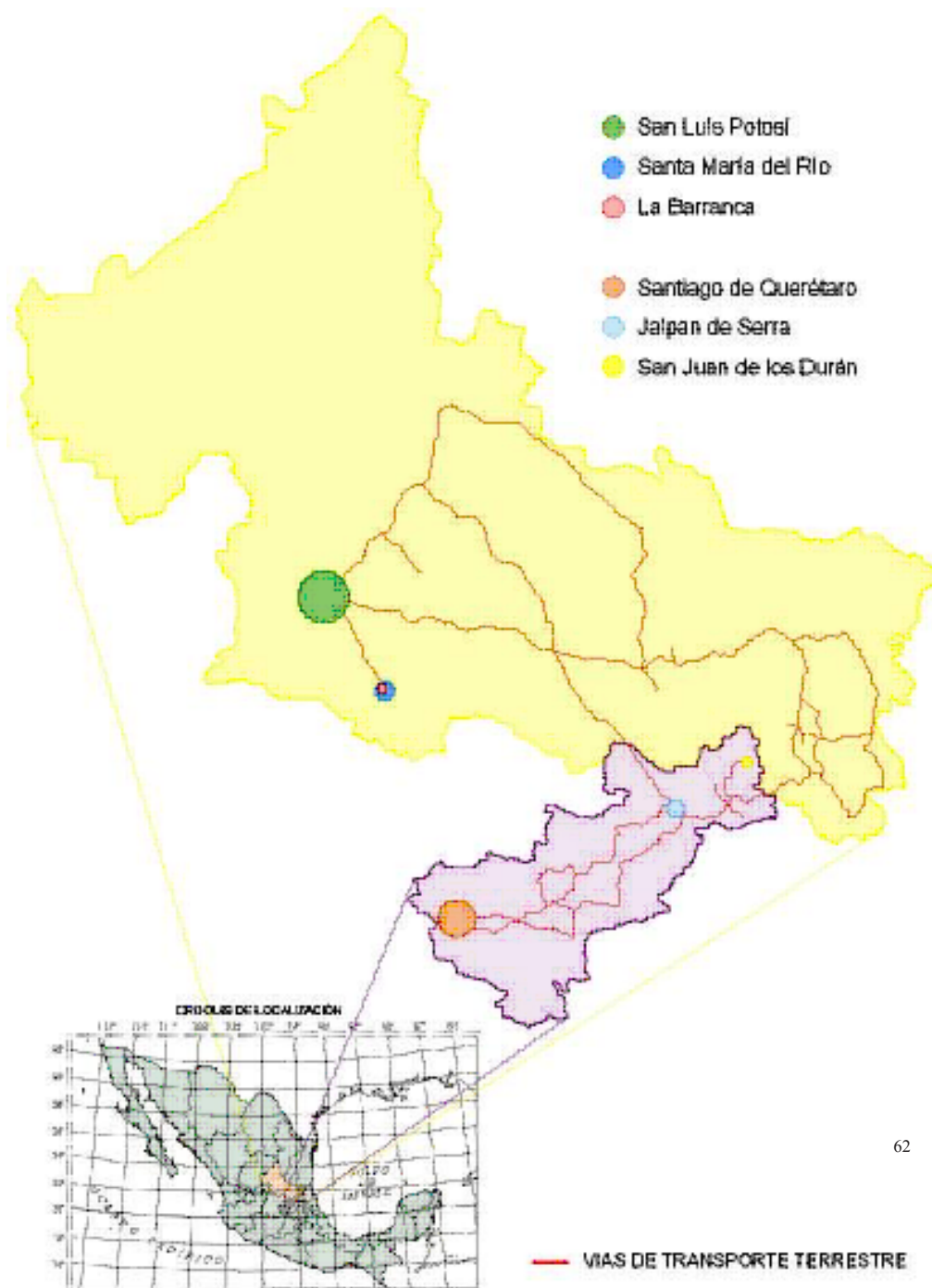
En la actualidad hay una tendencia muy marcada que favorece a ciertos productos por estar realizados en materias primas como la madera (incluyendo el bambú en artículos orientales) y el metal como acero inoxidable y aluminio.

Los encargados de las tiendas han descubierto que los clientes buscan los productos más innovadores; es decir los que tienen formas o usos diferentes a los que conocemos comúnmente. Además de los productos que están realizados a base de fibras naturales; como el caso del mobiliario de palma.

Los empleados de estas tiendas se han dado cuenta de que las tendencias mundiales sobre las decoración (que podemos ver en las revistas más actuales), tienen gran influencia en las preferencias de los usuarios locales, mientras que muchos turistas que las visitan buscan productos representativos del estado.

3.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En este mapa se localizan las vías de transporte terrestre por medio de las cuales se comunica La Barranca y San Juan de los Durán a la capital del estado de San Luis Potosí y Querétaro.



62

4.1 IMPLEMENTACIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL

El Diseño Industrial, se hace presente todos los días de nuestras vidas; porque la mayoría de los objetos que utilizamos a diario son producto de esta disciplina.

En el medio urbano vivimos rodeados de objetos producidos en la industria, los cuales fueron pensados y planificados, por el diseñador industrial.

Para que estos productos sean proyectados por el diseñador industrial, se necesita entrar en la brecha de lo posible y lo deseable, fusionar la creatividad con las necesidades de los seres humanos y el entorno en el que se encuentran, para lograrlo necesitamos analizar el mercado al cual el producto esta enfocado, el tipo de producción que se empleara para realizarlo y por ultimo pero no menos importante la cultura de los futuros usuario.

Toda sociedad tiene la capacidad de intercambiar productos, de acuerdo sus posibilidades y condiciones económicas, pero todas ofrecen un valor agregado a sus productos, el cual es proporcionado por el diseño.

Cuando un producto no es bien aceptado por la sociedad, podemos deducir que ese objeto carece de diseño o que no tiene valor agregado.

Entonces, ¿los productos regionales que no tienen demanda, tampoco tiene valor agregado? La respuesta esta en que no han sido diseñados en función a los aspectos culturales que los consumidores demandan.

Por lo tanto cuando la expresión en los productos regionales esta bien resultado, los productos tienen una buena aceptación en el mercado para el cual fueron enfocados.

Es aquí en donde debe incursionar el Diseño Industrial, en brindar a las comunidades productoras de objetos regionales, la posibilidad de adaptar sus productos al mercado en cuanto a la funcionalidad que demanda, sin omitir el valor agregado que le imprimen con su cultura, sus creencias y tradiciones, y para asegurar su incursión en el mercado debemos hacer uso de los canales de distribución apropiados.

El diseño que se lleva a cabo en las comunidades rurales, carece de maquinaria y procesos totalmente industrializados, por lo tanto debemos considerar que sus diseños son flexibles, pero deben tener buena calidad.

4.2 CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS

Para diseñar productos es necesario conocer los diferentes tipos de productos que existen, por lo tanto he retomado la clasificación que Eduardo Barroso Neto⁶³ desarrollo basándose en la pirámide de consumo que se utiliza en mercadotecnia, según la demanda de los mismos. De la siguiente forma:

Piezas Únicas: son los productos enfocados a nichos de mercado reducidos y con alto poder adquisitivo, de producción limitada, son productos exclusivos.

En este punto podemos encontrar trabajos de los artistas populares, los maestros artesanos, cuya principal motivación es la búsqueda de la satisfacción personal.

La única intervención, aceptable en este nivel será en el sentido de promover, premiar, destacar o valorar a estos artistas frente al público en general.

Productos tradicionales: estos productos también son nombrados “Artesanías en referencia cultural”, son piezas que exigen gran destreza y habilidad y por lo general producidas en pequeñas escalas. Son originales de una cultura tradicional.

En este grupo la mejor intervención es la que agrega valor sin alterar la esencia original de los productos, esto se puede obtener por medio de empaques adecuados que revalorizan el producto, sellos de procedencia, etiquetas que lo explican, resumiendo un poco de la historia del mismo.

Se pueden hacer intervenciones directas en el objeto para atender a ciertas demandas y preservar los principales elementos de referencia cultural, de esta forma, el proceso de rediseño debe hacerse en conjunto con el artesano. La renovación de los catálogos de productos no debe ser mayor al 20 %.

Artesanía contemporánea: son productos urbanos, producidos por individuos con una base cultural y tecnológica más amplia, también se le conoce como “artesanía de Creación”.

Su valor comercial está en gran medida, determinado por el equilibrio entre el valor expresivo y valor de uso.

En este nivel las intervenciones pueden ser totales y radicales, yendo de la sustitución de materia prima, pasando por la racionalización de la producción, diseño de nuevos productos, estrategias comerciales, llegando hasta la gestión del negocio, porque en este nivel, el artesano es un aspirante a empresario. Su principal motivación es la ganancia económica, la necesidad de supervivencia.

Productos típicos: son los que determinan a una región como: los alimentos y las bebidas. Generalmente esta muy único a la artesanía tradicional.

Las aportaciones que se pueden dar en este nivel, son los sistemas de producción y de sumarle valor agregado, incluyendo empaques, etiquetas, rótulos y campañas de publicidad, que le pueden brindar valor agregado con el uso de material adicional.

Además de optimizar y modernizar los procesos de producción, incorporando nuevas tecnologías o reduciendo etapas en los procesos, así como tiempos y buscando mejorar la calidad.

Artesanía estereotipada: son producciones a gran escala como el caso del souvenir y algunas veces vulgarizan elementos característicos de la cultura local.

Generalmente son producidos en lugares diferentes a donde son vendidos, por lo que no proporcionan ningún beneficio a la comunidad.

La aportación consiste en que se utilice mayor mano de obra, para dar oportunidades de trabajo, además de aportaciones de diseño considerando el usuario al que esta dirigido.

En la siguiente figura se ilustra la forma en que Eduardo Barroso Neto propone la pirámide de los productos, antes explicada.

La primera percepción sobre los productos regionales es que pertenecen a la segunda categoría (tradicionales); pero los productos de estas dos comunidades carecen de un carácter ritual o de autoconsumo, por el contrario solo los realizan con el fin de generar utilidades económicas utilizando la materia prima que tiene a su disposición, así como las técnicas y habilidades que han desarrollado para su transformación; lo que los ubica en la tercera categoría (contemporáneos).

64



4.3 APOYO DEL DISEÑO INDUSTRIAL EN EL MEDIO RURAL

Dentro de esta sección se retoman las técnicas artesanales que son utilizadas por las comunidades rurales, con el fin de descubrir cual puede ser la intervención específica del diseño en cada uno de los productos que se examinan.

Según los objetos diseñados los puntos de evaluación variaran entre las comunidades para obtener que aspectos característicos tiene cada comunidad en sus técnicas de elaboración.

4.3.1 Productos de San Juan de los Durán

Los productos que se fabrican en esta comunidad representan a su región, por ser realizados utilizando la madera con la que cuentan (pino y cedro), además que son producidos de manera artesanal.

Retomando la información obtenida para los capítulos anteriores podemos ver que ellos, solo se especializaron a la elaboración de una familia de contenedores rectangulares con incrustaciones de chaquira en la parte superior.

La pequeña cooperativa de carpintería, ha concluido su ciclo laboral; por lo que el aprendizaje y la producción artesanal dependen de los jóvenes de la comunidad, pero la experiencia por la que pasó ésta exitosa cooperativa, se puede emplear para fortalecer el desarrollo de productos en La Barranca. Los productos que fueron diseñados por el Arquitecto Hagerman, para la cooperativa se muestran a continuación, en ellos se puede apreciar el empleo de conceptos culturales, los cuales tuvieron un gran éxito en el mercado urbano.



Caja chica



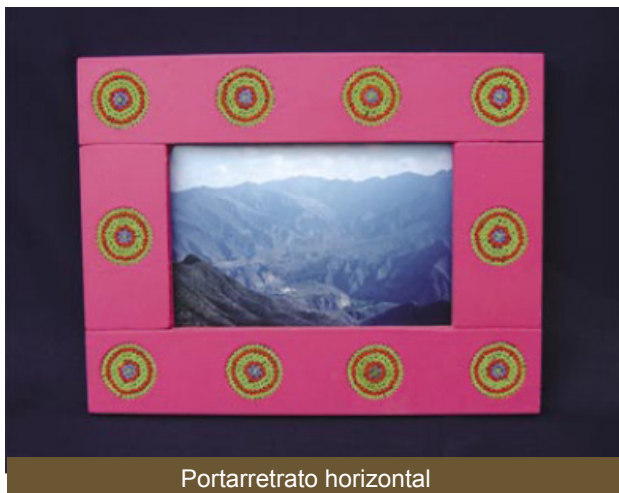
Portarretrato vertical



Caja cuadrada mediana



Espejo mediano



Portarretrato horizontal



Silla ergonômica

Para introducir la calidad en las etapas de planificación y diseño se utilizó la herramienta de Quality Function Deployment QFD, que permite obtener una mayor eficiencia en la calidad a bajo costo. Esta herramienta se una tabla que contiene en la parte lateral izquierda los requisitos que serán evaluados por los requerimientos en la parte superior; dentro de cada cuadro es coloca un número que determina el valor de la siguiente manera: 0 = no cumple, 1 = cumple a medias y 2 = si cumple.

PRODUCTO UNICO	Descripción: contenedor múltiple (base fundamental para los marcos). Técnica: madera de cedro, ensamble en ángulo de 45° o cola de milano. Características: mancha de color primario y decoración con chaquira.
	

PRODUCTO UNICO	Color natural	2 a 3 colores	4 o más colores	Función decorativa	Propósito decorativo	Forma para la función	Proporción adecuada	Más de 2 usos	2 a 5 técnicas	Más de 5 técnicas	Variantes en dimensiones	Variantes en diseño	Variantes en función	Madera de la región	Calidad de la madera
Estética de las formas en relación a su función	2	2	2	2	0	2	2	0	1	0	2	2	2	2	2
Ambiente agradable en su decoración	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2
Proporción de la forma para su funcionamiento	0	0	0	2	0	2	2	0	0	0	2	2	2	0	0
Proporción de la forma para su almacenaje	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	2	2	0	0	0
Versatilidad en su función	0	0	0	2	2	2	2	0	0	0	2	2	2	0	0
Técnica utilizada proporciona calidad	2	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Objeto integrante de una familia	2	2	2	2	0	2	2	2	1	0	2	0	0	1	1
Dispositivo para facilitar su función	0	0	0	0	0	2	2	2	0	0	2	2	2	0	0
Combinación de materias comerciales	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	8	8	10	14	8	16	14	6	2	0	14	12	10	7	7

Los objetos que se realizan por esta comunidad se distinguen principalmente por su función decorativa, pues tiene una proporción adecuada en varias dimensiones. Las cualidades que sobre salen dentro del diseño de estos productos son las demandantes por los usuarios.

4.3.2 Productos de La Barranca

La problemática de los productos de esta comunidad radica, en la poca demanda que estos tienen en las zonas urbanas mexicanas.

Por lo que se necesita aumentar su calidad tomando como base su producción flexible, y favorecer las demandas de amas de casa en el mercado urbano de la ciudad de San Luis Potosí.



65

Varios productos de lechuguilla a la venta en la tienda de artesanías potosinas "Casa Grande"

⁶⁵Imágenes tomadas de la comercializadora de artesanías Casa Grande



Para la identificación de sus cualidades se presenta un análisis basado en la herramienta QFD⁶⁶, para evaluar los aspectos formales y funcionales más representativos de los productos. Por medio del cual se pueden rescatar las técnicas y propiedad que caracterizan a estos productos como regionales.

Dentro de la lista de 28 productos que realizan las artesanas de La Barranca, se seleccionaron tres productos elaborados en diferentes técnicas de tejido los cuales se venden en la cooperativa comercial de Casa Grande en San Luis Potosí.

⁶⁶En la parte superior izquierda de la tabla se concentran los requisitos que serán evaluados por los requerimientos en la parte superior; dentro de cada cuadro se coloca un número que determina el valor de la siguiente manera: 0 = no cumple, 1 = cumple a medias y 2 = si cumple.

PRODUCTO 1

Numero del artículo: 26



Descripción: margarita chica matizado o color natural.

Técnica: pétalos y hojas en trama abierta.

Características: el tallo de la flor esta formado por un palito de madera cubierto con ixtle de lechuguilla.

PRODUCTO 1	Color natural	2 a 3 colores	4 o más colores	Función decorativa	Propósito decorativo	Forma para la función	Proporción adecuada	Más de 2 usos	2 a 5 técnicas	Más de 5 técnicas	Variantes en dimensiones	Variantes en diseño	Variantes en función	Fibras comerciales	Calidad de las fibras
Estética de las formas en relación a su función	1	1	1	1	1	1	2	0	1	0	1	1	2	0	2
Ambiente agradable en su decoración	1	2	2	1	1	1	2	0	0	0	0	1	0	0	2
Proporción de la forma para su funcionamiento	0	0	0	2	1	2	0	0	0	0	1	2	2	0	0
Proporción de la forma para su almacenaje	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0
Versatilidad en su función	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	2	2	0	0
Técnica de tejido utilizada	2	2	2	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Objeto integrante de una familia	2	2	2	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0
Dispositivo para facilitar su función	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0
Combinación de materias comerciales	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	6	7	7	10	8	9	8	1	3	1	5	8	8	0	6

En este producto lo más representativo, es su función como objeto decorativo, por lo que la mayoría de los requerimientos son un apoyo para cumplirlo. A los cuales les siguen la forma para cumplir su función decorativa y por ultimo el propósito decorativo, la proporción del objeto, las variantes en el diseño y función.

PRODUCTO 2



Numero del artículo: 18

Descripción: canastilla terminada de aguja grande colores varios.

Técnica: trama cerrada en la base con paredes en trama abierta e inclinada.

Características: los detalles que forman la estructura los manejan en color natural.

PRODUCTO 2	Color natural	2 a 3 colores	4 o más colores	Función decorativa	Propósito decorativo	Forma para la función	Proporción adecuada	Más de 2 usos	2 a 5 técnicas	Más de 5 técnicas	Variantes en dimensiones	Variantes en diseño	Variantes en función	Fibras comerciales	Calidad de las fibras
Estética de las formas en relación a su función	1	1	2	1	1	0	2	0	2	1	1	1	2	0	2
Ambiente agradable en su decoración	1	2	2	1	1	1	2	0	2	1	0	1	0	0	2
Proporción de la forma para su funcionamiento	0	0	1	2	1	2	0	0	2	1	1	2	2	0	0
Proporción de la forma para su almacenaje	0	0	1	0	0	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0
Versatilidad en su función	0	0	1	1	1	0	1	0	2	0	1	2	2	0	0
Técnica de tejido utilizada	2	2	2	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Objeto integrante de una familia	2	2	2	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0
Dispositivo para facilitar su función	0	0	1	0	0	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0
Combinación de materias comerciales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	6	7	12	8	6	7	7	1	14	5	6	8	8	0	6

Para este objeto es muy importante considerar la valiosa cantidad de técnicas que se utilizan para su realización, además de la gama de colores que se utilizan para las variantes de diseño y función.

PRODUCTO 3

Numero del artículo: 20



Descripción: modelos varios color natural.

Técnica: urdimbre cerrada en las paredes y terminado de aguja.

Características: canasta miniatura con asa.

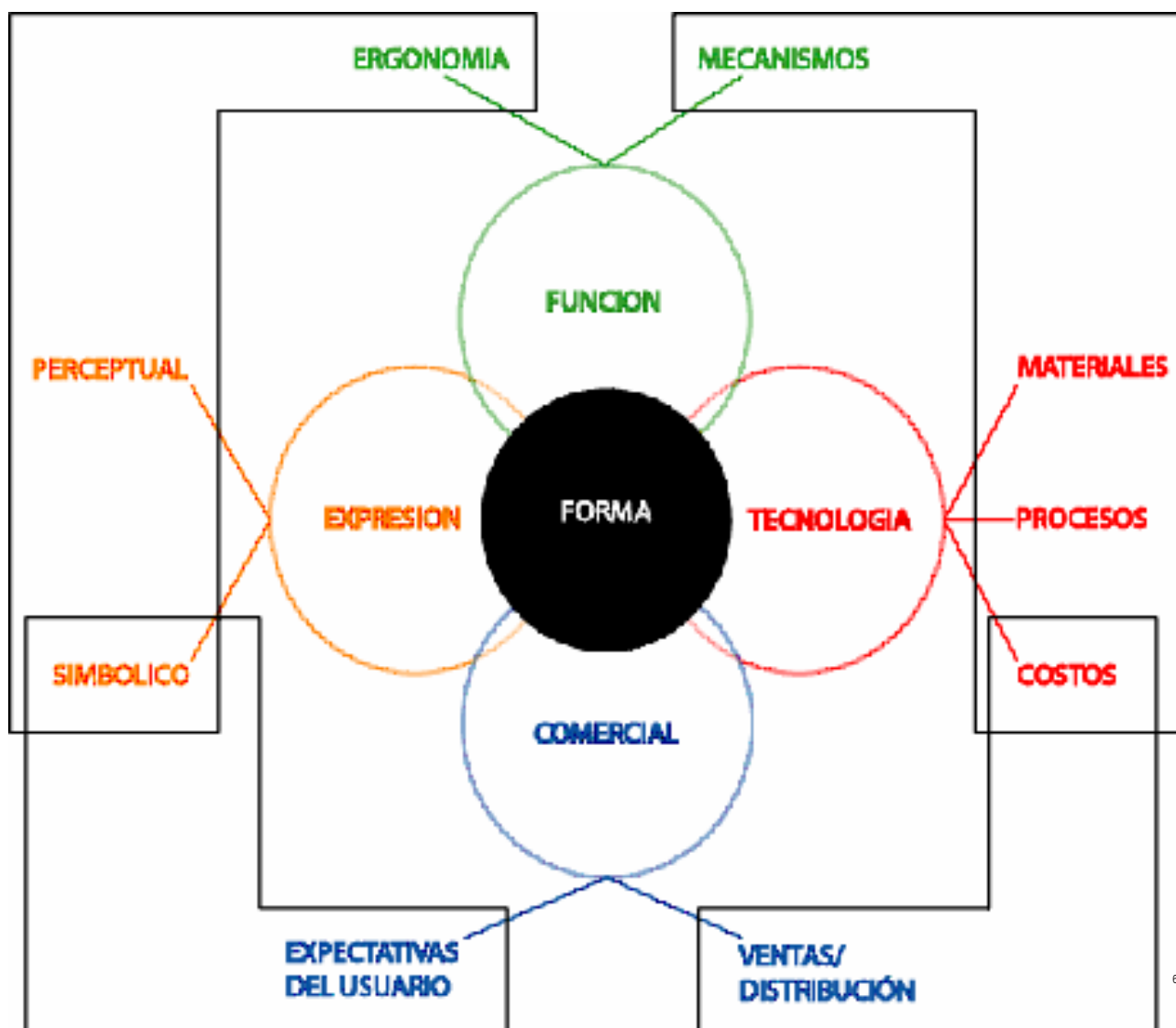
PRODUCTO 3	Color natural	2 a 3 colores	4 o más colores	Función decorativa	Propósito decorativo	Forma para la función	Proporción adecuada	Más de 2 usos	2 a 5 técnicas	Más de 5 técnicas	Variantes en dimensiones	Variantes en diseño	Variantes en función	Fibras comerciales	Calidad de las fibras
Estética de las formas en relación a su función	2	0	0	1	1	0	1	0	0	0	2	1	2	0	2
Ambiente agradable en su decoración	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	2
Proporción de la forma para su funcionamiento	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0	2	2	2	0	0
Proporción de la forma para su almacenaje	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0
Versatilidad en su función	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	2	2	2	0	0
Técnica de tejido utilizada	2	0	0	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	2
Objeto integrante de una familia	2	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0
Dispositivo para facilitar su función	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	2	1	1	0	0
Combinación de materias comerciales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	7	0	0	8	5	2	5	2	2	1	14	8	8	0	6

En este caso, las apreciaciones de los requerimientos de diseño, radican en la variación que se hace en los tamaños del producto, en igual proporción se consideran las variantes de diseño y función destinada a la decoración y por ultimo la apariencia del color natural de la fibra en los objetos

4.4 REQUISITOS PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS REGIONALES

Después de valorar los productos existentes en base a las demandas de los consumidores, es necesario someterlos a un estudio para obtener las aportaciones directas del diseño y proponer cambios factibles.

El esquema vectorial sobre la forma que propone Luís Rodríguez Morales⁶⁷, nos dice que los factores que determinan la forma de los objetos están dados por:



⁶⁷Rodríguez Morales, Luis Alfredo. El Tiempo del Diseño. Después de la Modernidad.(pp 46-62) UIA. Primera Edición 2000 México; D.F.

⁶⁸FIGURA: Esquema vectorial por el Maestro Luis Rodríguez

Vector Función:

- o Mecanismos: componentes comerciales relacionados con el uso del producto, que se integran al diseño.
- o Ergonomía: adecuación a las características del cuerpo humano, o bien a las costumbres culturales del usuario.

Vector Tecnología:

- o Materiales: materia prima que se emplea en la elaboración del producto.
- o Procesos: procedimientos para transformar los materiales en el producto diseñado.
- o Costos: inversión monetaria de los materiales y procesos para otorgar el mejor precio y calidad del producto.

Vector Comercial:

- o Ventas / distribución: donde y como se va comercializar el producto.
- o Expectativas del usuario: que es lo que el usuario busca en el producto.

Vector Expresión:

- o Perceptual: que expresa el producto al usuario.
- o Simbólico: como ve el usuario al producto

Estos vectores se unen a través de cuatro subconjuntos formados por:

- o Mecanismos, materiales, procesos y costos.
- o Costos, ventas y distribución.
- o Las expectativas del usuario y lo simbólico.
- o Lo simbólico, lo perceptual y la ergonomía.

Gracias a lo anterior se pudo detectar las condiciones formales de los objetos de la comunidad:

		San Juan de los Durán	La Barranca
Vector Función	Ergonomía	Enfocados a la dimensión cultural de los usuarios	Enfocados a la dimensión cultural de los productores
	Mecanismos	Chaquira	Nulos
Vector Tecnología	Materiales	- o Cedro blanco - o Mancha natural - o Cera de abeja	- o Lechuguilla - o Pigmentos naturales
	Procesos	- o Corte - o Ensamble - o Pintado - o Decorado	- o Limpieza - o Teñido - o Tejido
	Costos	75 a 100 pesos por pieza	Desde 10 hasta 45 pesos
Vector Comercial	Ventas/ Distribución	- o Artefacto - o Puntos de venta en la reserva ecológica	- o SAGARPA - o Arte Potosino - o Casa Grande
	Expectativas del usuario	Aceptado - o Diversidad de usos - o Colores dominantes - o Preservación ecológica	Denegado - o Calidad deficiente - o Función inadecuada - o Producto obsoleto
Vector Expresión	Perceptual	Expresión innovadora y respeto a la naturaleza	Expresión anticuada y con poca creatividad
	Simbólico	Enfoque cultural al usuario o Agradable a la vista	Sin enfoque cultural al usuario o Desagradable a la vista

69

⁶⁹TABLA: Relación vectorial entre los productos de San Juan de los Durán y La Barranca

El diseño de los objeto de San Juan de los Durán tienen mejor aceptación por que responden favorablemente a las demandas de los usuarios.

Por lo que presentan algunas consideraciones para los productos de La Barranca en la siguiente tabla según sus principales deficiencias.

La Barranca		
Vector función	Ergonomía	Dar enfoque a la dimensión cultural de los usuarios
Vector Comercial	Expectativas del usuario	Proporcionar - o Calidad - o Versatilidad en su función - o Innovación en los materiales
Vector Expresión	Perceptual	Expresar: - o Técnicas de tejido - o Color natural de la fibra - o Calidad de la fibra
	Simbólico	Dar enfoque cultural al usuario - o Producto atractivo - o Decoración del hogar

70

4.5 DISEÑO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA

Con el análisis realizado he detectado las propiedades y deficiencias de los productos de La Barranca. El factor de mayor importancia en sus productos regionales es la técnica que emplean para su realización.

⁷⁰TABLA: Deficiencias vectoriales en los productos de La Barranca

Aunque estos productos son realizados con fines comerciales, no fueron diseñados para satisfacer las expectativas del usuario, lo que perjudica a las ventas y evita crecimiento en el mercado.

Los eslabones (en relación al esquema vectorial de la forma) que brindan la ventaja competitiva por medio del diseño son: cumplir con las expectativas del usuario y dar solución a las ventas y distribución del producto.

Considerando que cuando se habla de productos contemporáneos se puede hacer un cambio radical en el diseño con el fin de mejorar su comercialización.

Es necesario destacar sus habilidades para el tejido y ofrecer al usuario los aspectos de innovación que demanda por medio de la utilización de nuevos materiales en los productos.

Los aspectos mas importantes de la técnica están dados por su complejidad, la cual demuestra su habilidad, en base a la trama y urdimbre con mínimo 2 y máximo 5 hilos con los cuales producen tejidos abiertos o cerrados según el ajuste de los mismos. También utilizan las fibras a partir de 3 hilos, con dicha técnica generalmente realizan las partes finales de las canastillas o contenedores y así evitan que el tejido se despunte con el uso.

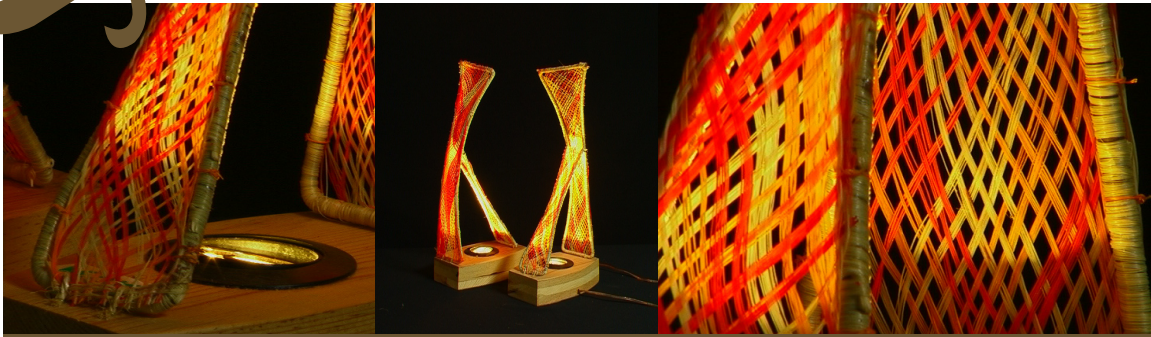
Tomando en consideración los puntos antes mencionados, se retoman los proyectos realizados por los jóvenes de la licenciatura de Diseño Industrial de la Facultad del Hábitat, en diciembre del 2004.

Los proyectos que se presentan son los que expresan la técnica utilizada por la comunidad de La Barranca y están enfocados al mercado local, estos pertenecen a la categoría de productos con aplicación de tejido a mano.⁷¹



Lámpara con base de madera y pantalla ovalada tejida en fibra de lechuguilla

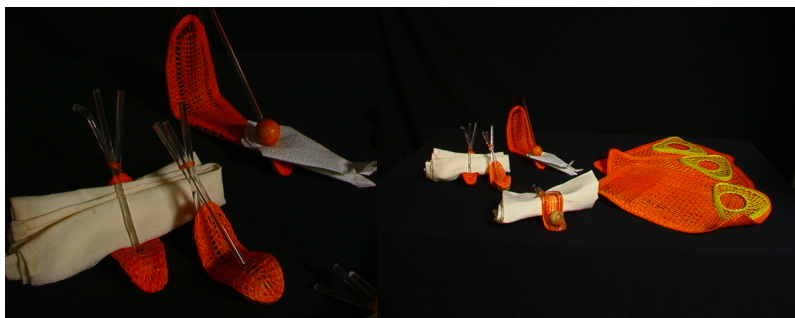
⁷¹Según con las categorías establecidas por el premio: Diseño con Fibra de Lechuguilla Arte en Ixtle, en la Facultad del Hábitat, U.A.S.L.P.



Lámpara con pantalla de fibra de lechuguilla
tejida en estructura metálica



Juego de seis especieros en base metálica
con tejido de lechuguilla



Juego de servicio para mesa
tejido con lechuguilla

5.1 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

La secretaría de comercio y fomento industrial SECOFI⁷² proporciona un programa de capacitación y modernización del comercio detallista, para la formación del emprendedor. En dicho manual se establecen metodologías para la planeación de negocios además de los pasos para la creación de la empresa, estos se establecen en base al planteamiento de esta tesis

5.2 SELECCIÓN DE LA IDEA

La idea del negocio para el desarrollo de las comunidades rurales analizadas es brindar la oportunidad de instalar un negocio dedicado a la generación de productos regionales.

Al conocer las inquietudes de los productores se deben especificar puntos esenciales como la motivación de las personas para implementar dicho negocio, los giros comerciales, las oportunidades comerciales, las oportunidades del negocio y sobre todo que demanda tendrían los productos novedosos

5.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Es indispensable utilizar el trabajo en equipo, es decir que en la comunidad se establezcan las respuestas a las siguientes preguntas:

¿Por qué se quiere iniciar el negocio?

En el caso de estas comunidades rurales, el objetivo primordial para iniciar un negocio, esta estrechamente relacionado con el aumento de recursos monetarios.

5.3.1 Determinar la misión

¿Quiénes son las personas que participarán?

Es preciso identificar las aptitudes de los futuros integrantes del negocio, según las características de cada comunidad se tienen que seleccionar a:

- ☐ Jóvenes hombres y mujeres de la comunidad de San Juan de los Durán, que terminaron sus estudios de secundaria o preparatoria con habilidades para aprender y ejercer el oficio de carpintería.
- ☐ Señoras artesanas de la comunidad de La Barranca, quienes pueden enseñar el oficio a sus hijos e hijas, además tener interés en pertenecer a la micro empresa (como el censo realizado por el proyecto ixtlero).

⁷²SECOFI: Secretaría de Comercio y Fomento Industrial

¿Cómo participan?

Es necesario darle una actividad individual a cada uno de los integrantes como en el caso de la comunidad de San Juan de los Durán, donde los hombres se dedican a la transformación de la materia y las mujeres a la decoración de los productos terminados y ambos se encargarán de los aspectos administrativos.

En el caso de la comunidad de La Barranca, cada señora, se especializa en un determinado tipo de producto según sus habilidades pero es necesario identificar quienes pueden hacerse cargo de los aspectos administrativos.

¿Qué perfil deben tener, quienes se involucren en este proyecto?

La característica principal que requieren los integrantes, es el compromiso y las ganas de superación; posteriormente tener el interés en aprender o aumentar sus habilidades tecnológicas

¿Cuál es la estructura de la organización?

Aunque sería indispensable contar con personal capacitado para las actividades administrativas o financieras; también se debe de asignar una persona de entre los integrantes que se encargue de ser el representante de los demás.

¿Cómo está compuesto el mercado?

El mercado de San Luis Potosí, esta integrado por productos de todas las regiones del mundo, en el que parece ser muy difícil entrar; por lo tanto es necesario incorporarlos en comercios especializados en el apoyo a los productos artesanales.

5.3.2 Analizar el mercado⁷³

¿Quién es la competencia?

La competencia esta básicamente conformada por artículos y productos de origen extranjero, como los provenientes de Japón, África e India; que tienen un gran potencial denotado por sus características regionales.

5.3.3 Mercadotecnia

El aspecto más importante en este punto es realizar un análisis sobre los clientes, que es lo que les gusta de los productos, que necesitan, para encontrar la forma de satisfacer a los futuros usuarios.

Para lo que deben desarrollar estrategias sencillas contemplando los siguientes aspectos:

- o Factores: clientes, competencia, aspectos materiales y aspectos personales
- o Aspectos desfavorables: quejas, horarios, materia prima y la orientación e información
- o Causas: que determinan los aspectos anteriores
- o Estrategias: conclusiones

⁷³Este análisis se realizo dentro del capítulo 3 pero aquí se pretende que los futuros integrantes de la microempresa identifiquen las respuestas a las preguntas que se planean en el manual de la SECOFI.

Por ultimo determinaran los comportamientos de los consumidores y competidores, donde interviene la demografía, los valores, la movilidad, la satisfacción y la relación, para que los integrantes puedan desarrollar dichos puntos deben tener asesores que los apoyen.

Las estrategias pueden ir evolucionando según las observaciones de los integrantes para aumentar las ventas de los productos que van desarrollando.

5.3.4 Operación de la empresa

Aquí se establecerán las relaciones entre los productores y los proveedores de materia prima. Esta vinculación se llevara a cabo identificando las habilidades de los recursos humanos, para relacionarse con los productores y proveedores de materia prima.

5.3.5 Aspectos contables y financieros

Después de tener las bases anteriores, es imprescindible contactar las instituciones de financiamiento para .obtener el préstamo monetario necesario para la implementación del negocio.

5.3.6 .Aspectos legales

Para poder justificar los gasto que se están generando en la micro empresa y como ha sido utilizado el financiamiento obtenido, se debe verificar la constitución legal y establecerla la propiedad colectiva, donde se podrán tener varios socios, ellos serán identificados por las habilidades que presentes para el desarrollo del proyecto.

5.4 CONCLUSIONES

Es importante seleccionar el nombre de la microempresa, para poder dar de alta los trámites necesarios y llevar un registro favorable.

Para la institución de una microempresa en una comunidad rural es primordial contar con el apoyo de capacitadores o profesionales comprometidos.

Los diseñadores industriales, siempre tenemos en mente la concepción de nuevos productos y como está explícito en el nombre de nuestra profesión, también tenemos siempre presente a la industria y el desempeño de nuestras labores en la empresa. Por lo que, aquí se establece una vinculación del trabajo artesanal distintivo de una región con la micro y pequeña empresa, lo que permitirá constituir la organización y el desarrollo de las comunidades.

Primero, es necesario identificar la problemática a la que se enfrentan las comunidades productoras de artesanías, tales como el desconocimiento del mercado y de las necesidades que demanda el usuario final.

El mercado artesanal es de tipo océano rojo, porque los diferentes tipos de artesanías se disputan agresivamente un lugar, con estrategias competitivas como la reducción de costos que solo provocan la disminución de la calidad en los productos.

Para enfrentar la problemática, se necesita una estrategia competitiva para grupos artesanales, que puede ser la incorporación del diseño. Los artesanos son imaginativos y dominan la técnica, pero los diseñadores pueden auxiliarlos en el desarrollo de nuevos productos con una función que satisfaga las demandas de los usuarios de este mercado.

Las primeras acciones que se deben tomar por parte del diseñador están en base a lo siguiente:

- Hacer concientes a los artesanos del valor agregado que ellos aportan con sus productos. Como diseñadores tenemos la capacidad de utilizar herramientas para detectar las ventajas y desventajas por las cuales un producto no puede incursionar en un mejor mercado.

- Ayudarlos a identificar a lo que se enfrentarán como empresa por lo que se presenta un análisis FODA⁷⁴, enfocado a las comunidades analizadas y basado en lo investigado en los capítulos anteriores:

- o Fortalezas

- ☐ Riqueza cultural que los diferencia
 - ☐ Conocimiento de técnicas y procesos característicos
 - ☐ Los habitantes tienen mucha habilidad manual

- o Oportunidades

- ☐ Existen programas gubernamentales de apoyo artesanal que los apoyan en la producción
 - ☐ Pueden adquirir la materia prima que utilizan en su comunidad, es decir no tienen que ir muy lejos a conseguirla.
 - ☐ Utilizando la gama de técnicas que conocen se puede realizar una gran variedad de productos.

- o Debilidades

- ☐ No tienen acceso a vías de comunicación que les faciliten el transporte a las zonas urbanas
 - ☐ Tienen problemas para organizarse
 - ☐ No conocen a su usuario y sus necesidades

- o Amenazas

- ☐ La competencia es muy extensa y fuerte
 - ☐ El mercado nacional es invadido por productos internacionales adecuados a las necesidades del usuario
 - ☐ Los productos artesanales están desprestigiados entre los usuarios nacionales.

⁷⁴ FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

La mejor forma de poner en marcha estos primeros aspectos, es dejando que las comunidades identifiquen las capacidades de cada uno de los artesanos que integrarán a la empresa, y establecer obligaciones que correspondan a los departamentos que conformarán a la misma.

Después de delimitar los derechos y obligaciones de cada una de las personas que integrarán la empresa deben ponerse de acuerdo para delimitar tanto la misión y visión (las expuestas a continuación están basadas en el análisis de los capítulos anteriores):

- Visión: Un negocio con giro artesanal; donde se integre a la población de la comunidad en el desempeño de las actividades que lo integran.
- Misión: Establecer organizaciones sociales y productivas dentro de las comunidades rurales dedicadas a la realización de productos regionales con fines de incrementar sus ingresos económicos.

Lo anterior beneficia a los artesanos en el desarrollo de sus objetivos estratégicos, estos deben ser adecuados a su situación y podrán incrementarlos o cambiar sus alcances según lo necesiten. Los primeros objetivos estratégicos pueden ser:

- o Producir 30 unidades mensuales de cada uno de los tres nuevos productos diseñados, para hincar la comercialización.
- o Ubicar los productos en una tienda de decoración en la ciudad de San Luis Potosí, para verificar la aprobación del mercado urbano.
- o Vender cada mes el total de la producción
- o Aumentar la producción y las ventas al doble cada seis meses, para tener un desarrollo económico y productivo.
- o Incorporar a la producción un nuevo producto cada 6 meses para mantener el interés en el usuario urbano.

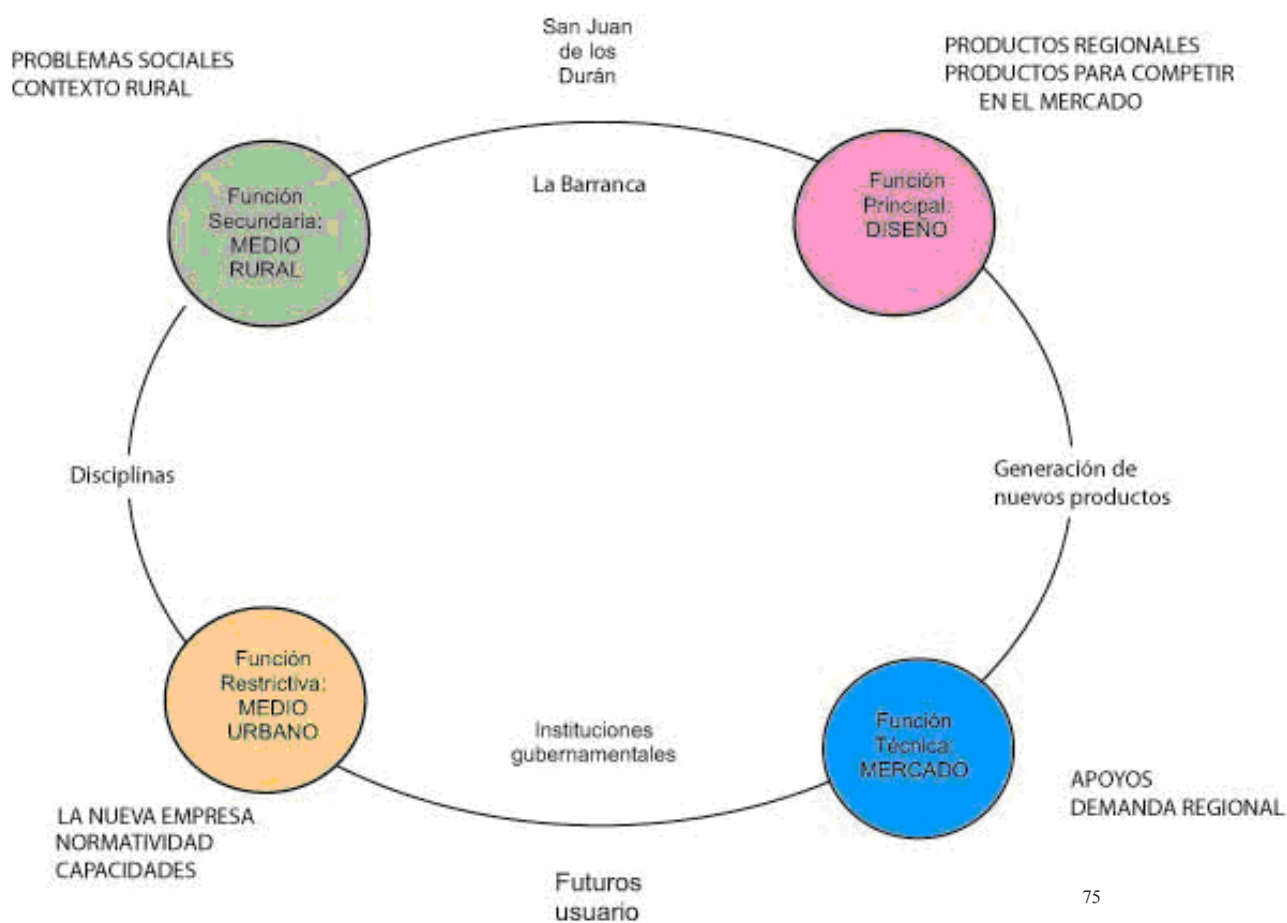
Estos objetivos pueden llevarse a cabo con la participación de un gestor de diseño que los apoye orientando a la empresa en la innovación, el mercado y la satisfacción de las necesidades del usuario final, es decir incorporando al gestor de diseño de manera externa, pero teniendo un pleno conocimiento de las actividades que se llevan a cabo en la empresa de la comunidad rural.

El gestor externo puede apoyarlos en la evaluación y el seguimiento de su desempeño empresarial,

CAPITULO VI conclusiones



Los cuatro capítulos anteriores de este trabajo, son los que forman el cuerpo de la investigación que se ha realizado y conformaran las propuestas de este capítulo. El siguiente diagrama ejemplifica la conexión de dichos capítulos para la aplicación final.



⁷⁵ FIGURA: Diagrama sobre la conexión de los capítulos

Como se puede observar durante todo el proceso que se ha realizado a través del desarrollo de este trabajo la base que sustenta su metodología no ha cambiado, más sin embargo ha ido evolucionado con las etapas de investigación que se han efectuado.

El diagrama muestra los capítulos y sus relaciones entre si, de la siguiente manera:

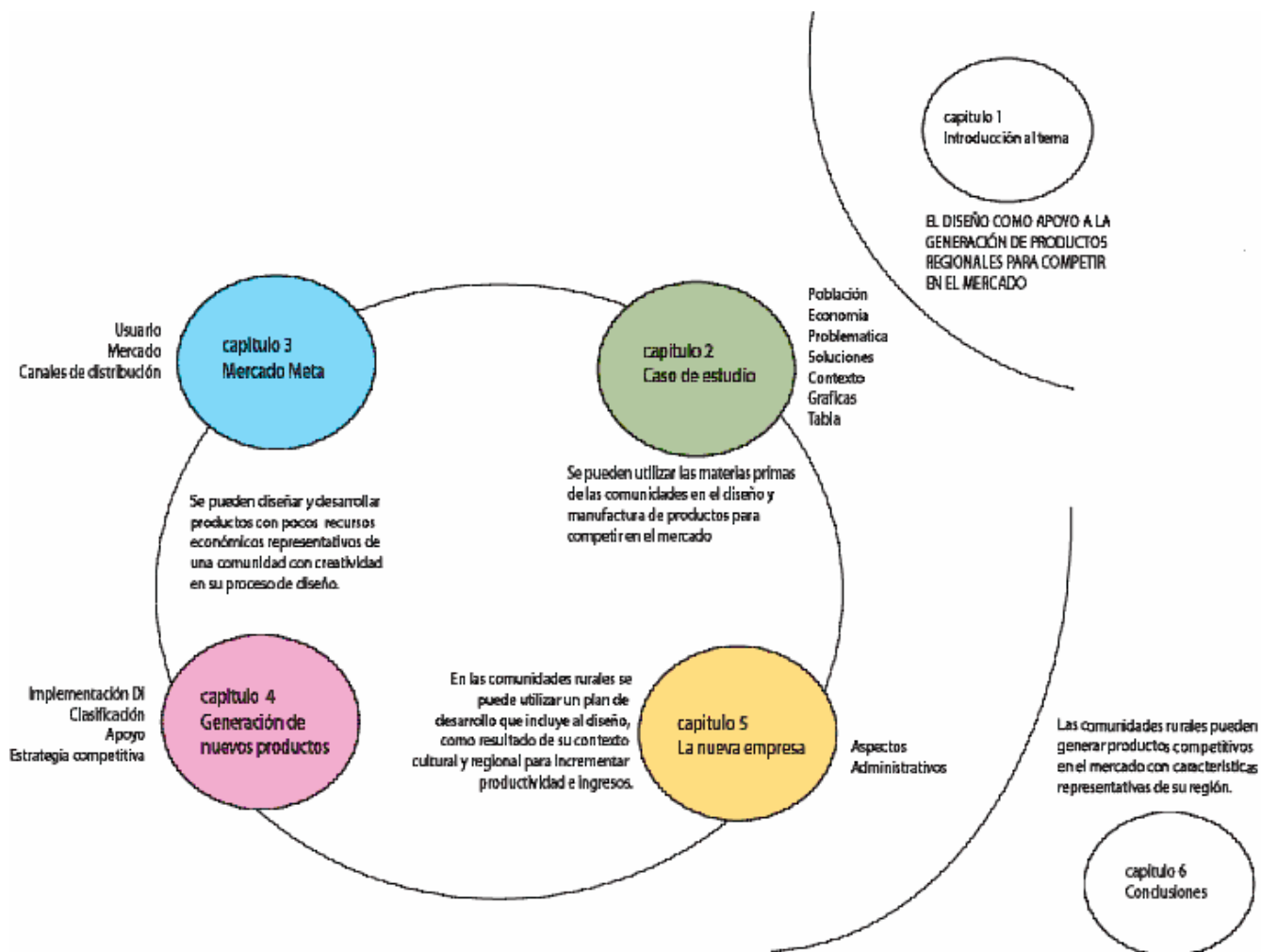
- o El capítulo dos de esta tesis corresponde al medio rural, dentro del cual se manejan los problemas sociales tales como la desigualdad y pobreza de este sector en nuestro país y el conocimiento del contexto de las comunidades de San Juan de los Durán y La Barranca.
- o Con una liga hacia el capítulo tres que corresponde al diseño donde se analizan los productos regionales y las acciones que se deben tomar para que estos productos sean competitivos en el mercado.
- o Continuado por el capítulo cuatro del mercado, donde se detectan los posibles usuarios y las demandas para el desarrollo de productos.
- o Por ultimo se contempla el capítulo referente a la incorporación de estos productos al medio urbano por medio de la creación de una nueva empresa.

Para dar respuesta a las hipótesis planteadas en el primer capítulo se desarrollo un diagrama donde se muestra que hipótesis se pretenden comprobar con cada uno de los capítulos.

En el primer capítulo se establecen las bases y el planteamiento del tema, tales como los objetivos, las preguntas de investigación, la justificación del proyecto y las hipótesis.

Los capítulos dos y tres se enfoca a la hipótesis que dice: La materia prima de la región; se puede usar en el diseño y manufactura de productos realizados por comunidades rurales, para dirigirse al mercado de usuarios en el medio urbano.

Dentro del capítulo cuatro se analiza la información que se refiere a la hipótesis: Se pueden diseñar y desarrollar productos invirtiendo pocos recursos económicos que representen a una cultura regional con creatividad dentro del proceso de diseño.



76

Para establecer propuestas se dan respuesta a las preguntas de investigación formuladas en el planteamiento del tema.

Los productos que se pueden realizar con la fibra de lechuguilla son muy variados, en un principio se utilizó en productos de limpieza (como escobas, estropajos y cepillos), productos químicos (como pesticidas, jabones o shampoo) e incluso transformarlos en textiles (como la mezclilla o la tela impermeable que se utilizaba para las velas de los barcos). Actualmente se utiliza como material de refuerzo en concreto o resina. Pero también se pueden realizar múltiples objetos decorativos o de carácter utilitario para el hogar, como los que se proponen en el capítulo cuatro de diseño.

Los productos rurales tienen poca demanda en el mercado urbano porque los productores desconocen las demandas y necesidades de los usuarios. Los productores rurales no tienen la facilidad de visitar las ciudades o zonas urbanas, por lo tanto no conocen los lugares donde se venden sus productos, no saben cuánto cuestan, pero sobre todo no se dan cuenta de las razones por las cuales a los usuarios les agradan o desagradan sus productos.

Los productos de lechuguilla realizados por La Barranca que mejor cumplen con las necesidades del usuario urbano, son las flores, porque cumplen con su función decorativa, y tiene variantes en color, tamaño y tipo de flor.

Es factible desarrollar nuevos productos con poco capital, pues el costo de materia prima es de 25 pesos por kilo. Con esta cantidad de materia prima se pueden realizar cinco flores decorativas. Para la institución de una microempresa rural en La Barranca, se pueden necesitar menos de \$10,000, pues para la generación de nuevos productos de lechuguilla no es necesario maquinaria compleja.

Es posible puede utilizar un plan de desarrollo, para una micro empresa en La Barranca, siempre y cuando las personas de la comunidad están dispuestas a formar una micro empresa siguiendo los pasos proporcionados por la SECOFI y aceptando tener la ayuda de profesionistas.

El papel del diseño dentro de este plan de desarrollo, esta primordialmente en el apoyo a los productores regionales para generar nuevos productos a base de la fibra, los cuales expresen su cultura y satisfagan las necesidades de los futuros usuarios.

En el medio rural se puede gestionar el diseño de forma externa, es decir que solo se emplee para el desarrollo de nuevos productos, con el fin de hacer a los integrantes de la micro empresa mas independientes, autosuficientes pero sobre todo responsables del desempeño de la microempresa.

La propuesta final sobre la microempresa rural en la comunidad de La Barranca esta basada en que:

Se organice a las personas de la comunidad para la creación de una microempresa, donde se capacite al personal para desarrollar nuevos productos, donde se cumplan las necesidades del usuario.

Después dirigir la producción de manera que se continúe con la forma de producción actual, realizando la cantidad de productos necesarios para cumplir con la demanda. Tomando en cuenta que los procesos son manuales, dando como resultado lotes pequeños, que dan flexibilidad para la elaboración de muchos productos pero en bajos volúmenes

Para ello se necesita ubicar el mercado al que estará dirigido, el usuario y los canales de distribución. También se requiere tener conciencia de las empresas competidoras, para de esta manera detectar las deficiencias, fallas y oportunidades. Y dar respuesta por medio de nuevos productos.

Por último esta la comercialización de los productos en la zona urbana, estableciendo metas para lograrlo y buscando apoyo para darle promoción y difusión tanto a la empresa como a los productos.

1. GLOSARIO DE SIGLAS (en orden de aparición)

PIB: Producto Interno Bruto

SLP: San Luis Potosí

Qro: Querétaro

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

FONART: Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías

CASART: Casa de las Artesanías

CACREP: Comisión de Planeación y Apoyo a la Creación Popular

CONACULTA: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

INEGI: Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática

Oportunidades: Programa Federal para el Desarrollo Humano de la Población en Pobreza Extrema

PROGRESA: Programa de Educación, Salud y Alimentación

INEA: Instituto Nacional para la Educación de Adultos

CECATI: Centro de Capacitación para el Trabajo Industrial

FCL: Fortalecimiento de Capacidades Locales

JICA: Japan International Cooperation Agency

SAGARPA: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

QFD: Quality Function Deployment

SECOFI: Secretaría de Comercio y Fomento Industrial

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

UASLP: Universidad Autónoma de San Luis Potosí

SEGAM: Secretaría de Ecología y Gestión Ambiental

SEDARH: Secretaría de Desarrollo Agropecuario y Recursos Hidráulicos.

2. GLOSARIO DE TÉRMINOS (en orden de aparición)

Aculturación: proceso de adaptación a una cultura o de recepción de ella. De un pueblo por contacto con la civilización de otro más desarrollado.

Herbívora: aplicase a todo animal que se alimenta de vegetales

Absorción: acción de apoderarse de las moléculas de un tejido de sustancias que entran en contacto con él.

Xerófito: se dice de la vegetación esteparia, desértica o de suelo muy seco y también de suelos salinos.

Gramíneas: aplicase a plantas monocotiledóneas de tallos cilíndricos y nudosos. Flores en espiga o panoja y grano seco, como los cereales y las cañas.

Saponina: elemento con la acción y efecto de convertir un cuerpo graso en jabón.

Cogollo: brote de las plantas

Ixtle: Fibra textil, llamada también en fibra de Tampico, que se obtiene de varias especies de magueyes, planta del género de los agaves.

Cooperativa: sociedad que realiza diversas operaciones económicas en beneficio de sus miembros, con la supresión de intermediarios.

Sierra cinta: herramienta que consiste en una banda de hoja de acero con dientes agudos y triscados en el borde, con un mecanismo que lo hace girar por medio de energía eléctrica

Canteadora: maquina eléctrica para labrar los cantos de una tabla.

Taladro de banco: instrumento con que se agujera, funciona con energía eléctrica y tiene una base que le permite ser colocado sobre una superficie plana.

Rauter: herramienta de alta revolución para hacer molduras.

Cepillo eléctrico: instrumento de carpintería, con una cuchilla que sobresale un poco en su base; se usa para alisar madera.

Torno: máquina en que se hace girar una pieza de madera, metal, arcilla, etc....para ir la labrando en rededor.

Sierra de disco: herramienta para cortar que tiene una hoja circular de acero con dientes agudos y triscados en los bordes del mismo, que funciona por medio de un mecanismo eléctrico.

Huicholes: dicese de los indios de una tribu opata, que vive en algunos puntos del estado mexicano de Jalisco, se cree que no se han mezclado con ninguna otra raza.

Folklórico: Conjunto de tradiciones, leyendas, costumbres y canciones populares característicos de un país o región.

Producto híbrido: producido por elementos de distinta naturaleza

Bosque escleroaciculifólio: compuesto por una asociación de encinos (*Quercus* spp) y pinos (*pinus* spp)

Hojas laminares: con forma de plancha, plana y delgada

Esclerosis: endurecimiento morbosos de los tejidos

Caedizas: de hojas grandes, espinosas y cabezuelas redondas, azules; algunas veces sus pencas son comestibles

Estiaje: tiempo durante el cual se produce la bajante de las corrientes fluviales hasta alcanzar el nivel más bajo o caudal mínimo de las mismas.

Quercus: género de árboles de gran porte por lo general, aunque también se incluyen arbustos

Fuste: Tallo de los árboles de donde se obtiene la madera

Aciculares: con forma de aguja

Perennes: continuo, que vive más de dos años

Petate: esterilla de palma, para dormir sobre ella

Huapango: fiesta popular campesina originaria de Veracruz. Música y baile en tarima, acompañado de cantos característicos de esta festividad.

Ecoturismo: también se le conoce como turismo ecológico; es un enfoque para los viajes ambientales respetuosamente en el cual privilegia la preservación y la apreciación del medio tanto natural como cultural que acoge a los viajeros.

3. ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICAS Y FIGURAS (en orden de aparición)

1.	FIGURA: Mapa de ubicación geográfica del estado de San Luís Potosí, la capital del estado, el municipio de Matehuala, Villa de Guadalupe y la comunidad de Santa María del Rincón. También del estado de Querétaro, la capital del estado, el municipio de Jalpan de Serra y la comunidad de San Juan de los Durán.....	15
2.	FIGURA: Objeto de estudio.....	17
3.	GRÁFICA: Proporción aproximada de la población rural y urbana en la Republica Mexicana.....	20
4.	GRÁFICA: Rango de edad de la población mexicana.....	20
5.	GRÁFICA: Distribución del PIB por sectores en toda la Republica Mexicana.....	21
6.	FIGURA: Mapa de ubicación geográfica del estado de San Luís Potosí, la capital del estado, el municipio de Santa María del Río, y la comunidad de La Barranca. También del estado de Querétaro, la capital del estado, el municipio de Jalpan de Serra y la comunidad de San Juan de los Durán	24
7.	TABLA: Catálogo de productos realizados por la comunidad de La Barranca.....	30
8.	GRÁFICA: Comparativa de la población de las comunidades de San Juan de los Durán y La Barranca.....	34
9.	GRÁFICA: Comparativa de las viviendas en las comunidades de San Juan de los Durán y La Barranca.....	35
10.	TABLA: Comparativa de las capacidades tecnológicas de las comunidades de San Juan de los Durán y La Barranca.....	36
11.	FIGURA: La conformación de la cultura por Martha Turok.....	37
12.	FIGURA: La conformación de la cultura caso San Juan de los Durá.....	38
13.	FIGURA: La conformación de la cultura caso La Barranca.....	39
14.	GRÁFICA: Edades de la población femenina en San Luis Potosí.....	40
15.	GRÁFICA: Actividades de la población inactiva en San Luis Potosí.....	40
16.	GRÁFICA: Lugares preferidos para la decoración del hogar por las amas de casa en San Luis Potosí.....	41

17.	GRÁFICA: Preferencias del usuario en productos de decoración.....	42
18.	GRÁFICAS: Preferencias de compra del usuario.....	42
19.	MAPA: Canales de distribución, vías de transporte terrestre en los estados de San Luis Potosí y Querétaro.....	45
20.	FIGURA: Pirámide de los productos por Eduardo Barroso Neto.....	48
21.	TABLA: QFD producto único de San Juan de los Durán.....	51
22.	TABLA: QFD producto uno de La Barranca.....	54
23.	TABLA: QFD producto dos de La Barranca.....	55
24.	TABLA: QFD producto tres de La Barranca.....	56
25.	FIGURA: Esquema vectorial por el Maestro Luis Rodríguez.....	57
26.	TABLA: Relación vectorial entre los productos de San Juan de los Durán y La Barranca.....	59
27.	TABLA: Deficiencias vectoriales en los productos de La Barranca.....	60
28.	FIGURA: Diagrama sobre la conexión de los capítulos.....	68
29.	FIGURA: Diagrama de comprobación de hipótesis.....	70
30.	TABLA: Recopilación de información.....	79, 80
31.	TABLA: Planificación del trabajo de campo.....	82, 83
32.	FIGURA: Sobre la metodología implementada.....	91
33.	TABLA: Censo de mujeres productoras de artículos de ixtle en la comunidad de La Barranca, Santa María del Río, S.L.P.	92

4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

METODOLOGÍA A IMPLEMENTAR

Proceso de investigación

Durante esta investigación se llevarán a cabo cinco fases principales:

Como primer paso se lleva a cabo la observación y evaluación de fenómenos (obtener información).

Se establecen ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizada (clasificar la información).

Se prueba el grado en que las ideas obtenidas tienen fundamento sobre la investigación (detectar la información relevante).

Se fundamentan las ideas obtenidas por medio del análisis de la información (analizar y validar la información).

Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para las ideas (comprobación de hipótesis).

El tipo de información que se requiere es a base de mediciones numéricas y análisis estadístico, esto con la finalidad de definir patrones de comportamiento en cada una de las comunidades a investigar (enfoque cuantitativo), además de la recolección de datos que avale la información estadística y proporcione un mejor panorama de la situación (enfoque cualitativo).

Por lo tanto el modelo de investigación que se utilizara en esta investigación es el modelo mixto, pues combina tanto el enfoque cualitativo como cuantitativo.

Esta investigación será de tipo correlacional, porque tiene como propósito evaluar la relación entre los productos realizados por las comunidades con experiencia artesanal o por comunidades extractoras de materia prima, y los productos demandados en el mercado urbano; lo cual estará complementado con una investigación explicativa, para establecer las causas del problema que se estudia.

Diseño de la investigación

El diseño de investigación es el plan que se desarrollara para obtener la información necesaria para llevar a cabo la investigación.

El diseño de esta investigación es de tipo no experimental, en el cual no se manipulan las variables para satisfacer el resultado de la investigación. Se basa en la observación de las situaciones en el contexto que se llevan a cabo para poder analizarlos posteriormente. No solo involucra la observación sino también la bibliografía que ayude a entender el problema que se presenta.

Las investigaciones con un diseño no experimental involucra problemas relacionados con un momento específico, en caso de esta investigación el problema de la comercialización de productos en las comunidades urbanas se ha generado desde hace algunos años y persiste en la actualidad, lo que me podrá facilitar la obtención de información.

Selección de la muestra

En este caso la investigación no se realiza solamente sobre las personas de las comunidades y quienes consumen sus productos, si no también sobre los objetos que realizan.

Para obtener la muestra requiero conocer:

- o Universo de trabajadores de La Barranca, Santa Maria del Río
- o Universo de los productos que realizan
- o Universo de las comunidades de trabajadores de San Juan de los Duran
- o Universo de los productos que realizan
- o Universo de consumidores en la ciudad de San Luis Potosí

Recolección de datos

En primera estancia se llevaran a cabo entrevistas que proporcionarán información única con respecto al problema de la investigación.

Las encuestas que se realicen serán un complemento de la información antes obtenida y me darán un panorama más amplio sobre la delimitación del problema.

Para comprobar las observaciones obtenidas gracia a las entrevistas y encuestas realizadas, utilizare información bibliografía por medio de la cual busco comprobar las hipótesis.

La información obtenida de las encuestas y entrevistas, será procesada por medio del programa SPSS, gracias al cual podré clasificar la información para el mejor análisis de la misma.

Dicha información, mas las observaciones y la recopilación bibliográfica obtenida la analizare por medio de la metodología de sistemas suaves de acción⁷⁷ .

Esta metodología radica principalmente en obtener información para la detección del problema, analizarla, y proponer soluciones; este tipo de metodología permite que se genere un círculo de aprendizaje por medio del cual se puede llegar a la comprobación de la hipótesis planteada.

⁷⁷La Metodología de Sistemas Suaves de Acción, Checkland y Acholes, Ed. Megabyte

RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN PARA LA TESIS

Información	Fuente	Localización
Sobre las comunidades: • Población • Ocupación • Entorno sociocultural	Datos estadísticos INEGI	www.inegi.gob.mx
Necesidades de las comunidades: • Modo de vida • Cultura • Actividades • Materia prima • Habilidades • Recursos ◦ Humanos ◦ económicos	Investigación de campo Entrevistas	Comunidades: • Santa María del Río • San Juan de los Durán
Proyectos anteriores: • Experiencias obtenidas • Programas implantados • Capacitación desarrollada • Resultados obtenidos Objetos existentes en el mercado • Decorativos • Funcionales • Mobiliario	Arte en ixtle Proyecto en Sierra Gorda Entrevistas Tiendas especializadas	Guadalupe Govea Oscar Hagerman Tiendas de diseño en SLP: • Domus • Socko • Jualmi Tiendas de artesanías: • Fonart • Arte en ixtle

Demanda del medio urbano: ▪ Necesidades ▪ Demanda ▪ preferencias	Encuestas a clientes de tiendas de artesanías o tiendas especializadas	Clientes de: ▪ Tiendas de diseño en SLP: - o Domus - o Socko - o Jualmi ▪ Tiendas de artesanías: - o Fonart - o Arte en Ixtle
Mercado: ▪ Competencia ▪ Técnicas utilizadas	Encuestas a personal o dueños de tiendas de artesanías o tiendas especializadas	Clientes de: ▪ Tiendas de diseño en SLP: - o Domus - o Socko - o Jualmi ▪ Tiendas de artesanías: - o Fonart - o Arte en Ixtle
Financiamientos de apoyo a trabajos con comunidades	Instituciones gubernamentales	FONART-CASART-CACREP-CONACULTA

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Planteamiento inicial

☐ Situación de partida

La manera en que el diseño puede apoyar la generación de productos representativos de las comunidades rurales (productos regionales), con demanda en el medio urbano y que sean factibles para competir en el mercado.

☐ Planteamiento del problema

Satisfacer el mercado urbano con productos regionales, elaborados por comunidades productoras de objetos con materia prima de la región.

☐ Objetivo general

El desarrollo de ciertos paquetes tecnológicos donde se integran proyectos de diseño de objetos con mejor aceptación en los mercados urbanos.

☐ Objetivos particulares

- A. Identificar las condiciones de vida y entorno social de las comunidades.
- B. Conocer los productos que se elaboran con la experiencia artesanal o la materia prima de la región según la comunidad donde se producen.
- C. Determinar las causas de la poca demanda de estos productos en el medio urbano.
- D. Definir productos con características culturales y con los materiales de estas comunidades para que cumplan con las necesidades del usuario urbano.
- E. Contemplar el desarrollo de nuevos productos con poco capital y un plan de crecimiento.
- F. Propuestas de diseño para incrementar capital

Planificación de la investigación

☐ Modalidades de encuesta personal

A. Encuesta en el centro de trabajo

- a) Tema: relacionado a la actividad laboral
- b) Colectivo: tiendas de diseño (A1) y productores de objetos regionales (A2)
- c) Cuestionario: externo y con material auxiliar
- d) Dificultad: previa cita

-Visitas a las comunidades: (La Barranca y San Juan de los Durán)

-Visitas a tiendas de diseño

B. Encuestas en el exterior

- a) Tema: relacionado a las preferencias del usuario
- b) Colectivo: consumidores de productos regionales (B1)
- c) Cuestionario: reducido y sencillo
- d) Dificultad: captar y convencer al entrevistado

□ Tipo de muestreo

-Bola de nieve para las encuestas A1 y B1 (identificar a los individuos que den más información sobre los posibles individuos aptos a la entrevista).

-Trabajo de campo para las encuestas A2 (visitar comunidades y crear un clima agradable).

	<u>Ficha técnica A1</u>	<u>Ficha técnica A2</u>	<u>Ficha técnica B1</u>
Publico objetivo	▪ Dueños de tiendas de diseño ▪ Personal que atiende o se encarga de las tiendas diseño	▪ Encargados o personas relacionado con el trabajo en las comunidades ▪ Productores de objetos regionales	▪ Consumidores de productos regionales en la capital de SLP
Objetivos de la investigación	▪ Determinar el perfil de los productos que se venden en estas tiendas ▪ Determinar el perfil de los clientes que consumen en estas tiendas ▪ Determinar el interés de los dueños de las tiendas por incorporar productos regionales dentro de sus tiendas	▪ Determinar las capacidades de la comunidad ▪ Determinar las características de la materia prima de su región ▪ Determinar las características de los productos que realizan	▪ Determinar las presencias de compra ▪ Determinar su opinión sobre productos regionales ▪ Determinar la frecuencia de compra

Metodología principal	Encuestas personales	Encuestas personales	Encuestas personales
Metodología complementaria	- Fuentes de información secundaria (Catálogos) - Visitas a los lugares de venta	Datos estadísticos proporcionados por el INEGI	Comportamientos de compra y opiniones de los dueños de las tiendas
Cuestionario	- Orden: estructurado - Objetivos: no disfrazados - Forma de aplicar: administrados - Número de	- Orden: estructurado - Objetivos: no disfrazados - Forma de aplicar: administrados - Número de	- Orden: estructurado - Objetivos: no disfrazados - Forma de aplicar: administrados - Número de entrevistados:

79

Instrumento para encuesta A1

SECCIÓN 1 – PRODUCTOS QUE VENDEN

¿Cómo clasifica los productos que vende?

Regionales (artesanales) De diseño Mobiliario Decorativos

¿Qué productos de esa clasificación son los que mas vende?

Regionales (artesanales) De diseño Mobiliario Decorativos

¿Qué otro producto le gustaría comercializar y porque?

Regionales (artesanales) De diseño Mobiliario Decorativos

¿Quiénes son los proveedores de sus productos?

¿Qué porcentaje de sus proveedores son nacionales?

50% 70% 90%

¿De que otros países son sus productos?

⁷⁹ TABLA: Planificación del trabajo de campo

Italianos Canadienses	Españoles Americanos	Brasileños Otro
--------------------------	-------------------------	--------------------

¿Cada cuando surte sus productos?

Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente
--------------	----------------	--------------

¿Cuál es su porcentaje de utilidad?

10 a 30%	31 a 50%	51 a 70%	71 a 100%
----------	----------	----------	-----------

¿Qué materia prima predomina en los productos que vende?

Madera	Vidrio	Plástico	Metal	Textil
--------	--------	----------	-------	--------

¿Cuál es el producto que más vende?

¿Cuáles son sus características principales?

¿Con que regularidad los vende?

De acuerdo a los productos que vende, ¿sus clientes le han pedido alguno similar?

Si no

¿Qué tipo de producto le han pedido?

¿Cuál específicamente?

SECCIÓN 2 – USUARIO

¿Quiénes compran más?

Hombres Mujeres

¿Cuáles son los rangos de edad de sus mejores clientes?

20 a 30	30 a 40	40 a 50	50 a 60
---------	---------	---------	---------

SECCIÓN 3 – PRODUCTOS

De las opciones ¿Cuál se gustaría comercializar?

De la opción seleccionada ¿Cuáles son las características que tiene para ser comercializada?

Calidad	Material	Tipo de producto
---------	----------	------------------

¿Qué le cambiaría para aumentar las ventas de este producto?

Calidad

Tamaño

Uso

Características del producto (color, material, diseño)

¿Por qué?

¿Estaría interesado en cree un espacio destinado a la difusión de estos productos?

Sí

No

¿Cree que al mencionar que estos productos son regionales le de mayor interés a los clientes para comprarlo?

Si

No

¿Cree que un objeto industrializado con detalles artesanales, se vendería más que un producto totalmente regional?

Si

No

Instrumento para encuesta A2

SECCIÓN 1 – CAPACIDAD DE LAS COMUNIDADES

Considera que la capacidad de las comunidades tiene más debilidades en:

Materia prima

Transporte

Mano de obra capital

Considera que la organización de la comunidad tiene relación con las capacidades de la misma:

Si

no

¿Esta comunidad trabaja en equipo?

Si

No

¿Conoce como se organizaba?

Si

No

Si su respuesta fue si, conteste las dos siguientes preguntas:

¿Qué tipo de organización tenían?

¿Considera que eso intervino en el éxito o fracaso de sus productos?

¿Qué tipo de apoyo tiene la comunidad actualmente?

¿Considera que es el apropiado para sus necesidades?

Si

No

¿Qué cambiaría usted para obtener mejores resultados?

¿Cree que un cambio en el diseño ayudaría a mejores ventas?

Si

No

¿Considera que el Diseño Industrial puede apoyar?

Si

No

SECCIÓN 2 – CARACTERISTICAS DE LA MATERIA PRIMA

¿Sabe usted donde consiguen la materia prima?

Si

No

¿Quiénes trabajan la materia prima, también la extraen?

Si

No

¿Considera que la materia prima que utilizan es de buena calidad?

Si

No

¿Cuáles son los principales problemas de la extracción de la prima?

Trabajo mal pagado

Trabajo agotador

Trabajo peligroso

¿Utilizan otros materiales?

Si

No

¿Cuáles?

¿Considera que la materia prima es la adecuada para el trabajo que realizan?

Si

No

¿Qué otros productos realizan con esta materia prima?

¿Quiénes los realizan?

¿Dónde los realiza?

SECCIÓN 3 – PRODUCTOS QUE REALIZAN

¿Considera que los productos que realizan tienen la calidad adecuada?

Si

No

¿Qué necesitan para mejorar la calidad?

Mano de obra Herramienta

Capital

Mejor materia prima

Mejores conocimientos sobre el tema

¿Conoce los lugares donde se venden estos productos?

Si

No

¿Considera que son los adecuados?

Si

No

¿Sabe usted como se transportan los productos al lugar de su venta?

Si

No

¿La forma en que se transportan afecta la calidad del producto?

Si

No

¿Qué aspecto cree que hace falta para su mejor venta?

Promoción

Lugares de venta

Cualidades del producto

¿Qué productos tienen mayor demanda?

Cree que el precio de los productos en sus lugares de venta es:

Muy elevados Elevados

Justos

Bajos

Muy bajas

Las utilidades sobre los productos son:

Muy elevados Elevados

Justos

Bajos

Muy bajas

Instrumento para encuesta B1

SECCIÓN 1 – PREFERENCIAS DE COMPRA

¿Qué productos compra usted con mayor frecuencia?

Mobiliario

Artesanías

Decorativos

De diseño

¿Qué busca en estos productos?

Diseño

Calidad

Durabilidad

Funcionalidad

¿Por qué compra estos objetos?

Para regalar

Para consumo personal

¿Qué lugares prefiere para comprar?

Tiendas de diseño

Mueblería

Centros de turismo

Personas que producen y venden (auto venta)

¿Por qué prefiere estos lugares?

Por sus productos

Por su atención

Por sus precios

SECCIÓN 2 – SOBRE PRODUCTOS REGIONALES

¿Qué tipo de productos regionales prefiere?

Decorativos

Funcionales

Utilitarios (muebles o vestimenta)

¿Tiene alguna preferencia por su material?

Si

No

¿Cuál material prefiere?

Madera

Textil

Metal

Vidrio

Papel

¿Compraría alguno de estos productos? ¿Cual?

Si

No



¿Por qué lo compraría?

Color

Diseño

Material

Función

¿Considera que tiene valor agregado por ser un producto regional?

Si

No

¿Considera que es necesario incrementar la promoción que tienen estos productos?

Si

No

SECCIÓN 3 – FRECUENCIAS DE COMPRA

¿Con que regularidad compra usted estos productos?

Semanalmente

Mensualmente

Anualmente

¿Qué factor influye en su frecuencia de compra?

Precio

Necesidad

Novedad

¿Usted procura comprar siempre en el mismo lugar?

Si

No

¿Compraría con mayor frecuencia, si sabe que esta es la principal fuente de ingresos de muchas familias mexicanas?

Si

No

5. COMUNIDADES A ANALIZAR

METODOLOGÍA

En la Secretaría de Ecología y Gestión Ambiental SEGAM⁸⁰, se están llevando acabo proyectos con las comunidades tanto extractoras como productoras de materia prima, en el altiplano potosino.

Los proyectos que se llevan a cabo actualmente están relacionados con:
El cuidado y conservación de plantas de lechuguilla.

La organización de las comunidades con el trabajo relacionado con la materia prima.
Con la realización de proyectos sustentables (es decir la generación de productos en equilibrio con la naturaleza).

Tomando como base la platica con el Biólogo Martín Martínez Olier, puedo vincular este trabajo de tesis con los proyectos que se realizan en la SEGAM de la siguiente manera:
Comunidades extractoras

Conociendo la organización y forma de trabajo que se lleva a cabo en las comunidades extractoras con la SEGAM.

Este proyecto ha instituido acopios de lechuguilla, que son lugares en una ubicación geográfica céntrica, a donde se lleva la fibra de lechuguilla que se ha obtenido para distribuirla a las comunidades que se generaran productos de esta materia prima.

Proyectos relacionados con la lechuguilla

En primera estancia encontramos que en la Facultad de Ingeniería de la U.A.S.L.P. Se esta realizando una maquina para tallar la lechuguilla, que brinde buena calidad al extraer la fibra.

En la fabrica “La forestal” ubicada en el municipio de Matehuala, en S.L.P. tienen una maquina para el tallado de la fibra de lechuguilla pero no cumple con las necesidades de calidad que se requieren para procesar la fibra.

Comunidades productoras de objetos con materia prima

En el altiplano y la zona centro de San Luis Potosí, hay varias comunidades que se dedican a la realización de objetos o productos a base de la fibra que se obtiene del agave de lechuguilla.
Fondos económicos para el apoyo a comunidades

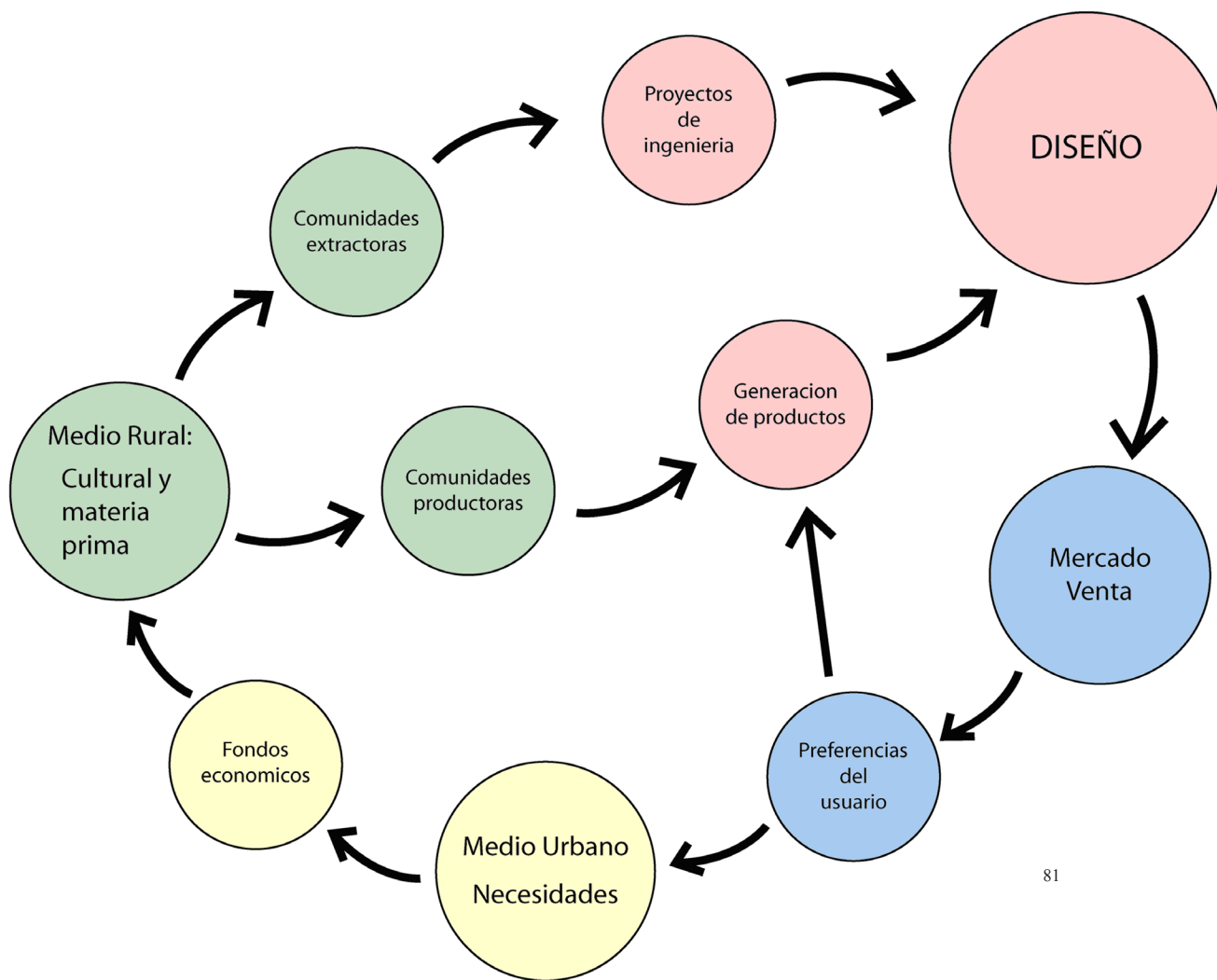
Existen instituciones privadas, publicas, nacionales e internacionales que se encargan de brindar apoyo económico a proyectos relacionados con comunidades rurales para la generación de productos sustentables.

Enfocando el resto de la investigación para esta tesis con los aspectos mencionados anteriormente, se puede cumplir con el objetivo principal (la generación de productos regionales para ser desarrollados por las comunidades) de la misma de una forma mas factible.

⁸⁰SEGAM: Secretaría de Ecología y Gestión Ambiental

Por lo tanto la información que se requiere para darle factibilidad a esta tesis se llevara a cabo en el siguiente semestre, y estará basara en los cuatro puntos anteriores.

Para enriquecer el contenido de esta última parte sobre la metodología implementada, se agrega un mapa conceptual que puede señala de una forma mas actualizada el proceso de investigación que se llevo a cabo, para el desarrollo del los capítulos de esta tesis.



81

6. CENSO DE MUJERES PRODUCTORAS DE ARTÍCULOS DE IXTLE EN LA COMUNIDAD DE LA BARRANCA EN SANTA MARÍA DEL RÍO, SAN LUIS POTOSÍ.

Nombre	Domicilio	Tipo de Artesanía
1. Teresa Aguilar Alviso	La Barranca	Ixtle
2. Altagracia Espinoza	La Barranca	Ixtle
3. Ausencia Hernández L.	La Barranca	Ixtle
4. Benita Hernández R.	La Barranca	Ixtle
5. Clemencia Acosta L.	La Barranca	Ixtle
6. Consuelo Acosta M.	La Barranca	Ixtle
7. Dorotea Rivera Z.	La Barranca	Ixtle
8. Epigmenia Ibarra	La Barranca	Ixtle
9. Epigmenia Alviso	La Barranca	Ixtle
10. Felipa Acosta	La Barranca	Ixtle
11. Filiberta Rincón R.	La Barranca	Ixtle
12. Gregoria Bocanegra P	La Barranca	Ixtle
13. Julia Flores A.	La Barranca	Ixtle
14. Concepción López S.	La Barranca	Ixtle
15. Guadalupe Salazar P.	La Barranca	Ixtle
16. Candelaria Cruz	La Barranca	Ixtle
17. Victoria Salazar A.	La Barranca	Ixtle
18. Marisela López Hdz.	La Barranca	Ixtle
19. Natalia López Hdz.	La Barranca	Ixtle
20. Norberta Padrón A.	La Barranca	Ixtle
21. Paulina Vázquez S.	La Barranca	Ixtle
22. Romana Rivera B.	La Barranca	Ixtle
23. Rosa Acosta M.	La Barranca	Ixtle
24. Rosa María Salazar V.	La Barranca	Ixtle
25. Rosario Padrón V.	La Barranca	Ixtle

82

7. ACTA RESULTADO DE LA EVALUACIÓN DEL PREMIO DISEÑO CON FIRBA DE LECHUGUILLA ARTE EN IXTLE

ACTA

RESULTADO DE LA EVALUACION DEL PREMIO DISEÑO CON FIBRA DE LECHUGUILLA ARTE EN IXTLE

San Luis Potosí S.L.P. 10 de Diciembre del 2004.

En el taller No. 17 del Edificio Interactivo de la Facultad del Hábitat perteneciente a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, siendo las 12:00 horas del día 10 de Diciembre del año 2004 se reunieron con el carácter de JURADO CALIFICADOR para evaluar el PREMIO:

DISEÑO CON FIBRA DE LECHUGUILLA ARTE EN IXTLE

Los señores:

Dr. Manuel David Sánchez Hermosillo

Secretario de Desarrollo Agropecuario y Recursos Hídricos del Gobierno del Estado.

Ing. Juventina Molina Domínguez

Representante de la coordinación de Desarrollo Rural de la SEDARH.

D.I. Marco Antonio Barriga Dalle Mese

Representante de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Resultando ganadores:

En la categoría de PRODUCTOS CON APLICACIÓN DE TEJIDO A MANO

PRIMER LUGAR:

Bolsas usos múltiples GUARDAXTLE

Clave: AR 22

SEGUNDO LUGAR

Lámparas base de madera

Clave: AV 35

TERCER LUGAR

Conjunto Mantel Individual y accesorios

Clave: AG 24

En la categoría de PRODUCTOS CON APLICACIÓN DE TEJIDO EN TELA

PRIMER LUGAR:

Asiento tipo cojín.

Clave: BM 01

SEGUNDO LUGAR

Sillón tejido base de herrería

Clave: BD 02

TERCER LUGAR

Pantallas para lámpara modulares

Clave: BR 43

En la categoría de PRODUCTOS NO TEJIDOS O CON OTROS PROCESOS.

PRIMER LUGAR:

Panera.

Clave: CR 08

SEGUNDO LUGAR

Mosaicos usos múltiples

Clave: CV 09

TERCER LUGAR

Porta macetas

Clave: CJ 14



Como Menciones Honoríficas:

Farol de Ixtle.

Sandalias en Ixtle.

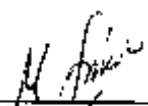
Bolsa con aplicaciones de ixtle

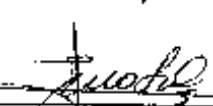
Clave: AO 04

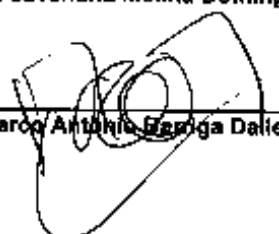
Clave: AR 12

Clave: BC 26

Siendo las 13:30 horas del mismo día se dio por terminada la evaluación del premio y para constancia se levantó esta acta y firmaron de acuerdo los miembros del jurado:



Dr. Manuel David Sánchez Hemosillo

Ing. Juventina Molina Domínguez

D.L. Marco Antonio García Dávila Mesa

Comentarios adicionales:

- Se recomienda, dado el origen natural de la materia prima, y siendo de interés para la Secretaría Desarrollo Agropecuario y Recursos Hidráulicos del Gobierno del Estado este aspecto, que los productos desarrollados con aglutinantes se restringieran al uso de productos naturales.
- También es recomendable en el caso de la propuesta de otros materiales o procesos, estos estén disponibles para el artesano en su lugar de origen, para facilitar su producción.
- Con respecto a los productos que tienen contacto directo y prologado con la piel del usuario, estos deben ser rediseñados.
- En el caso de algunos de los proyectos ganadores, la propuesta seleccionada puede cumplir con las expectativas del premio, sin embargo se recomienda se ajusten a los lineamientos señalados en los comentarios anteriores.

c.c.p. Dr. Manuel David Sánchez Hemosillo, Secretario de Desarrollo Agropecuario y Recursos Hidráulicos del Gobierno del Estado.

c.c.p. Dr. En Arq. Alejandro I. Galván Arellano - Director de la Facultad del Hábitat de la UASLP.

8. FOTOGRAFÍAS DE LOS PROYECTOS GANADORES

PRODUCTOS CON APLICACIÓN DE TEJIDO A MANO



PRIMER LUGAR:
Bolsas usos múltiples
GUARDAXTLE

SEGUNDO LUGAR:
Lámparas base de madera



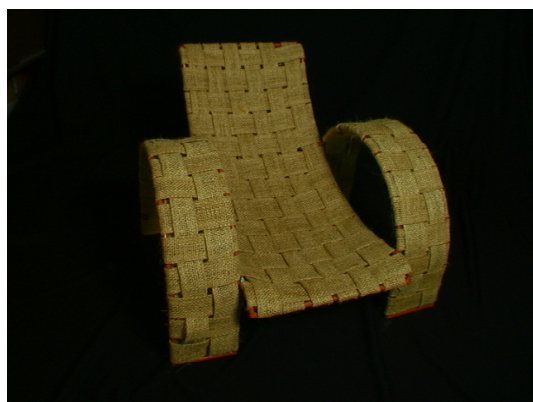
TERCER LUGAR:
Conjunto mantel individual
y accesorios



PRIMER LUGAR:
Asiento tipo cojín



SEGUNDO LUGAR:
Sillón tejido base de herrería



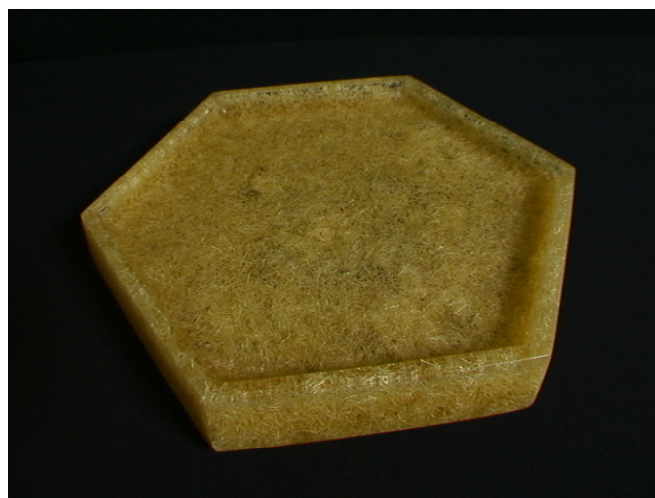
TERCER LUGAR:
Pantallas para lámpara





PRIMER LUGAR:
Panera

SEGUNDO LUGAR:
Mosaicos usos múltiples



TERCER LUGAR:
Porta macetas



1. Martín Juez, Fernando. Contribuciones para una Antropología del Diseño, Editorial Gedisa
2. S/R. Barroso Neto, Eduardo. Desarrollo con base en la pirámide de consumo que se utiliza en mercadotecnia, según la demanda de los mismos
3. Lesko, Jim. Diseño Industrial. Editorial Limusa Wiley, Primera edición, México 2004
4. Nieto Ramírez, Jaime, Los habitantes de la Sierra Gorda, Querétaro, Universidad Autónoma de Querétaro, 1984.
5. De la Torre, Francisco, Arte Popular Mexicano, Editorial Trillas – Serie Trillas Turismo, Primera Edición, Abril 1994, México; D.F.
6. Martínez Peña, Porfirio. Arte popular y artesanías artísticas en México. Secretaría de Educación Pública. México. D.F. 1988.
7. Rodríguez Morales, Luis Alfredo. El Tiempo del Diseño. Después de la Modernidad. UIA. Primera Edición 2000 México; D.F.
8. Sistema Nacional Estadístico y de Información Geográfica. México. Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática. (INEGI) www.inegi.gob.mx/inegi/default.asp
9. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. (CDI) http://www.cdi.gob.mx/index.php?id_seccion=3
10. Sistema Internet de Presidencia. (SIP). Presidencia de la Republica. México. <http://presidencia.gob.mx/buenasnoticias/index.php?contenido=7975&pagina=25>
11. Procuraduría Agraria. (UNORCA). www.pa.gob.mx/publica/pa070305.htm
12. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (SAGARPA). www.sagarpa.gob.mx/info/sectorial/discursosvarios.htm
13. Rosas Escobar, Rodolfo.(2005, Enero 1). China: ¿la amenaza roja? Extraído en Agosto, 2005, de <http://www.foros.gob.mx/read.php?f=45&i=57&t=57>
14. Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías. (FONART). <http://www.fonart.gob.mx/main.htm>
15. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (UNESCO) http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=3328&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
16. Berrones Montes, Roberto. et al. 1999. Centro Nacional de Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de Querétaro. Enciclopedia de los municipios de México, Querétaro Jalpan de Serra. Extraído en Septiembre del 2005, de http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_queretaro
17. Conservación de la Biodiversidad en la Reserva de la Biosfera Sierra Gorda. Productos Sierra Gorda. Extraído en Mayo, 2005 de, <http://www.sierragordamexico.org/es/>
18. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de San Luis Potosí. Enciclopedia de los municipios de México, San Luis Potosí, Santa María del Río. Extraído en Septiembre, 2005 de, http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_sanluispotosi
19. S/R. Programa de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. (SECOFI)
20. S/R. Información de la Secretaría de Ecología y Gestión Ambiental. (SEGAM)
21. S/R. Información de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)
22. S/R. Propuesto de Proyecto Ixtlero. Proyecto para la elaboración y comercialización de productos de ixtle.
23. S/R. Artículo de la Organización de Estados Iberoamericanos.(OIE)
24. Acta resultado de la evaluación del premio diseño con firba de lechuguilla arte en ixtle. Facultad del Hábitat de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
25. S/R. Entrevista con el Arquitecto Oscar Hagerman

26. S/R. Entrevista con la Srita. Guadalupe Govea (arte en Ixtle)
27. S/R. Entrevista con la encargada de la bio diversidad productiva en Sierra Gorda
28. S/R. Entrevista con el Biólogo Martín Martínez Olvera (SEGAM)
29. S/R. Entrevista con el Filósofo Raul Hernández (alternativas)
30. S/R. Entrevista con la Pedagoga Gisela Herrerías (alternativas)
31. S/R. Visita a San Juan de los Durán
32. S/R. Visita a Santa María del Río
33. S/R. Visita a Santa María Acapulco
34. S/R. Visita a la Cooperativa Alternativas y Procesos de Participación Social, A.C. en Tehuacan, Puebla

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I	
ANTECEDENTES	9
1.1 ENTONO	10
1.1.1 Visitas de Campo	10
1.1.2 Materia Prima: Lechuguilla	11
1.1.3 Materia Prima: Madera	13
1.1.4 Artesanías como Productos Regionales	16
1.1.5 Apoyo a Productores de Artículos Regionales	16
1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3 OBJETO DE ESTUDIO	17
1.4 PLANTEAMIENTO DEL TEMA	18
1.4.1 Objetivo General	18
1.4.2 Objetivos	18
1.4.3 Preguntas de Investigación	18
1.4.4 Justificación del Proyecto	18
1.4.5 Hipótesis General	19
1.4.6 Hipótesis Particular	19
CAPÍTULO II	
CASO DE ESTUDIO	
2.1 POBLACIÓN MEXICANA	20
2.2 ECONOMÍA MEXICANA	21
2.3 PROBLEMÁTICA COMÚN	21
2.4 SOLUCIONES IMPUESTAS	22
2.5 CONTEXTO	25
2.5.1 Jalpan de Serra, Querétaro	25
2.5.1.1 Riqueza Forestal	25
2.5.1.2 Industria y Turismo	25
2.5.1.3 Festividades y Eventos Culturales	25
2.5.1.4 Artesanías	26
2.5.1.5 Problemática	26
2.5.1.6 San Juan de los Duran	26

2.5.1.6.1 Proyectos Relacionados con la Comunidad	26
2.5.1.6.2 Investigación de Campo	27
2.5.2 Santa Maria del Río San Luis Potosí	28
2.5.2.1 Industria	28
2.5.2.2 Festividades y Eventos Culturales	29
2.5.2.3 Artesanías	29
2.5.2.4 Problemática	29
2.5.2.5 La Barranca	29
2.5.2.5.1 Proyectos Relacionados con la Comunidad	29
2.5.2.5.2 Arte en Ixtle	30
2.5.2.5.3 Investigación de Campo	32
2.5.3 Afinidades entre las Comunidades (Conclusiones)	34
2.5.3.1 Graficas Comparativas de la Situación Socioeconómica	34
2.5.3.2 Tabla Comparativa de las Capacidades Tecnológicas	36
2.5.3.3 La Conformación de la Cultura	37
 CAPÍTULO III	
MERCADO META	
3.1 USUARIO	40
3.2 NICHOS DE MERCADO	43
3.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	45
 CAPÍTULO IV	
GENERACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS	
4.1 IMPLEMENTACIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL	46
4.2 CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS	47
4.3 APOYO DEL DISEÑO INDUSTRIAL EN EL MEDIO RURAL	49
4.3.1 Productos de San Juan de los Duran	49
4.3.2 Productos de La Barranca	52
4.4 REQUISITOS PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS REGIONALES	57
4.5 DISEÑO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA	60
 CAPÍTULO V	
LA NUEVA EMPRESA	
5.1 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	63

5.2 SELECCIÓN DE LA IDEA	63
5.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	63
5.3.1 Determinar la Misión	64
5.3.2 Analizar el Mercado	64
5.3.3 Mercadotecnia	65
5.3.4 Operación de la Empresa	65
5.3.5 Aspectos Contables y Financieros	65
5.3.6 Aspectos Legales	65
5.4 CONCLUSIONES	68
CAPITULO VI	
CONCLUSIONES	
ANEXOS	
1. Glosario de Siglas	72
2. Glosario de Términos	73
3. Índice de Tablas, Gráficas y Figuras	75
4. Metodología de la Investigación	77
5. Comunidades a Analizar	90
6. Censo de Mujeres Productoras de Artículos de Ixtle en la Co- munidad de La Barranca en Santa María del Río	92
7. Acta Resultado de la Evaluación del Premio Diseño con Fibra de Lechuguilla Arte en Ixtle	93
8. Fotografías de los Proyectos Ganadores	95
BIBLIOGRAFÍA	98



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ
FACULTAD DEL HÁBITAT
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
MAESTRÍA EN CIENCIAS DEL HÁBITAT CON ORIENTACIÓN TERMINAL
EN
GESTIÓN Y DISEÑO DEL PRODUCTO**

**"EL DISEÑO COMO APOYO A LA GENERACIÓN DE
PRODUCTOS REGIONALES PARA COMPETIR EN EL MERCADO"**

Proceso para obtener el grado de Maestro en Ciencias del Hábitat
con Orientación Terminal en Gestión y Diseño del Producto

Presenta

DORA MIRIAM PÉREZ HUMARA

Postulante

M.D.I. JOSÉ FERNANDO MADRIGAL GUZMÁN

Asesor

M.D.G. MANUEL GUERRERO SALINAS

M.E. JAVIER GUERRA RUIZ ESPARZA

Sinodales

agosto . 2006