



Universidad Autónoma de San Luís Potosí

**Facultad del Hábitat
Instituto de Investigación y Posgrado**

**Maestría en Ciencias del Hábitat con Orientación
Terminal en Gestión y Diseño del Producto**

Tema

**“Gestión de Productos y Aplicaciones en
Lechuguilla para Exportación”**

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

Presenta

**L. D. I. Dulce Maria del Socorro Zamarripa Delgado
Postulante**



M. en Arq. Eugenio Gerardo Rodríguez Báez
Asesor

M. D. I. José Fernando Madrigal Guzmán
M. E. Javier Guerra Ruiz-Esparza
Sinodales

San Luís Potosí, S. L. P. , Agosto de 2008



Gestión de Productos y Aplicaciones
en Lechuguilla para Exportación.

INDICE

INTRODUCCION 4

 Capítulo 1: El Contexto..... 5

 Capítulo 2: El Mercado..... 5

 Capítulo 3: Agrupaciones de producción artesanal en área rural
..... 5

 Capítulo 4:, Estructura de las Exportaciones Mexicanas..... 6

 Capitulo 5: Propuesta de Gestión: 6

Objeto de estudio..... 7

Objetivo general de la investigación 7

 Conceptualización del tema de estudio..... 7

 Producto: 7

Antecedentes..... 8

 Relevancia/Pertinencia 9

Justificación 10

Alcances 10

Meta general 11

Preguntas de investigación..... 13

Objetivo general..... 14

Objetivos particulares o específicos..... 14

Sistema de Hipótesis..... 14

 Autosuficiencia (Sobrevivencia) 16

 FORMA FAMILIAR DE PRODUCCION: 17

 EL TALLER INDIVIDUAL 18

 TALLER CON OBREROS: 18

MARCO TEORICO 20

Capitulo 1: Contexto..... 28

a. La lechuguilla 29

 Características de la Lechuguilla..... 29

 Descripción botánica (Características taxonómicas):..... 29

Proceso de extracción 31

Desarrollo de Tecnología para la tala de fibra de lechuguilla 33

Antecedentes de su explotación industrializada en la zona del altiplano potosino 33

Normatividad: Proyecto de Ley Federal para el Desarrollo Ixtlero. 34

Reforestación y revegetación con Agave lechuguilla 35

¿Qué podemos reflexionar acerca del proceso de extracción de la lechuguilla?..... 36

Muestra Representativa Intencional 38

Estudio de Caso: Comunidad La Barranca 38

Ubicación 38

Principales recursos hidrológicos: 38

Flora 38

Fauna 39

Tipo de Suelo..... 39

Infraestructura y comunicación..... 39

Factores ambientales: Medio sociocultural 39

Sistema de vida (trabajo)..... 39

Actividades productivas 40

La Comunidad y su relación con la fibra de Lechuguilla 41

Proceso de elaboración de artesanía en la comunidad . 41

Capitulo 2: El Mercado 42

 La distribución de la fibra de ixtle 42

 Los precios de compra de la fibra de ixtle 42

 Principales comercializadores de la fibra 43

 Principales comercializadores de la fibra 44

 ¿Qué sucede en el mercado con la materia prima?..... 44

 Productos artesanales en fibra de lechuguilla que se Comercializan 45

 Espacios de Comercialización..... 47

 Desarrollo de nuevos productos 49

CAPITULO 3: Agrupaciones Artesanales en área rural 51

 Sistemas de Creación y Organización..... 51

 Agrupaciones artesanales 51

Cooperativas:.....	53	¿Como integrar al desarrollo al México pobre?, Gemayel Elías Jorge	112
¿Por qué las Empresas Cooperativas?	53	El comercio Justo como vía de los pequeños productores	114
Romper la línea divisoria entre el Asesor y la cooperativa RECOMENDACIONES.....	68	Jerónimo Pruyn, Comercio Justo México, A.C.	114
RECOMENDACIONES.....	69	La problemática	116
Recomendaciones en organización y gestión dentro de la microempresa artesanal	69	El origen del comercio justo	117
ACCIONES ESTRATEGICAS	69	El inicio: Las «Organizaciones de Comercio Alternativo» y las «Tiendas del Tercer Mundo»	117
¿Qué es el Comercio Justo?	73	«Max Havelaar»: el primer sello de «Comercio justo»	117
¿Qué se entiende por un “precio justo”	73	La expansión de los sellos de «Comercio justo» y la ampliación del concepto	119
¿Cómo puede un productor vincularse al movimiento Justo?	73	Factores de éxito y limitaciones de los sellos de «Comercio justo».....	119
La promoción de empresas integradoras de «Comercio justo»	73	Empresas mixtas de «Comercio justo»	120
CAPITULO 4.Estructura de las Exportaciones		Comercio Justo México, A.C.	121
Mexicanas	75	La formulación de normas	121
Formatos Necesarios Para La Exportación.....	75	La certificación independiente.....	121
CONCLUSIONES FINALES	80	La promoción de productos con el sello.....	122
INTEGRACION DE PROCESO DE GESTIÓN MODELO 82		La promoción de empresas integradoras de «Comercio justo»	122
PROCESO DE GESTION EMPRESARIAL.....	86	La promoción de sistemas de distribución de productos de «Comercio justo».....	122
Definición de producto: Tipos de productos que demanda el mercado	90	¿Por qué en México los diseñadores que se dedican a intervenir en procesos de trabajo artesanal tienen tantos problemas?	124
ANEXOS.....	96	Fuentes Bibliográficas	125
Gestión empresarial, comercialización y diseño para la pequeña industria artesanal	96	Fuentes Hemerográficas	125
Creación de Cooperativas: Ley General de Sociedades Cooperativas.....	97	Fuentes electrónicas	125
El sistema de producción artesanal, Velásquez Mastretta Gustavo.....	104		
La Artesanía considerada como un producto folclórico, con alta connotación cultural, Martín Juez Fernando...	105		
Contextos para un diseño artesanal mexicano, Victoria Novelo Unas preguntas y un par de respuestas posibles	106		
Características de la producción artesanal, Victoria Novelo.....	108		
Categorías de la artesanía, Barroso Neto Eduardo	110		

INTRODUCCION

Gestión de Productos y Aplicaciones en Lechuguilla para Exportación

“San Luís Potosí desafortunadamente es un estado con alta marginación. Ocupa el 6to. lugar a nivel nacional, de sus 58 municipios del estado, 40 de ellos son de muy alta marginación”.

Un caso muy en particular, es la situación de las familias que se han dedicado a tallar la Lechuguilla en las zonas desérticas y semidesérticas del estado, las cuales han sido las más pobres de las pobres y las que en muchas ocasiones han sufrido la explotación por el tratamiento que hacen a este producto, en general estas comunidades del altiplano no obtienen una remuneración fija como producto de sus labores, ya sean por la cosecha o el tallado de fibra de ixtle, por lo que en muchos casos las familias padecen grandes dificultades para obtener artículos de subsistencia básicos, y ni que decir de sus necesidades en relación a infraestructura básica.

Con la presente investigación se plantea gestionar una propuesta para la generación de cooperativas productoras en comunidades rurales de la zona altiplano potosino, el objetivo es generar un modelo a través del cual se fundamenten las bases para planear “diferentes tipos de cooperativas productoras”, el concepto general que rige la investigación radica en proponer la aplicación de un modelo de gestión, el cual es producto de la investigación, dicha

propuesta plantea una posible readaptación en relación a cada contexto y las condiciones de los habitantes de la comunidad, es decir, adaptable a las diversas características que influyan en dicho proceso, pues como es bien conocido, no todas las comunidades presentan el mismo nivel de desarrollo ni de organización.

No obstante, es necesario programar esquemas generales de organización y desarrollo que sustenten la planeación de una cooperativa productora determinada por la comunidad y región en que se desarrolle. Sin embargo, es relevante mencionar que dicha gestión pretende promover la participación de los futuros beneficiados en cada comunidad a fin de que se integren desde su proceso de desarrollo y organización, por lo cual plantea la elaboración de esquemas preestablecidos y flexibles que proporcionen un proceso de gestión que coordine, controle y evalúe el cumplimiento de las principales especificaciones demandas por el mercado en el producto.

La presente investigación, se inicio como respuesta a iniciativas de la SAGARPA en el Estado de San Luis Potosí, ante la necesidad de ofrecer un nuevo panorama de oportunidades a las comunidades extractoras de fibra de lechuguilla en el altiplano, por lo que requerí profundizar en el tema bajo investigación de campo con el fin de establecer un diagnóstico, al observar de cerca las problemáticas y necesidades presentadas en el común de las familias extractoras de fibra de lechuguilla.

El proceso de diagnóstico, valió para definir los objetivos generales y particulares de la investigación, así como la principal problemática a atacar, la cual se sustentó en la generalidad existente en las comunidades relacionadas con la fibra de lechuguilla: las extractoras y las productoras de artesanía, en ambas la problemática esencialmente radica en que los intermediarios son los que obtienen mejor remuneración económica y no las comunidades cualesquiera que sea su posición (extractores o productores).

Sin embargo, esta problemática no representó un caso sencillo de atacar, pues la respuesta no está en convertir de la noche a la mañana, a miembros de comunidades rurales en empresarios, que desarrollen un producto con valor agregado para ofrecerlo directamente al consumidor, bajo el análisis realizado esto no fue una propuesta factible en procesos claros y sencillos, pues los productores no tienen el control sobre aspectos de organización para la producción, existen deficiencias de calidad en los productos, incumplimiento de el volumen requerido por los clientes. Además la principal desventaja ante todo ha sido el hecho de que comúnmente en las comunidades aun existe un gran nivel de analfabetización.

El proceso emprendido para la investigación, se presenta a través de 4 capítulos que integran estudios de caso y conocimientos

indispensables para establecer el proceso de gestión artesanal en una cooperativa de tipo integrador con carácter de empresarial.

Capítulo 1: El Contexto: dividido en 2 áreas La Lechuguilla y La Comunidad, en el cual se incluyen las principales características referentes a la fibra de lechuguilla, desde sus cualidades botánicas, proceso de extracción, uso de nuevas tecnologías, etc. En cuestión a la Comunidad se presentan datos de miembros de una comunidad Modelo productora de artesanía en fibra de ixtle denominada "Arte en Ixtle" en la Comunidad de La Barranca en el municipio de Santa María.

Capítulo 2: El Mercado, describe los procesos de distribución y comercialización de la fibra, los principales productos artesanales en fibra de lechuguilla comercializados y sus comercializadores, proyectos de nuevos productos a incursionar en el mercado, con el fin de comparar la demanda del mercado en relación a la remuneración al productor.

Capítulo 3: Agrupaciones de producción artesanal en área rural, Refiere modelos organizativos para creación de cooperativas en relación a aspectos artesanales, además de mostrar modelos de gestión en la producción, promoción y distribución de productos artesanales, esquemas de gestión de nuevos productos al interior de las cooperativas, propuestas de gestión empresarial, comercialización y diseño para la pequeña industria artesanal

llevada hasta su internacionalización, normatividad, así como programas de apoyo financiero.

Capítulo 4., Estructura de las Exportaciones Mexicanas, exhibe los principales procedimientos de exportación, y el mínimo a conocer con respecto al arduo panorama que un productor tiene que recorrer con el fin de llevar su producto a la exportación.

Capitulo 5: Propuesta de Gestión: El documento finaliza con la propuesta que propone una estrategia para fomentar el proceso de gestión, consta de formatos guía en presentación dirigidos a la organización, producción, distribución, venta, etc. El modelo de gestión se concibió tomando como punto de enfoque el desarrollo de una artesanía elaborada por una agrupación artesanal “arte en ixtle”.

La investigación promueve un sistema de gestión para coordinar los factores involucrados en el desarrollo del producto, cumplimiento de requerimientos específicos, normas de calidad, control de materia prima y sus procesos productivos, etc. El proyecto propone que con mayor control y certeza sobre su desarrollo, se establecerá un sistema de evaluación continua para el crecimiento social y productivo, al mismo tiempo de fomentar una cultura de exportación en productos de fibra de lechuguilla.

Tema

El diseño industrial como impulsor de la mejora de la calidad de vida de las sociedades rurales mexicanas.

Objeto de estudio

Gestión de Productos y Aplicaciones en Lechuguilla para Exportación.

Objetivo general de la investigación

Proponer una estrategia de apoyo para las comunidades extractoras de lechuguilla en el altiplano potosino en la actualidad, el objetivo es aportar una referencia de las posibles aplicaciones y la remuneración que de ellas se pueda obtener; el proyecto se realiza con el fin de aportar un panorama útil no solo para la SAGARPA, es decir, que integre a quien se encuentra dirigiendo el plan de apoyo emergente enfocado a las anterior mencionadas comunidades, factible de ser aplicable con el fin de generar confianza y valor a la intervención en el proceso de transformación de la fibra.

El objetivo al final de la investigación es brindar una referencia del valor agregado a los productos elaborados en la comunidad así como brindar una mayor información sobre el producto y la reglamentación a las comunidades.

Conceptualización del tema de estudio

Producto: Todo lo que se obtiene como resultado o salida de un proceso, en el que interactúa maquinaria, equipo, procedimientos de trabajo, habilidades humanas y políticas administrativas para transformar los insumos en producto. Las cualidades de un producto pueden ser tangibles, como sus características físicas o sus propiedades químicas; o intangibles, como su apariencia estética, la rapidez con que fue entregado, el servicio proporcionado por el vendedor, etc.

Aplicación: tr. Poner una cosa sobre otra o en contacto con otra. En varias artes, partes o materiales que se añaden o superponen al cuerpo principal de la obra.¹

Exportación: Enviar o vender al extranjero productos nacionales.²

¹ Enciclopedia práctica Planeta, edición 1998, tomo 1, Pág.:123.

² Enciclopedia práctica Planeta, edición 1998, tomo 3, Pág.:818.

Antecedentes

“San Luis Potosí desafortunadamente es un estado con alta marginación. Ocupa el lugar número 6 a nivel nacional. De los 58 municipios del estado, 40 de ellos son de muy alta marginación”.

Ante el rezago y la alta marginación el actual gobierno estatal conformo la siguiente estrategia:

“El Gobierno Federal a través de SEMARNAT y el gobierno Estatal firmaron un convenio de colaboración mediante el cual se comprometen recursos por 150 millones 837 mil 702 pesos para la Conservación, Protección del Medio Ambiente y los Recursos Naturales así como para apoyar a productores de Lechuguilla del Altiplano potosino.

El convenio fue suscrito entre Alberto Cárdenas Jiménez, Secretario del Medio Ambiente y Recursos Naturales y el Gobernador Marcelo de los Santos Fraga, dicho convenio se presenta como una de las distintas estrategias de apoyo que se encuentran dentro del **Plan Estatal de Desarrollo 2003-2009 del Estado de San Luis Potosí** (Modelo de aprovechamiento de recursos “Programa emergente”) contemplado en su apartado denominado **Desarrollo Regional Equilibrado** en el que su

principal importancia es la de integrar una *política de desarrollo e integración microregional*.³

“Así fue como el Secretario del Medio Ambiente y el Gobernador del Estado entregaron de manera simbólica recursos por 2 millones 502 mil 900 pesos para apoyar a Productores de Lechuguilla de la zona ixtilera de los municipios de Matéhuala, Villa de Guadalupe, Guadalcazar y Vánegas que explotan una superficie de 75 mil hectáreas en 13 Ejidos.

Los recursos destinados a los productores de Lechuguilla provienen del Programa para el Desarrollo Forestal que tiene por objeto aumentar la producción, desarrollar cadenas productivas y diversificar las actividades que mejoren el ingreso de los Ejidatarios o poseedores de terrenos forestales”.⁴

A raíz de el plan presentado por la SEMARNAT y el gobierno del estado, se ha vinculado una estrategia de trabajo dirigida por la SAGARPA solicitando un proyecto de apoyo a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí a las áreas de posgrado y licenciatura, dicho proyecto se encuentra enfocado a las comunidades con posibilidades de extracción de fibra de lechuguilla con el fin de generar aportaciones económicas a las comunidades,

³ *Comunicación Social*, Gob. del Edo. de San Luis Potosí 2003-2009, 18 de abril de 2004

⁴ *Comunicación Social*, Gobierno del Estado 2003-2009, 12 de mayo de 2004

el proyecto se delimita a la zona ixtlera del estado de San Luis Potosí.

Aceptando la invitación de la SAGARPA para la generación de un proyecto de apoyo para las comunidades “ixtleras” se realizó una visita a la comunidad de Santa María del Rincón colindante con el municipio de Matehuala y Villa de Guadalupe.

Relevancia/Pertinencia

“Las comunidades del Altiplano potosino pertenecen a una de las zonas de más alta marginalidad en la entidad, no solamente con mayor olvido y donde se concentran gran parte de las familias en situación de pobreza en esta entidad, pues en esta zona hay entre 9 y 10 municipios con alta marginación.

Es preocupante en particular la situación de las familias que se han dedicado a tallar la Lechuguilla que han sido en nuestro país y en las zonas desérticas y semidesérticas, las más pobres de las pobres y que en muchas ocasiones también han sufrido la explotación por el tratamiento que hacen a este producto, ya que en general estas comunidades del altiplano no tienen una remuneración fija como producto de sus labores, ya sean en la cosecha o el tallado de fibra de ixtle, por lo que en muchos casos las familias padecen

grandes dificultades aun para obtener artículos de subsistencia básicos.

Sabemos además que dichas comunidades pertenecen a muchos de los municipios que han sufrido devastación por daño ecológico, ante la ausencia de proyectos y otras alternativas de vida para su población. Sin embargo, aunque se conocen sus primordiales necesidades que tienen que ver con infraestructura, sobre todo en lo que se refiere a la construcción de caminos, sistemas de salud, también en materia educativa, entre algunos otros, no se tienen proyectos claros al respecto en relación al terreno productivo.

Por tanto, existe vasta prioridad por generar una manera estable de subsistir para estas comunidades; pensando en proyectos también de carácter productivo que permitan una vida sustentable en el mediano y largo plazo para estas familias.”⁵

Desde hace décadas se tiene conocimiento del gran recurso que se encuentra muy cercano y en forma natural a todas estas comunidades “la lechuguilla”. Actualmente la explotación de la lechuguilla en el Estado de San Luis Potosí es visualizada como un factor considerado dentro de **Plan Estatal de Desarrollo 2003-2009 del Estado de San Luis Potosí** (Modelo de aprovechamiento de recursos “Programa emergente”) contemplado en su apartado

⁵ *Comunicación Social*, Gob. del Edo. de S. L. P. 2003-2009, 18 de abril de 2004

denominado **Desarrollo Regional Equilibrado**, existiendo el apoyo económico para generar nuevos productos; por lo que se pretende lograr su comercialización en el plano nacional e internacional.

Por tanto, es relevante no perder de vista las cualidades requeridas en un producto para mercado de exportación, con lo cual se facilitara no solo la entrada en un futuro a este tipo de mercado, elevando la calidad y la remuneración económica de los involucrados en su transformación a producto (principalmente las comunidades rurales).

Con ello se lograra además una mayor integración al mercado de zona urbana en el país, debido a que las sociedades urbanas comúnmente siguen las tendencias que vienen del extranjero, por lo que al reconocerlo como una tendencia en el producto se puede reconstituir un mercado ya considerado muerto a nivel nacional.

Justificación

En la actualidad la extracción de la fibra de lechuguilla puede representar un recurso estable de subsistencia a las comunidades, pues al ser un recurso natural y respetando las normativas de extracción de dicha especie se puede mantener un recurso renovable con el que es posible subsistir a través de la

generación de productos y no solo realizando la labor de extracción mal remunerada.

Existen antecedentes generados por propia observación directa a comunidades rurales en cuanto a la deserción en cooperativas de producción artesanal, por la poca motivación en la extracción de lechuguilla debido a la baja remuneración económica, a nivel gubernamental existe ya un historial de proyectos abandonados en diversas dependencias de gobierno a causa del escaso seguimiento a dichos planes de trabajo, es así como encontramos diversos factores que influyen en su desplome de proyectos como lo son: migración, poca remuneración, desconocimiento de aspectos de comercialización, apatía, nula o mínima transmisión de conocimientos artesanales sobre la elaboración de productos de generación en generación, vejez, etc.

Alcances

El estudio tiene un enfoque actual en el tiempo, integra el desarrollo de una propuesta de gestión artesanal, dirigida a la organización, producción, promoción, venta, etc. Enfocada a la Cooperativa Modelo "Arte en Ixtle", ubicada en la comunidad de La Barranca, en el municipio de Santa Maria, del Río, la cual revela una muestra representativa.

El propósito es plantear un sistema de gestión modelo, que pueda llevarse a su aplicación en un futuro a las comunidades del

altiplano potosino ubicadas en la denominada “zona ixtlera” con sede en Matehuala, delimitándose dentro de las comunidades quienes ya realizan procesos productivos y no solo extractivos, debido a la necesidad de dar una pronta respuesta a las necesidades gubernamentales y de las comunidades a quienes comienzan a requerir su producto en el extranjero.

El delimitante teórico es un enfoque desde la visión del Diseño por ser la rama profesional que me compete, mi delimitante analítico (la manera en que solucionare la problemática) se fundamentara en realizar un programa de organización y gestión del producto con el que se pueda ir especificando, controlando y evaluando las cualidades ideales para elaborar un producto o aplicación en fibra de lechuguilla cuya finalidad es que sea exportado.

Lo primordial es identificar que cualidades requieren los distintos intermediarios en el proceso de exportación hasta su usuario final, el enfoque es identificar que se requiere para que el producto sea aceptado desde las distintas perspectivas con el que sea calificado (calidad, diseño, utilidad, etc.) para lograr visualizar y proyectar a los artesanos que características debe tener el producto.

Meta general

La meta del proyecto es conducir al productor-exportador en un periodo a largo plazo bajo el proceso de gestión de su producto con el fin de cumplir los trámites de exportación y obtener una mayor remuneración económica, todo ello desde una visión del diseño.

El objetivo del documento es fundamentar una guía que a manera de metodología permita dirigir paso a paso en la comercialización de un producto de exportación en fibra de lechuguilla.

¿Qué problemática pretende atacar nuestro tema de estudio?

El problema fundamental se puede expresar como la necesidad de atacar el alto grado de marginalidad de las comunidades rurales en este caso concretamente las del altiplano potosino, tomando su caso como punto de enfoque para el modelo de apoyo a “las comunidades de la zona ixtlera”, comunidades en las que se pueden identificar múltiples carencias poco solventadas con los recursos obtenidos de sus diferentes labores en el campo o la extracción y talla de lechuguilla pues ambos son por su desconocimiento labores poco remunerativas, pero que sin embargo exigen un gran desgaste. Dicha problemática se presenta por la poca comunicación que existe entre intermediarios y los campesinos, su desconocimiento de otras técnicas extractivas con menor desgaste, pues en algunos casos creen que la maquinaria desmeritará la calidad.

“Sin embargo, es un error el querer convertir de la noche a la mañana a uno de estos campesinos o amas de casa en empresario(a). El aislamiento en que viven, su falta de habilidades de comunicación, el desconocimiento del diseño, formas de financiamiento, técnicas de producción, más la carencia de una sólida actitud emprendedora, etc., son obstáculos que no fácilmente

se vencen. Estas y muchas otras razones, hacen que en un inicio sea más factible concentrarse en enseñarlos a producir”.⁶

Sin embargo al enseñarlos a producir surgen un cuestionamiento ¿que sucederá con la producción de dichos campesinos en el mediano o largo plazo?, debe existir un crecimiento no solo de tipo económico sino productivo que permita hacer sustentable su labor productiva por ello es que es importante el generar una referencia que se les permita una expansión en el terreno comercial, una posibilidad de exportación que lograr de manera contundente generara mejores aportaciones por la labor productiva.

“Es por ello que convendría instrumentar medidas que vinculen a los empresarios nacionales, tanto comerciantes como industriales, sobre todo pequeños y micro, con los posibles productores rurales. Así se podrán tornar estas alianzas resultantes en miles y miles de pequeños talleres de manufacturas intensivas en el uso de destrezas manuales. De esta manera, al igual que en Italia, unos aportarán su flexibilidad productiva y otros, tal como sucede en Hong Kong, su organización, conocimiento de mercados, capacidad de comercialización, experiencia en técnicas productivas, diseños novedosos, formas de financiamiento, etc. Estas uniones

⁶¿Como integrar al desarrollo al México pobre?, *Gemayel Elías Jorge*.

seguramente proporcionarán a ambos una gran competitividad en los mercados”.

Preguntas de investigación

El Contexto

¿Qué nivel de comunicación existe entre productores y distribuidores del ixtle?

El Mercado

¿Qué tanto saben los productores del mecanismo de la oferta y demanda en el mercado del ixtle?

¿Qué se conoce acerca de los productos artesanales que elaboran y del futuro de esta producción?

¿Por qué en un contexto de dominancia de la pequeña y mediana industria con alta inversión de trabajo manual no se piensa en la fabricación de objetos de consumo cotidiano que haga un uso eficiente del trabajo artesanal, combinándolo con otras técnicas?, Victoria Novelo.

¿Existe un mercado meta para este tipo de producto?

Agrupaciones artesanales

¿Qué información adecuada se les ha proporcionado acerca de los subsidios?

Mecanismos de las exportaciones mexicanas

¿Qué impacto han tenido en el extranjero productos de fibra de lechuguilla?

¿Cuáles son sus variables críticas de éxito (productos exitosos)?

¿Qué tipo de producto es?

¿Cuales son los pasos para desarrollar el proceso de exportación? (embalaje, reforzamiento, materia prima, calidad del producto, etc.)

Objetivo general

1. Esta investigación plantea dar el primer paso hacia convertir al individuo productor en un individuo independiente, es decir, **convertir al extractor-productor en productor-exportador** capaz de lograr producir y comercializar sus productos en forma individual o colectiva para una mejora de su calidad de vida. El llamado primer paso “es la motivación” proporcionándole un camino entendible para que conozca las cualidades de un producto de exportación, las necesidades y deseos de sus posibles usuarios en el extranjero, para que el mismo pueda desarrollar nuevas aportaciones.

La desmotivación por seguir extrayendo o procesando la materia prima plantea como poco factible la transformación de los individuos extractores-productores a individuos productores en elaboración en masa, cualidad importante para llegar a ser exportador, debido a que por el tipo de intercambio (extractor-intermediario-productor), ellos no perciben una buena remuneración económica por lo que no les interesa continuar en el proceso de transformación de la fibra.

Objetivos particulares o específicos

- Brindar una referencia informativa (documento) que servirá como punto de apoyo ante comunidades y gobierno sobre los

beneficios de la transformación de la lechuguilla en términos económicos (redituable) a partir de la exportación, todo ello en base a un diagnóstico sobre aplicaciones ya comercializadas en el extranjero.

- Ofrecer una referencia en documento que servirá a cooperativas comunitarias, diseñadores, ingenieros industriales, microempresarios, empresarios que deseen fabricar nuevos productos en lechuguilla sobre las cualidades que debe cubrir un producto de exportación fabricado en lechuguilla.
- Integrar a través de la generación de un plan que dirija paso a paso las cualidades del producto para exportación, para que poco a poco el campesino o ama de casa se integre en el primer escalón de la Economía de Escalas: el de Supervivencia, a través del cual obtendrá conocimiento sobre la forma de comercialización y sus diferentes roles a desempeñar, como único participante, para que en un futuro logre una organización que le permita escalar a el siguiente paso.

Sistema de Hipótesis

1. **Guiar al extractor-productor en productor-exportador:**
- Guiar al individuo productor a ser un individuo independiente, es decir, establecer la pauta para que el **extractor-productor logre en conjunto con otros habitantes de su comunidad ser un**

productor-exportador capaz de lograr producir y comercializar sus productos en forma colectiva.

Al generar un alto impacto sobre las comunidades extractoras-productoras para que puedan dar el siguiente paso a convertirse en comunidades exportadoras, las comunidades obtendrían mayor remuneración económica, con lo cual se podría disminuir la deserción de los integrantes de las cooperativas productoras en comunidades marginales.



Integrar al productor exportador dentro del plan de Economía de Escala.

Autosostenibilidad: Implica la capacidad de satisfacer objetivos presentes sin comprometer la capacidad de alcanzar objetivos futuros.

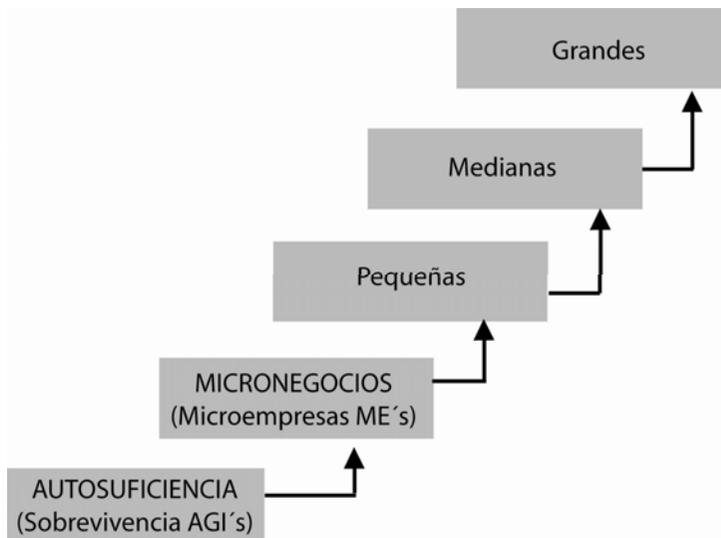


Diagrama de Economía de Escala

Elaboración propia con referencia en el Plan Sectorial de financiamiento SIFIDE 2003-2009

Autosuficiencia (Sobrevivencia)

Actividades Generadoras de Ingresos (AGIs), que se realizan en hogares al borde de la subsistencia, que se dedican a tiempo parcial a actividades estacionales suplementarias. Por lo general, las (AGIs) emplean solo al empresario, y poseen menos de \$500 en activos. Con diversas fuentes de ingresos, el empresario usa los ingresos netos de sus AGI para consumo, sin mayor reinversión. Las unidades de las AGIs utilizan préstamos pequeños, de corto plazo y para capital de trabajo, y por tanto son capaces y están dispuestos a pagar altas tasas de interés, si el préstamo les es accesible y oportuno. La autosostenibilidad implica sobrevivencia.

Micronegocios o Microempresas (MEs)

Son más grandes que las unidades involucradas en las AGIs, teniendo usualmente menos de 10 empleados y menos de \$10,000 en activos. La ME es fuente principal de ingresos para la familia del empresario, y los beneficios son parcialmente reinvertidos, y en parte consumidos. Las MEs demandan productos financieros más flexibles que las AGIs, porque ellas financian tanto capital de trabajo como capital fijo. Las inversiones en activo fijo requieren préstamos mas grandes, con mayores periodos de vencimiento, y en consecuencia, los prestatarios pueden pagar tasas de interés más bajas que aquellas aceptadas por las AGIs, y aun mayores que las tasas de la banca comercial.

Pequeñas Empresas (PEs)

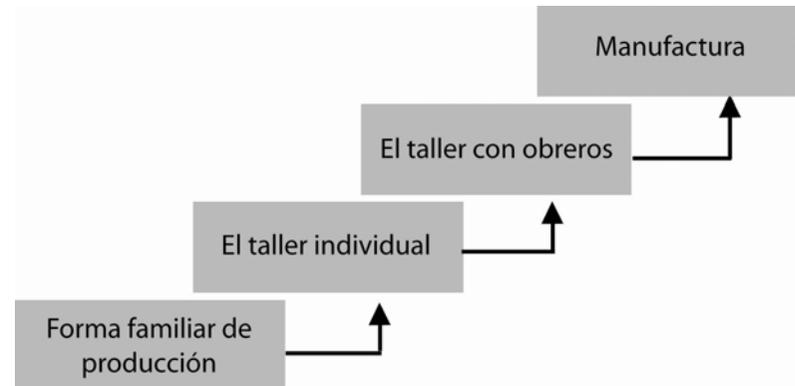
Son unidades mas grandes que las MEs, usualmente tienen menos de 50 trabajadores y menos de \$100,000 en activos. Una PE es la fuente principal de ingresos del empresario, y sus beneficios o ingresos netos son reinvertidos para su futuro crecimiento. La demanda de estas unidades por productos financieros difiere de aquella que las AGIs y de las MEs. Las PEs demandan préstamos más grandes, por mayores plazos, y son mejor atendidos por la banca comercial. Igual que otros prestatarios de la banca comercial, las PEs pueden ofrecer garantías en activos físicos y enfrentar tasas comerciales de interés.

*Los trabajadores en MPEs no tienen seguro ni pensiones. Mujeres, niños y ancianos constituyen la mayor parte de su fuerza laboral. La mayor parte de las MPEs no están oficialmente registradas, y muchas veces no hay separación entre empresa y hogar. Se dedican principalmente al comercio al detalle, producción de bienes de consumo, servicios y construcción.⁷

En mi punto de vista una forma de lograr este crecimiento es gestionando a través de los niveles de producción artesanal para que se logre dar los pasos a través de la economía de escala.

⁷ Financiamiento para las micro y pequeñas empresas: Algunas líneas de acción, León de Cermeño Janina y Schreiner Mark, Junio 14, 1998

Formas de producción artesanal



Elaboración propia con referencia en el artículo "PROCESOS DE TRABAJO ARTESANAL": ANT. HISTORICOS DEL ARTESANADO, Victoria Novelo

FORMA FAMILIAR DE PRODUCCION: Nacida de su relación indisoluble con la sociedad agrícola, en la cual la unidad doméstica produce sus enseres y cuando mucho llega a darse una especialización para surtir una región, la forma familiar de producción es la que aún identifica a la mayor parte de productores, particularmente a los del campo (aunque también se da en los pueblos y ciudades); sin embargo, cada día surgen más diferencias internas en la organización para el trabajo.

Al establecer un largo y casi imperceptible proceso de enseñanza-aprendizaje que se inicia a una edad temprana, entre el juego y la cooperación se van conociendo y dominando en procesos simples los materiales, la consistencia, las texturas, las formas, las

combinaciones de colores, los diseños, etc. Esta educación llamada “no formal” por nuestra sociedad, se extiende a las tareas domésticas para las niñas, y las agrícolas para los niños. El ingreso derivado de la producción artesanal es superior al ingreso agrícola, sobre todo en los lugares donde las parcelas son pequeñas o de mala calidad.

- a. El oficio es transmitido dentro de la familia, el producto es elaborado en su totalidad por la unidad familiar, las herramientas usadas son sencillas y también elaboradas por la familia.
- b. El trabajo se divide por sexo y por edad, de manera que hay tareas a cargo de los hombres, otras a cargo de mujeres y otras a cargo de los niños y los ancianos.
- c. El trabajo se hace en la casa de la familia, sin horarios rígidos, al ritmo personal, sólo con la urgencia o prisa que provocan las lluvias o las deudas.
- d. Para juntar mercancía, reparten la materia prima en miles de unidades domésticas que elaboran prendas de vestir, hamacas, sombreros, bordados, etcétera.

EL TALLER INDIVIDUAL: Lo encontramos tanto en los pueblos como en las ciudades y es el que más se parece al que existió en la época medieval.

- El productor es un artesano, maestro del oficio, que conoce todo el proceso de trabajo aunque a veces lo ayude un aprendiz o un peón.

- La cantidad de productos que pueden hacer depende de la habilidad del artesano y de su ritmo de trabajo.
- Los talleres de los maestros artesanos pueden ser de joyería, de platería, ebanistería, talabartería, herrería, fundición de campanas, tallado en madera, etc.
- Producen generalmente por encargo del consumidor final, aunque no está ausente la figura del intermediario quien manda a hacer productos para revenderlos.
- La producción de los talleres es por lo general, una producción pequeña para un consumo también limitado.

TALLER CON OBREROS: Esta forma de producción, organiza el trabajo añadiendo más brazos a la producción del taller, en forma estable o temporal, también modernizando el equipo y la herramienta. El proceso de trabajo lo dirige el dueño del taller quien es, a la vez, el maestro de oficio, ya que además de su trabajo propio, reparte a sus ayudantes que ganan por jornal o a destajo.

- Esta organización del trabajo necesita de una inversión mayor en dinero, tanto para comprar más instrumentos de trabajo como para pagar los salarios.
- Aunque en estos talleres trabajan varios artesanos a la vez, el trabajo no está dividido, lo que quiere decir que cada artesano puede y sabe hacer el trabajo en su totalidad.

- Los talleres de carpintería, de cobre martillado, de latonería, de huarachería, de rebozos y de bordados, son ejemplos de este tipo de organización del trabajo.

MANUFACTURA: Esta forma de producción presenta una organización del trabajo que reúne, en un mismo taller, a obreros especialistas en operaciones parciales del proceso de trabajo. Aunque conserva su carácter manual, se usan más herramientas de trabajo y los trabajadores van haciendo una parte del trabajo total. Es como una fábrica pequeña en la que se hacen productos por partes; por tanto, los obreros tienen que seguir un ritmo de trabajo que no sólo depende de ellos, sino de toda una cadena de operaciones.

- Este tipo de unidades de producción, como las manufacturas de vidrio, de tejido, de cerámica, de confección de ropa o de calzado, se organiza con el trabajo de los obreros que ganan un salario y que están a las órdenes de un patrón quien ya no es artesano que trabaje con ellos.
- La anterior descripción establece un antecedente de un enfoque bajo un análisis económico y social que tanta falta hacía para el estudio de las artesanías.
- Establece una clasificación en la organización para la producción artesanal que establece un hilo conductor en la relación entre las formas de producción artesanal, los aspectos

productivos comunitarios generales y la economía nacional. Así, ha sido posible comprender con cifras y análisis las razones.

- Por las que algunos artesanos sí logran capitalizarse, mientras que otros parecen estancarse o sumirse en un acto milagroso de sobrevivencia cotidiana.

MARCO TEORICO

“La producción artesanal se caracteriza por realizarse en forma manual y por el uso de instrumentos de trabajo sirven para auxiliar al productor; ninguna herramienta sustituye a la mano del hombre. La técnica artesanal significa que para producir, existe un conjunto inseparable formado por la materia prima y las herramientas”⁸.

Es inevitable que en la actualidad cambien nuestra percepción del trabajo artesanal, es inconcebible por nosotros y los propios artesanos que se pueda desarrollar su labor de una forma diferente, no solo ellos sino nosotros mismos demeritamos un producto artesanal cuando tenemos el conocimiento de que su producción tiene mínima o escasa labor manual, creemos que pierde valor y calidad por no ofrecer una riqueza en la labor productiva.

“Hoy en día la Artesanía suele ser considerada como un producto *folclórico, elaborado a mano, artístico o con alta connotación cultural*, y realizado con *materias primas locales* sobre la base de *habilidades tradicionales*. A la artesanía se le relaciona generalmente con la producción de series pequeñas, sin estándares, para mercados locales; con

manufacturas desiguales y una producción irregular. Aunque no se debe olvidar que lo que la caracteriza puede ser también el que su finalidad sea ser manufacturada para su oferta en el mercado”. (Martín Juez Fernando)

La apreciación de la producción artesanal por la mayoría de la población y las empresas no supera la conceptualización de una baja producción para mercado local y sin estándares, y es que la desorganización y la baja capacidad de financiamiento así como la poca participación de mano de obra calificada “maestros artesanos” no permiten el crecimiento de la labor artesanal.

“Sin embargo, la producción artesanal ha subsistido por varias razones: porque la fábrica no puede producir objetos que desempeñan un papel simbólico en las costumbres y rituales del pueblo; porque los artesanos producen más barato algunos artículos; porque hay artesanías que no pueden ser hechas en fábrica y también porque para un sector de la población, las artesanías son preferidas por el trabajo manual que llevan incorporado”. (Victoria Novelo)

“La artesanía mexicana ha evolucionado para dejar paso a la pequeña, mediana y gran industria, pero en forma indudable, sin embargo a baja escala se puede consignar como una fuente de trabajo temporal o permanente de la cual

⁸ Novelo Victoria. ARTESANÍAS Y CAPITALISMO EN MÉXICO.

derivan sus ingresos las personas dedicadas a las diferentes formas de creación artística”. (Velásquez Mastretta Gustavo)

Es muy reconocido el papel que hoy en día representan las PYMES en el sector empresarial, y es indudable el origen artesanal de muchas empresas de subsistencia, micro, pequeñas, medianas y grandes empresas; el crecimiento se ha desarrollado a través de el apoyo de dependencias de gobierno quienes apoyan no solo financieramente sino de forma organizacional, por lo que dichas empresas fueron escalando poco a poco hasta llegar al tamaño empresarial que son hoy en día.

“La creación e intervención de estas Instituciones y organismos mencionados, forman un sistema que busca el mejor logro de la actividad artesanal, dependiendo en gran parte de los recursos económicos y técnicos de que disponen para extender y fortificar los beneficios a toda esta gran fuerza de trabajo, para que sus productos sean de mejor calidad y puedan competir sin desventajas en el mercado exterior, tomando como base un mayor desarrollo en la productividad, acceso de financiamiento oficial y privado, empleo de mejores técnicas de producción y el establecimiento de un sistema tributario y de seguridad social, que permitan proteger en

mejor forma a este sector que por mucho tiempo ha permanecido olvidado”. (Velásquez Mastretta Gustavo)

“Aun existiendo el apoyo de dependencias gubernamentales “este sector presenta las características más acentuadas de nuestro sub-desarrollo económico: falta de control y cuantificación de los recursos humanos y materiales, baja productividad, ausencia de organización productiva, crónico analfabetismo, carencia de protección legal, pobreza y raquitismo de las operaciones comerciales, incipiente auxilio financiero enmarcado exclusivamente a la banca oficial, tratamiento injusto de tasas impositivas, aunado todo esto a la falta de un régimen de seguridad social”. (Velásquez Mastretta Gustavo)

¿Pero entonces cual ha sido el error de los proyectos desarrollados por distintas dependencias a lo largo del tiempo, desde que se inicio con proyectos similares en el año de 1961 con la creación del Fideicomiso para el Fomento a las Artesanías?

“Es un error el querer convertir de la noche a la mañana a uno de estos campesinos o amas de casa en empresario(a). El aislamiento en que viven, su falta de habilidades de comunicación, el desconocimiento del diseño, formas de financiamiento, técnicas de producción, más la

carencia de una sólida actitud emprendedora, etc., son obstáculos que no fácilmente se vencen. Estas y muchas otras razones, hacen que en un inicio sea más factible concentrarse en enseñarlos a producir". (*Gemayel Elías Jorge*).

Otra estrategia fallida es el utilizar...

"Las tácticas basadas en apostar todo al comercio fallan a mediano y largo plazo porque no se considera el asunto de forma integral. Ni se cuidan las materias primas, ni se conocen los procesos de trabajo y la organización de la producción. No hay estudios, ni métodos de mercadotecnia, ni campañas educativas, ni nada que permita diagnosticar seriamente la dinámica entre las necesidades de productos, con la oferta de mano de obra diestra y calificada y el acceso a consumidores que puedan garantizar ventas crecientes y, sobre todo estables".(Victoria Novelo)

El enfocar todo al comercio puede lograr una labor motivacional tomando en cuenta la posibilidad de recursos económicos sustentables, sin embargo, esa no es la estrategia en forma total, como ya se ha observado es una forma de pensar errónea, el punto es intervenir en la problemática en forma integral.

Otro punto importante a hacer notar es...

"Los productos están pensados para el gusto del comprador turístico usando el trabajo manual sólo como adorno, (trasladando habilidades como el bordado a ciertas prendas) o incorporándolo en productos modernos (fundas para anteojos en telas o pieles bordadas, pintadas o pirograbadas o portafolios de madera laqueada, produciendo a veces objetos que parecen pertenecer a la familia de Pedro Picapiedra) pero sin innovar realmente los productos en cuanto a la coherencia de forma y función, es decir, sin proponer la producción de objetos artesanales concebidos como respuestas integrales a ciertas necesidades de objetos".(Victoria Novelo)

Lo importante como se puede reflexionar no es tan solo pensar en el consumidor extranjero de tipo turístico, pues por ello se ha demeritado el producto artesanal, se produce producto artesanal denominado "souvenir" con poca calidad y demeritando la connotación cultural, es una simple copia, rubrica de productos artesanales, no es tan solo modificar por modificar un producto para que entre en el mercado de la oferta y la demanda, el punto es lograr un producto de calidad que revalorice el trabajo artesanal.

Entonces que puede ser factible por realizar...

"Estimular los cambios para que se orienten a garantizar una mejor calidad de vida colaborando en la tarea

de dignificación de la artesanía y sus productores con una puesta al día de sus técnicas. El conservadurismo a ultranza, así como la defensa acrítica de la tradición ha resultado perjudicial para muchos artesanos. No es raro en México encontrar a defensores del arte y las artesanías populares que basan sus criterios de calidad en el uso de métodos arcaicos de trabajo que producen desgaste innecesario en los productores. El trabajo artesanal no demerita si en su elaboración intervienen métodos y materiales que faciliten la producción y eviten la esclavitud. Los valores, la estética y la mano creativa tampoco dejan de existir si la organización del trabajo cambia para poder enfrentar con más eficiencia los problemas de la producción". (Victoria Novelo)

¿Cuál puede ser una solución comprensible y aplicable a la problemática?

"Combinar tanto la "mezcla" de la artesanía tradicional en uso, como nuevos productos que estén diseñados con materiales cuya transformación pueda utilizar adelantos técnicos con habilidades artesanales".(Victoria Novelo)

Es decir lo importante es crear un valor agregado al producto para que no sea tan solo un adorno o recuerdo que al pasar de moda sea fácilmente desechable, la calidad y el uso de el objeto o producto permitirán dignificar el valor del trabajo artesanal. Por ello es importante el conocer las

categorías del producto artesanal para entender dentro de cual se plantea desarrollar el producto, dichas categorías son:

- 1er. Nivel: Productos exclusivos, piezas únicas y de producción limitada. En este primer nivel estarían los trabajos de los artistas populares, los maestros artesanos, cuya principal motivación es la búsqueda de la satisfacción personal. arquetipos, que serán tomados como modelos para los futuros artesanos.
- 2do. Nivel: Productos tradicionales, indígenas, de fuerte contenido étnico, también llamada "artesanía de referencia cultural". Son piezas que exigen gran destreza y habilidad y por general producidas en pequeña escala. Enseñan parte de la historia y de la trayectoria del grupo social que la produce.
- En el tercer nivel está la artesanía contemporánea, urbana, producida por individuos con una base cultural y tecnológica más amplia, también conocida como, "artesanía de Creación". Su valor comercial está en gran medida, determinado por el equilibrio entre el valor expresivo (referentes estéticos y culturales) y el valor de uso.
- En el cuarto nivel están los productos típicos de una determinada región, tales como: dulces, compotas,

jaleas, vinos, licores, aguardiente, frutas secas o procesadas, flores deshidratadas, esencias, etc.

- En el ultimo nivel esta la artesanía de producción a gran escala, la industria del “souvenir” y recuerdos, también denominada “artesanía estereotipada”. En general son productos banales, de bajo costo y grandes volúmenes, que vulgarizan elementos típicos de la cultura local. En virtud de sus características, estos productos pueden producirse independientes de su lugar de origen, pues en este caso no traen ningún beneficio a la región.⁹

⁹ Fuente de Referencia: Categorías de la Artesanía, Barroso Neto Eduardo, Brasil/1998.

METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN

El proceso metodológico de investigación se realizó a través de la división de lo que considero los 4 cimientos básicos para lograr un proceso de gestión artesanal en una cooperativa de tipo integrador con carácter de empresarial.

No. 1: El Contexto: dividido en 2 áreas La Lechuguilla y La Comunidad, con el objetivo de conocer la base principal del proyecto, es decir, el recurso que nos interesaba desarrollar, siendo la fibra de lechuguilla el principal punto de enfoque, por lo que se determinó investigar las principales características referentes a la fibra de lechuguilla, desde sus cualidades botánicas, proceso de extracción, uso de nuevas tecnologías, etc.

En la segunda fase de la investigación se consideró el estudio de Caso de una Comunidad Representativa, seleccionándose Intencionalmente debido a que la Comunidad en cuestión es miembro de una comunidad Modelo productora de artesanía en fibra de ixtle denominada "Arte en Ixtle" El interés sobre dicha agrupación es enfocado sobre su situación en infraestructura y capacidades productivas lo cual ofrece aspectos relevantes para comprender el panorama en el que se encuentran y de que manera se puede integrar un proceso de gestión productivo a su organización.

No.2: El Mercado, realizando un estudio dirigido a conocer y plasmar procesos de distribución y comercialización de la fibra, los principales productos artesanales de fibra de lechuguilla

comercializados y sus comercializadores, proyectos de nuevos productos a incursionar en el mercado, con el fin de comparar la demanda del mercado en relación a la remuneración al productor.

3er: Conocimiento de Agrupaciones de producción artesanal en área rural, con el objetivo de poder referenciar y analizar modelos organizativos para creación de cooperativas en relación a aspectos artesanales, además de mostrar modelos de gestión en la producción, promoción y distribución de productos artesanales, esquemas de gestión de nuevos productos al interior de las cooperativas, propuestas de gestión empresarial, comercialización y diseño para la pequeña industria artesanal llevada hasta su internacionalización, normatividad, así como programas de apoyo financiero.

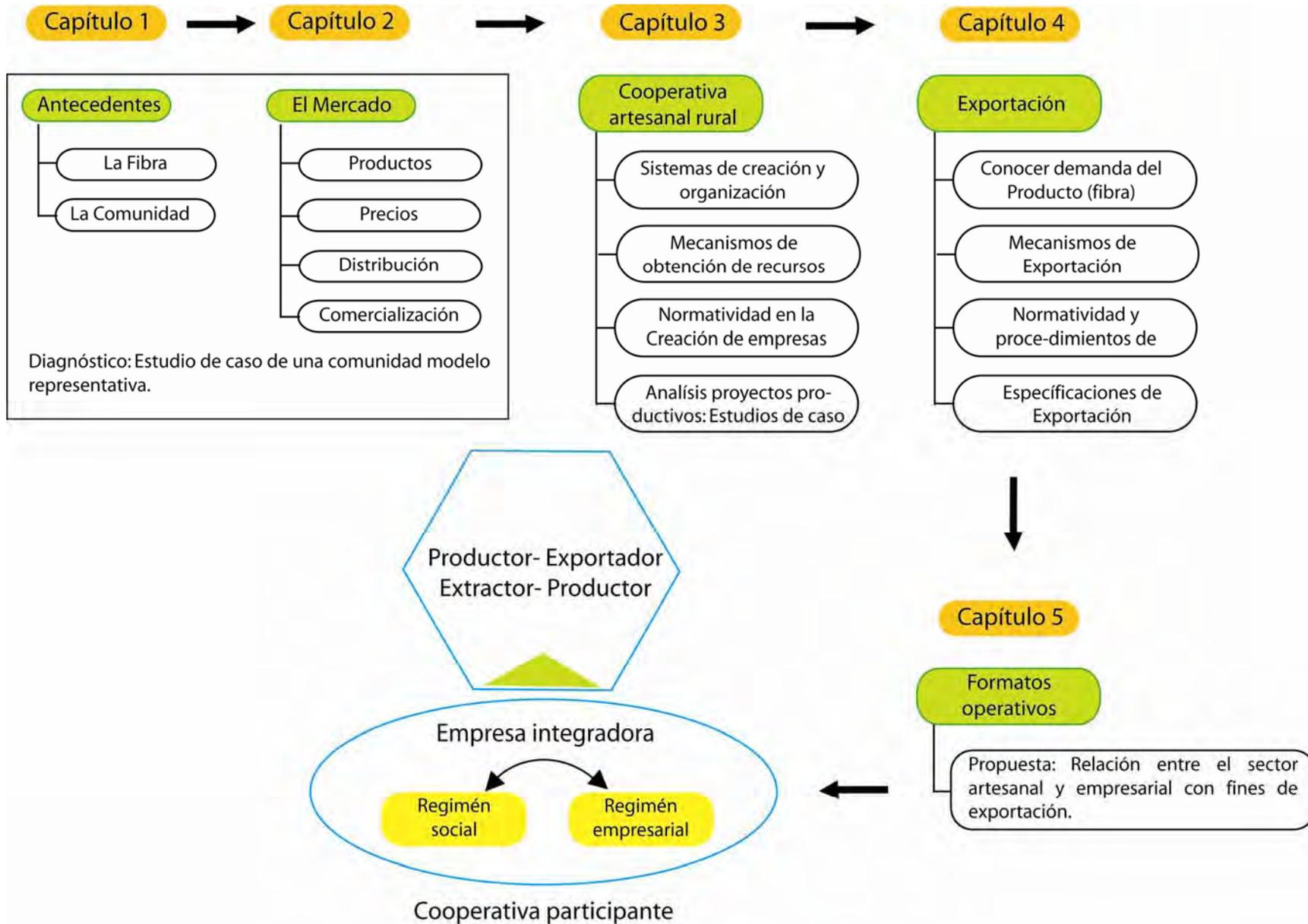
Como parte del estudio se realizó además un análisis importante sobre un comparativo entre dos propuestas de cooperativas de producción artesanal en la Mixteca oaxaqueña el cual sirvió como medio para discernir los distintos factores que influyen para definir del éxito o fracaso de las cooperativas productoras de artesanía en el área rural. El caso de estudio refiere a una cooperativa denominada "QUALI" (caso de éxito) y la unión de cooperativas en la Mixteca (caso fallido), bajo un proceso de investigación de campo y de tipo bibliográfico, lo cual nutrió de un nuevo enfoque al proyecto.

El principal interés con dicho análisis se enfoca a determinar cuales podrían ser las principales acciones a retomar para lograr la obtención de un subsidio institucional o social, puesto que en base a sus recomendaciones se retoman aspectos de gestión integral durante el proceso organizativo y productivo lo cual ofrece un proyecto factible de realizarse.

4to. Estructura de las Exportaciones Mexicanas: exhibe los principales procedimientos de exportación, y el mínimo a conocer con respecto al arduo panorama que un productor tiene que recorrer con el fin de llevar su producto a la exportación.

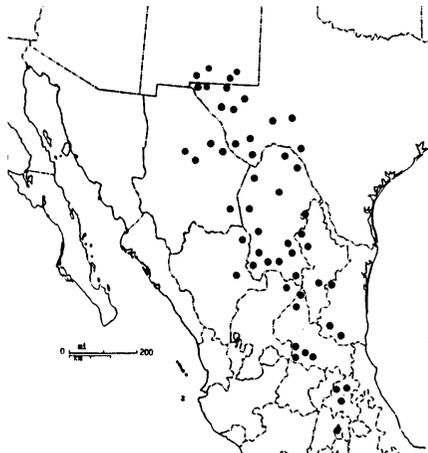
El desarrollo metodológico permitió desarrollar una **Propuesta de Gestión, es decir, se** propone una estrategia para fomentar el proceso de gestión, consta de formatos guía tipo matrices dirigido a la organización, producción, distribución, venta, etc. El modelo de gestión se presenta en base a una artesanía elaborada por una agrupación artesanal “arte en ixtle”, en comparativo con un diseño propio de un nuevo producto que integra nuevos procedimientos en el desarrollo del producto.

Esquema metodológico de investigación



Capítulo 1: Contexto

Imagen.1 Ubicación geográfica de principales territorios con extracción de fibra de lechuguilla, IPICYT.



En el territorio mexicano se extraen fibras naturales de plantas como el sisal, palma samandoca, agave, entre otras, comunes de el área desértica o semidesértica. Al respecto es importante mencionar que México es un país que posee abundante producción de fibras naturales, sobre todo

las de la familia del agave: Sisal, maguey, lechuguilla.

Siendo aproximadamente 13 millones de hect. el territorio que actualmente ocupa la población de lechuguilla en México comprendida por estados como:

- Nuevo León, Tamaulipas, Zacatecas, Durango, Chihuahua, San Luis Potosí¹⁰

Son en mayoría comunidades las residentes en estos estados las que realizan la extracción de estas fibras como es el

¹⁰ Instituto de Investigación IPICYT

caso de las comunidades marginadas ubicadas en zonas desérticas en el Altiplano del Estado de San Luis Potosí.

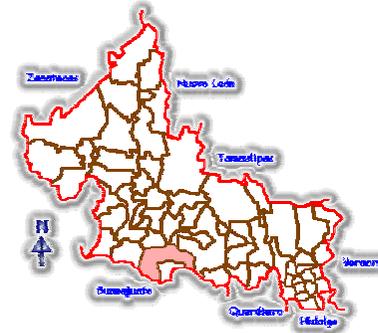


Imagen. 2 División territorial estado de San Luis Potosí.

La región se denomina zona ixtlera por la extracción del agave “lechuguilla”, dentro de la cual se considera como sede el Municipio de Matehuala. (establecido desde periodo de Lázaro Cárdenas).

De acuerdo al padrón de Ixtleros elaborado en el año de 2002, San Luis Potosí cuenta con 15 municipios Ixtleros que son:

Real de Catorce (271)	Vanegas (196)
Ciudad del Maíz (102)	Venado (215)
Cedral (105)	Villa de Arista (85)
Cerritos (26)	Villa de Guadalupe (354)
Charcas (251)	Villa de la Paz (23)
Guadalcázar (486)	Villa Hidalgo (97)
Matehuala (187)	Santo Domingo (1)
Moctezuma (6)	

Nota: El número entre paréntesis indica el número de productores por municipio, total de productores según el padrón de ixtleros 2002: 2,405 productores, censo levantado por SEDESORE para la operación del

programa de Empleo Temporal 2002 y que puede no corresponder con la situación actual¹¹.



a. La lechuguilla

Nombre científico actualmente aceptado: *Agave lechuguilla* Torr.

Nombre común: Lechuguilla

Imagen 3: Fibra de Lechuguilla de la Familia: Agavaceae

(Amarylidaceae).

“Es una planta común en ecosistema de Matorral Xerófilo (con característica de ubicarse en zonas frías de alta montaña, ricos en gramíneas y pequeños arbustos) y en Pastizal semidesértico (se desarrollan en suelos muy pedregosos y secos).”¹²

Este espécimen tiene de 15 a 20 años de vida, alta resistencia al ataque de plagas, a la herbivoría y a condiciones ambientales extremas.

Características de la Lechuguilla.

- Crece 60-70 cm, lo común son 50 cm

¹¹ “Proyecto para la elaboración y comercialización de productos de ixtle”, SAGARPA

¹² Investigación de la Universidad de Nuevo León :La talla del *Agave Lechuguilla* en el sur de Nuevo León (México)

- Crece en forma de roseta
- Es perenne con ciclo de vida de 6 a 8 años hasta el periodo de floración (después muere).
- Tóxica para el ganado, debido a la saponina.
- Tolerante al calor y a la sequía.
- Vulnerable a los incendios.
- Las hojas son rígidas y agudas, pueden lastimar seriamente a un humano.
- Tiene alta resistencia a la tensión.
- Alta absorción (capilaridad).
- Productividad alta
- Distribución geográfica alta.
- Capacidad reproductiva vegetativa y sexual elevada.
- Metabolismo fotosintético.
- Adaptable a diferentes climas: secos, semi-secos, templados y sub-húmedos. Sus hojas espinosas, gruesas y suculentas almacenan el agua

Descripción botánica (Características taxonómicas):

Tiene el aspecto de un pequeño maguey, cuyas hojas alcanzan una longitud que varía de 0.20 a 0.50 metros de acuerdo a la región.

Raíces: son largas, fibrosas y delgadas.

Hojas: nacen del centro del tronco (caudex), dan el aspecto de una roseta, son lanceoladas, encorvadas desde el centro de la planta; estas terminan en un mucrón bastante duro y agudo, de color moreno, de 30 a 40 mm, sus bordes están protegidos por una serie de espinas ganchudas de color gris o café vueltas hacia la base de la hoja; la longitud de las hojas separadas de la planta, es de 20 a 50 cm y de 4 a 6 cm de ancho.

Cogollo: Conjunto de hojas de la cual se obtiene la fibra de mejor calidad.

Flores: florece solo una vez, a partir de un escapo floral al que denominan qurote o garrocha el cual llega a alcanzar alturas de 3 metros, las flores son producidas de dos en dos y son protegidas por vigorosas bracteas, son de color verde amarillo con matiz rojizo.

Fruto: es una cápsula café o negra que crece de 1.5 a 2.5 de longitud por 1.2 a 1.5 cm de diámetro; oblonga a menudo cilíndrica a obtuso triangular, con tres cámaras.

Semillas: son numerosas, planas y brillantes y aunque son viables la planta se reproduce de manera asexual. La propagación de semilla solo se logra de manera artificial, fuera de campo y bajo cuidado de vivero”.¹³

¹³<http://www.semarnat.gob.mx/slp/forestal/fichas/lechuguilla.shtml>

Su proceso reproductivo se puede esquematizar de dos formas:

- Por semillas
- Por hijuelos

Características por el tipo de reproducción



Imagen 4. Reproducción por hijuelos

Hijuelos

- Baja variabilidad
- Alta susceptibilidad a:
 - plagas
 - sequía
- Baja productividad
- Agotamiento de la lechuguilla



Semillas

Imagen 5. Reproducción por semillas.

- Alta variabilidad
- Seleccionar y propagar plantas:

- alta cant. de ixtle
- alta resistencia a plagas
- alta tolerancia a sequía persistencia de la lechuguilla¹⁴

“En un año se pueden dar 2 a 4 cosechas por cohollo (es favorable la extracción de la fibra del cohollo debido a que su fibra es mas suave, jugosa y limpia a comparación de las pencas exteriores).

Sus periodos de extracción se realizan 2 veces por año, en periodos posteriores a sus ciclos de siembra y cosecha, por lo que es común que se reduzca su extracción en los periodos de lluvia”.¹⁵

Proceso de extracción

“De lechuguilla a ixtle”: etnografía de una labor productiva. “La labor productiva que se realiza con la lechuguilla se desarrolla en dos sitios: en el monte o sierra, donde se recolecta la planta y/o en el domicilio a donde se le transporta con el uso de la fuerza animal (p.ej. burros) o humana después de la colecta.

El individuo selecciona la planta según su necesidad (planta madura), acto seguido retira el cohollo de la planta.”¹⁶

¹⁴ Investigación realizada por el IPICYT

¹⁵ Entrevista a funcionarios SAGARPA

La talla de Agave Lechuguilla

Popularmente se le denomina “paleteo” a la talla de la lechuguilla, sin embargo, el término apropiado es: “Desfibrar”. La cual define la

separación física de su material envolvente para obtener la fibra al desbastar la capa superior y retirar el “guiche”.



Imagen 6. Colecta de Agave Lechuguilla.

Imagen 7 Proceso de desfibrado.



Imagen 8. Extracción de la fibra de Agave Lechuguilla por técnica de paleteo.

El común de la forma de desarrollar “el paleteo” se realiza de la siguiente manera: el tallador se traslada a un área donde en posición sentada con los pies extendidos incrusta una cuchilla o machete sin filo en la base de un tronco de mezquite podado denominado banco (aprox. 5*10*15



¹⁶ Investigación de la Universidad de Nuevo León :La talla del *Agave Lechuguilla* en el sur de Nuevo León (México)

en vertical) para que de esta manera la cuchilla quede en forma perpendicular a el tronco, esto permitirá posicionarla en forma horizontal para brindar un punto de apoyo para realizar el tallado, para incidir repetidamente sobre la hoja, empujando la pulpa con movimientos cíclicos, teniendo que voltear, sacudir y traccionar la hoja, mientras el tallador se abate con la otra mano.



Imagen 9. Fibra de lechuguilla tallada

Imagen 10. Herramientas útiles para la extracción del cogollo

En ocasiones, para sujetar las fibras limpias, el tallador se auxilia de un pequeño cilindro de madera, conocido como bolillo, donde se enrollan las fibras, con el fin de facilitar la tracción y manipulación vigorosa del material fibroso sin dañar la mano, así como para retener las fibras más cortas¹⁷. (Mesa 1948:179-181)¹⁷.

La deshidratación de la fibra

Después de extraer la fibra, se procede a deshidratarla, el proceso se realiza en forma natural (bajo los rayos del sol). Al poner a secar los manojos de fibra encima de arbustos o nopales.

Imagen 11. Exposición del ixtle al sol



Para cumplir con los criterios de compra, la lechuguilla debe de estar bien seca; una vez deshidratada su peso y volumen disminuyen.

¹⁷ Zamora Pérez Alfonso, 1999, Inventario critico de las maquinas desfibradoras en México (1830-1890), Edit. UAM-Azcapotzalco. Pag:41-42.

Desarrollo de Tecnología para la talla de fibra de lechuguilla



“Los productores, realizando talla manualmente, llegan a obtener 1.87 kg de fibra seca por hora, la cual se cotiza en el mercado a un precio que oscila entre \$8.00 y \$11.00 pesos. En comparativo bajo el proceso del tallado mecánico puede obtener de 15 a 18 kg de fibra seca por hora. (Año 2005)

Imagen 12 y 13. Máquinas desfibradoras



El principal inconveniente de las máquinas para procesar lechuguilla es una deficiente limpieza, por lo cual la fibra queda manchada y con alto contenido de bagazo, lo que afecta negativamente su precio en el mercado. Foto. Maquina desfibrador de ixtle, propiedad de la Forestal.

La fibra de lechuguilla es clasificada durante el proceso de compra-venta, de tal manera que la calidad depende principalmente de la limpieza, coloración y longitud.

En algunos casos hay merma de producto debido a que el tambor tira de la fibra limpia enredándola en él o bien expulsándola por la tolva de descarga junto con el bagazo.”¹⁸

Antecedentes de su explotación industrializada en la zona del altiplano potosino

“En 1940 una organización de campesinos llamada “La Forestal” tomó vida bajo la mano del entonces presidente Lázaro Foto. Maquina desfibrador de ixtle, propiedad de la Forestal.

Cárdenas. Representó a los ixtleros, término con el que llamaban a los cultivadores de fibra de Lechuguilla, también conocida como fibra de ixtle.

El gremio incluía a campesinos de cinco estados: Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Zacatecas y San Luis Potosí. A ellos se les otorgó el monopolio de la industrialización y comercialización de este producto. “La Forestal” era entonces una organización sin fines de lucro, algo difícil cuando se sabe que se tiene poder. En 1975, “La Forestal” representaba a un millón de

¹⁸ Análisis comparativo en la calidad de la fibra de *Agave lechuguilla* Torr., Procesada manual y mecánicamente

campesinos y sostenía un peso político importante en el norte del país.

Como se mencionó anteriormente, los malos manejos ocasionaron que la planta cerrara sus operaciones hace cuatro años, de tal manera que se han visto obligados a vender su producción sólo para conseguir los alimentos básicos. Por esta razón, las comunidades que dependían de la producción y venta de la fibra enfrentan una situación bastante seria, la mayoría de ellos aún dependen de este producto para su subsistencia sin ninguna otra opción de desarrollo”.¹⁹

“En Matehuala existe aún la sección Matehuala de la antigua Federación de Cooperativas La Forestal, constituida por 32 Cooperativas de la región Centro del Altiplano Potosino con aproximadamente 1,000 socios, la unidad fabril de la ciudad de Matehuala es el único patrimonio con el que cuentan, después de la separación de la unidad Matriz localizada en Saltillo, Coahuila. Actualmente la Cooperativa se encuentra en condiciones muy difíciles de operación.

Otro aspecto de importancia es el movimiento que ha desencadenado el interés por mejorar la calidad de vida de las comunidades ixtleras, el cual ha incluido reuniones a nivel Nacional

¹⁹Reportaje de la revista EXPANSION, A ponerle fibra, por Feike de Jong, S.L.P.

“**Foro Nacional para el Fomento Ixtlero 2004**” con el objetivo de plantear nuevos proyectos de desarrollo para estas comunidades, así como la nueva propuesta de ley presentada a continuación.

Normatividad: Proyecto de Ley Federal para el Desarrollo Ixtlero.²⁰

Dip. Fernando Ulises Adame de León (PRI), a nombre propio y del Dip. Alfonso Juventino Nava Díaz (PRI)

Se turnó a la Comisión de Agricultura y Ganadería de la Cámara de Diputados.(Año 2005).

Coadyuvar en el combate de la pobreza extrema de desfibradores o talladores de la fibra de lechuguilla a partir del fomento y el desarrollo de la cadena productiva y la ampliación de los programas sociales que atiendan las necesidades de los ixtleros.

1. Fomentar y desarrollar el tallado y la producción, la explotación sustentable, la industrialización y la comercialización de la fibra de ixtle de lechuguilla y sus derivados.
2. Facultar a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación formular la política y programas en materia de Ixtle.

²⁰http://www.diputados.gob.mx/servicios/datorele/LIX_LEG/2R2A/jun_22_05/3.htm

3. Desarrollar el Programa Integral para el Desarrollo Ixtlero.
4. Desarrollar programas educativos, sociales y de infraestructura básica en apoyo a las zonas ixtleras.

5. Responsabilizar al Ejecutivo Federal, para prever en la Iniciativa de Presupuesto de Egresos de la Federación para el año fiscal correspondiente, e incluir en el Decreto respectivo, la previsión económica que tendrá como objeto coadyuvar en la estabilización y fortalecimiento del sector productivo del Ixtle, mediante la entrega de recursos que permitan de manera permanente, responder a las demandas de apoyo de los productores compensando sus ingresos.

6. Crear la Comisión Mexicana de Fomento y Desarrollo del Ixtle con patrimonio propio y provista de facultades legales para actuar en nombre del Gobierno Federal, en las tareas que la Ley le asigne, así también será la encargada de operar el Registro Nal. de productores, industrializadores, comercializadores y exportadores de ixtle.

7. Establecer una Junta de Gobierno como órgano de dirección de la Comisión, integrado por los representantes que al efecto designen

Predios que poseen hectáreas con aprovechamientos vigentes, pública.
Depto Forestal.

Ver anexo: Norma Oficial Mexicana NOM-008-RECNAT-1996 que establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de los cogollos.

Municipio	LOCALIDAD	Ha. Manejo	Fecha exp.- venc.	Cantidad TM
Catorce	Ejido de San Juan de Matanzas	200	4/04/01 4/04/06	130
Catorce	Comunidad de San Antonio de Coronados	200	4/04/01 4/04/06	130
Catorce	Ejido de San Antonio de Coronados	200	4/04/01 4/04/06	130
Guadalcazar	Ejido Pozas de Santa Ana	300	26/09/03 26/09/08	126
Villa de Gpe.	Comunidad la Presa	1,500	12/02/04 12/02/09	240
Villa de Gpe.	Ejido Bustamante	2,879	26/06/02 26/06/07	1,200
Villa de Gpe	San Antonio de laOrdeña	5,000	24/06/02 24/06/07	217
Villa Hidalgo	Ejido Chancanquero	3,750	27/06/02 27/06/07	1,470

Reforestación y revegetación con Agave lechuguilla

“El *Agave lechuguilla Torr.* Es utilizado para reforestar áreas dañadas o desmontadas, ya que además de conservar el recurso no interfiere con el establecimiento de otro tipo de cultivo. A

mediano plazo, sitios deteriorados pueden recuperarse y posteriormente, ser utilizados con otros fines.²¹

¿Qué podemos reflexionar acerca del proceso de extracción de la lechuguilla?

La extrema dificultad de la labor y su baja retribución son problemas vinculados los cuales forman parte de las difíciles condiciones que se viven en el campo, bajo estas condiciones es difícil negar la necesidad de migración de sus habitantes. Bajo tales circunstancias aunque comparativamente la extracción con maquinaria sea mayor en un tiempo menor, en contraparte con los medios de extracción tradicionales en los que se mantienen en uso instrumentos rudimentarios para la talla de la fibra, los cuales son considerados por muchos ya de carácter obsoleto.

Es difícil dejar atrás la necesidad por obtener un mejor ingreso económico lo que lleva a los productores a soportar todo el peso de la labor y aceptar este sufrimiento como inevitable y necesario para ofrecer un producto de calidad, al gusto del comprador.

²¹Programa de manejo integral de recursos, restauración y conservación de suelos en el Dexthi, Alto Mezquital, Hgo.

La integración de nuevos medios de producción, entre otros factores, determina la productividad y la ganancia económica del productor. El rechazo al producto elaborado con apoyo de maquinaria se opone a la lógica del capitalismo dentro de la cual se promueve la maximización de la productividad. El señalamiento de que el uso de maquinaria disminuye la calidad del producto final y motiva el rechazo del comprador deja sugerir fallas de la maquinaria. Por tanto, es fácil pensar que el problema radica en el desarrollo tecnológico. Sin embargo, el cambio no solo reside en reducir el tiempo de producción y el esfuerzo humano, aumentar la productividad y el ingreso de los productores sin alejarse de los estándares de calidad que se requieren. Actualmente, se puede percibir una amenaza a la rutina de producción y de distribución del ixtle apoyado con subsidios.

Hoy en día, se pudiese explicar que la resistencia al cambio en el modo de extracción del ixtle se pudiera explicar como resistencia indirecta al cambio por parte de los productores concientes de la calidad del producto final en la cual el comprador pone el énfasis. Al arcaico proceso de producción del ixtle se asociaría la certeza de vender un producto final de mayor calidad. Parece ser más por necesidad que por gozo del trabajo arduo y altos riesgos de cortes que siguen tallando la lechuguilla en las condiciones actuales sin objetar a que sean mejores.

Los extractores cargan de una connotación negativa a la mecanización de su actividad productiva asociada con un producto final de mala calidad. El deseo de calidad arraiga la percepción de que el incremento de la productividad y la calidad de la producción se excluyen mutuamente, reforzando el aprecio a la técnica tradicional en la evolución de la talla de la lechuguilla con fines lucrativos.

Muestra Representativa Intencional

Estudio de Caso: Comunidad La Barranca

Sin embargo, ante la necesidad de generar un producto para comercializar a un nivel de exportación lo más viable es laborar con una comunidad la cual conozca el proceso de extracción y su transformación a artesanía como es el caso de la comunidad de la Barranca, en el Municipio de Sta. Maria del Río en nuestro Estado.

Dicha comunidad es de especial interés al formar parte de un proyecto de carácter productivo de parte de la SAGARPA en conjunto con el municipio de Santa Maria del Río para conformar una cooperativa de trabajo denominada “Arte en Ixtle” integrada por varias comunidades incluyendo a la comunidad de La Barranca.

“Siendo a mediados del año de 2003, cuando se inicia la tarea de organizar un grupo modelo en la comunidad de La Barranca, Municipio de Santa María del Río, con la finalidad de generar un proyecto replicable para producción de esta línea de productos. Con lo cual nace “Arte en Ixtle”, marca que define el concepto de los artículos ofertados, propiedad del grupo anteriormente mencionado”²².

²² “Proyecto para la elaboración y comercialización de productos de ixtle”, SAGARPA

La comunidad pertenece al municipio de Santa Maria del Río, por lo cual se realizaran algunas referencias al respecto por encontrarse a pocos Km. del lugar.

Ubicación

Santa Maria del Río, se encuentra localizada en la parte sur del estado a unos 48 km. De la capital del estado, a una altura de 1,710 metros sobre el nivel del mar. Sus límites son: al norte, Zaragoza, San Nicolás Tolentino y Ciudad Fernández; al este, Rioverde; al sur, Tierra Nueva y el estado de Guanajuato; al oeste, Villa de Reyes.

Principales recursos hidrológicos:

El arroyo El Fuerte, que proviene de Villa de Reyes y Tierra Nueva, los cuales forman el río Santa María. La existencia de mantos acuíferos es también una solución para incorporar áreas de riego.

Flora

Matorral desértico micrófilo, matorral espinoso, nopalera, el izotal, el cardonal y el pastizal. La vegetación se define en el área del municipio por las siguientes especies: gobernadora, mezquite,

huizache, nopal, palma china, palma loca, cardones, guiotilla y teteches. Al norte del municipio existen bosques de pino y encino”

Fauna

Especies predominantes: conejos, liebre, coyotes, escasamente la zorra y el gato montés. Se cuenta con un área natural protegida “El Potosí” decretada como parque nacional desde 1936.

Tipo de Suelo

La mayor parte de su suelo es de origen aluvial, formado por el acarreo y acumulación de los materiales desintegrados. La explotación de su suelo favorece la actividad agrícola y pecuaria.

Infraestructura y comunicación

No cuentan con infraestructura carretera en buen estado para acceso a la comunidad, el acceso es por un caminos de terracería (grava) que por el uso se encuentran en mal estado, por ello, por lo que dificulta la comunicación a la población de la comunidad ya que no puede salir frecuentemente de ella, estas carencias llegan a hacer mas difícil que ellos posean otros tipos de comunicación como servicios de teléfono o correo.

La mayor problemática al respecto es el impacto en el precio del transporte y por consecuencia de los productos de consumo básico. Sin embargo, cuenta con la ventaja de encontrarse aprox. a unos 30 km cerca de la cabeza municipal de Santa Maria del Río, lo cual facilita la adquisición y transportación de producto básico.

Factores ambientales: Medio sociocultural

Sociedad

El tipo de organización social es fundamentada en una junta ejidal regida por el presidente denominado comisario ejidal (representante de la asamblea ante cualquier autoridad externa), el secretario y el tesorero, quienes son los encargados de programar las labores de cooperación laboral o económica en beneficio de la comunidad.

Sistema de vida (trabajo)

Algo común en estas comunidades es la escasez de oportunidades de empleo remunerado regular. Como apoyo existen programas gubernamentales de ayuda económica a familias elegibles como el PROCAMPO y el PROGRESA (actualmente el programa se llama Oportunidades). En su totalidad las mujeres se dedican a las labores domésticas y el ingreso que obtienen por sus productos lo consideran adicional.

Actividades productivas

La producción agrícola se hace en pequeñas parcelas, que ellos denominan milpas donde se cultiva maíz, frijol y sorgo. Su cosecha se destina al autoconsumo y cuando se tienen excedentes se comercializa a nivel local o hacia la misma región.

La Ganadería bovina es destinada para la producción de leche, carne y para el trabajo, cabezas de ganado porcino, ovino, caprino y aves de corral para carne y huevo; además de la actividad forestal de productos maderables se da con unidades de producción rural. Por su parte la actividad de recolección se realiza con varias unidades de producción rural.

Artesanías: Tejido del rebozo, cajas taraceadas de madera de cedro, canastas de varitas; muebles con asiento tejido y de madera, así como objetos de ixtle (flores, arroceros y otros artículos de lechuguilla).

La Barranca

Población total	División por género
451 habitantes	226 hombres
	225 mujeres

Definición	Población
Población económicamente activa	150 personas
Población económicamente inactiva	133 personas
Población ocupada	147 personas

Total de hogares	División por tipo de jefatura	División de Población en hogares
77 hogares	61 con jefatura masculina	361 hab. en jefatura masculina
	16 con jefatura femenina	86 hab. en jefatura femenina

Realización propia²³

La extracción de la fibra es considerada como una fuente de trabajo temporal, es decir, relegada a actividad secundaria. La experiencia a lo largo del territorio nacional se puede diagnosticar como un drama social, por lo que urge prestar una mayor atención y aplicar una serie de medidas que deben tomarse como resultado de estudios sobre el panorama encontrado.

²³ INEGI.

La Comunidad y su relación con la fibra de Lechuguilla

Proceso de elaboración de artesanía en la comunidad

	<p>1. Separar: Seleccionar y separar un manojo Limpieza: Retirar las fibras maltratas o con guishe</p>	 <p>3. Secado: Dejar secando las fibras a la intemperie bajo la sombra</p>
<p>Peinado: Acomodo de las fibras hasta hacer un manojo, bajo un proceso de separación, con una mano se arma el manojo y con los dedos de la otra mano se peina. Corte: Dar una misma longitud al manojo</p>		 <p>4. Tejido: Realizar el tejido, terminando con una capa de pegamento blanco para asegurar las fibras.</p>
 <p>2. Teñido: Introducir el manojo en agua con anilina.</p>		

A manera de síntesis se podría decir que las Características mas relevantes del contexto son las siguientes:

(Comunidades rurales)

- La extracción de materias primas es una actividad secundaria (la actividad primaria es la ganadería y la agricultura)
- Los recolectores desconocen el aprovechamiento de la materia prima
- No existe capacitación en procesos de transformación
- Dificultades en el transporte
- Rotación de gente (Migración)
- Dificultades en comercialización

En lo que respecta a la Principal problemática dentro de el contexto Se refiere a que en la actualidad quien mejor remuneración económica recibe son los encargados de los procesos de transformación de la fibra.

Capítulo 2: El Mercado

La distribución de la fibra de ixtle

Antecedentes

“Durante el periodo del programa SOLIDARIDAD bajo el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, el principal intermediario entre productores y transformadores del ixtle fue el Gobierno Federal a través de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares conocida como CONASUPO (operada con tiendas campesinas). La paraestatal tenía el monopolio de la comercialización, aplicaba una política de garantía de adquisición y retribución permanente del producto a un precio controlado y estable fijado por el comprador. La retribución se hizo con productos alimenticios básicos (arroz, frijol, maíz, etc.) o a cambio de dinero en efectivo según las preferencias del productor.

Tal política tenía el propósito de asegurar al productor, el acceso a un ingreso que no fuese afectado por el libre mercado. Según algunos participantes en el estudio, la presencia de las tiendas de la CONASUPO ayudó a resolver la urgencia de efectivo”.²⁴

²⁴ Investigación de la Universidad de Nuevo León: La talla del *Agave Lechuguilla* en el sur de Nuevo León ,México

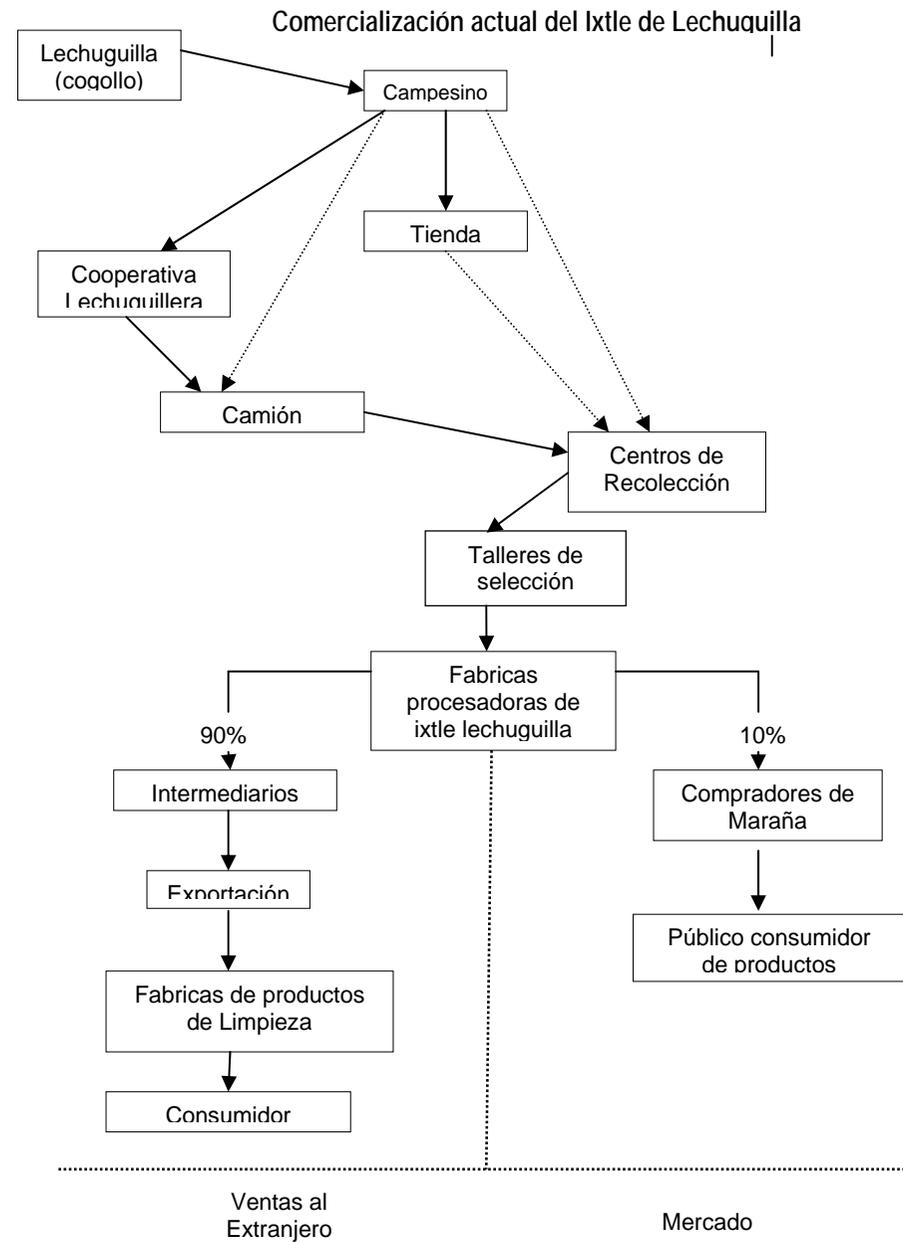
Los productos que elaboran son comercializados mediante acopiadores que acuden a las comunidades, los cuales pagan sus productos a precios muy bajos. Carecen de calidad homogénea y de lugares adecuados para llevar a cabo la actividad. No todos sus productos son demandados de igual manera en el mercado.

Los precios de compra de la fibra de ixtle

En 2001 en la zona del altiplano potosino, fluctuaba entre \$13.00 y \$15.50 el kilo y difería en las comunidades. Los estándares de calidad pudieran explicar dicha diversidad. Se estima que de 32 pencas de lechuguilla se obtiene alrededor de 1.18 kilos de fibra seca, lográndose una cantidad promedio de 63 toneladas por hectárea.²⁵(Año 2006).

“El artesano vive una paradoja, entre más depende de la recolección y transformación de las fibras vegetales, mayor es la miseria que padece, y esto precisamente por el bajo valor mercantil de las mismas, a pesar de lo laboriosos que es su proceso de producción. Las razones, aunque no son claras, pueden estar asociadas a lo efímero y frágil de estos materiales frente a otras ramas artesanales.”

²⁵ Revista electrónica de la Comisión Nacional Forestal, Numero 10, 14 de abril de 2005



Principales comercializadores de la fibra

“Las tres empresas mexicanas que distribuyen la fibra según el reporte potosino son:

1. Fibras de Saltillo, (localizada en Saltillo Coahuila) con 60% del mercado;
2. Ixtlera Santa Catarina o también llamada “Fibras Santa Catarina” (Santa Catarina, Nuevo León), con 20%;
3. Compañía Mexicana del Desierto (localizada en Matehuala), con el restante 20%.”²⁶

“Estas compañías operan dentro del comercio exterior siendo el Ixtle uno de sus principales productos de exportación, aunque sólo lo exportan como materia prima, es importante mencionarlo porque representa una potencial fuente de comercialización y esto da pie a la realización de un estudio de viabilidad comercial como producto de exportación. Ante ello se puede visualizar que es importante también aumentar la inversión en el desarrollo del mercado nacional.”²⁷

²⁶Reportaje de la revista EXPANSION, A ponerle fibra, por Feike de Jong, S.L.P.

²⁷ Propuesta de proyecto ixtlero, “Proyecto para la elaboración y comercialización de productos de ixtle

¿Qué sucede en el mercado con la materia prima?

“En el ámbito estatal, se cuenta con experiencias en la producción de manualidades, artesanías y producción de materia prima para exportación, la problemática radica en que la producción de estos artículos no cuentan con un mercado potencial, pues solo se distribuyen en tiendas de decoración y manualidades, por lo cuál, no pueden acceder a él debido a los volúmenes reducidos de



producción, falta de organización, carencia de controles de calidad en la elaboración de los mismos, falta de infraestructura para la producción, etc”²⁸.

Imagen 14: Artesanías comercializadas de fibra de lechuguilla



²⁸ Propuesta de proyecto ixtlero, “Proyecto para la elaboración y comercialización de productos de ixtle

Es en rubro el Mercado donde conviene identificar claramente el concepto de artesanía con el que trabajaremos a lo extenso de la investigación;

Productos artesanales en fibra de lechuguilla que se Comercializan

ARTESANIA

Definición



La artesanía es la actividad de transformación para la producción de bienes a través de oficios que se lleven a cabo con predominio de la energía humana de trabajo, físico y mental, complementado, generalmente, con herramientas y máquinas simples condicionadas por el medio ambiente físico y por el desarrollo histórico. Con esta actividad se obtiene producto

específico, que cumple una función utilitaria y tiende a adquirir la categoría de obra de arte, puesto que expresa

valores culturales de un contexto social al cual contribuye a caracterizar.²⁹

Imagen 15. Técnica de elaboración Artesanías en ixtle (telar de cintura) elaboradas en el municipio de Villa de Zaragoza, S. L. P.

Imagen 16. Artesanías en ixtle elaboradas en el municipio de Villa de Zaragoza, S.L.P.

“Hoy se dice que las artesanías se “están perdiendo” , pero aunque es innegable que algunas ya se extinguieron o están a punto de perecer, esto no es tan categórico, pues las artesanías desaparecen en la medida en que los artesanos dejan de reproducirlas para convertirse en obreros o jornaleros y emigran de sus lugares de origen. Sin embargo, las artesanías reviven cuando se 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.

Hoy logramos comprender qué son las artesanías a través de sus múltiples condicionantes; las culturales, las históricas, las estrategias de sobrevivencia ante los cambios sociales y económicos, y las políticas gubernamentales de apoyo y fomento.

²⁹ <http://www.artesaniasdecolombia.com>.

En este marco se van esclareciendo cómo las artesanías reflejan en su nivel la riqueza y diversidad, pero así también, surgen las diferencias entre objetos a partir de la función que las ha visto nacer: lo cotidiano, lo ritual, lo ceremonial o lo decorativo.”³⁰

Cada producto, de acuerdo a su origen y naturaleza pertenece a una determinada categoría; ésta definirá el tipo de apoyo que necesita. En mi punto de vista según las características dadas la artesanía en fibra de ixtle entra dentro de la siguiente clasificación:

Artesanía tradicional popular

Producción de objetos útiles y, estéticos, realizada en forma anónima por determinado pueblo que posee dominio de materiales, de origen común del hábitat de cada comunidad. Esta actividad es realizada como un oficio especializado, transmitido de generación en generación, y constituye expresión fundamental de la cultura con la que se identifican.³¹

Un detalle importante es observar la tendencia en la artesanía la cual se inclina al desarrollo de producto en el esquema de la siguiente clasificación:

³⁰ Turok, Marta, Cómo acercarse a la Artesanía, pag.10-11.

³¹ Ibid.

Artesanía contemporánea o neoartesanía

“En los últimos 35 años se ha visto el surgimiento de un fenómeno artesanal eminentemente urbano, de corte academista y autodidacta en algunos casos, que conocemos como **neoartesanía**, producto del aprendizaje en escuelas, talleres y cursos especializados. Aunque llegan a retomar técnicas tradicionales, es más común encontrar la experimentación individual y el sentido de creación que se acerca a la motivación del artista plástico, lo que a permitido su acceso a el mundo del arte y la designación de “artesano-artista”.³²

Así mismo, encontramos al “artesano-diseñador” que proyecta y realiza los prototipos de objetos utilitarios hechos con materiales “tradicionales” pero readecuados a las necesidades y gustos del consumidor cosmopolita, cuya producción podrá darse en cualquiera de las demás formas de producción (producción familiar , taller individual, taller con obreros y manufactura, etc.)”

Producción de objetos útiles y estéticos desde el marco de los oficios y en cuyo proceso se sintetizan elementos técnicos y formales, procedentes de diferentes contextos socio culturales y niveles tecno económicos.

³² Turok, Marta, Como acercarse a las artesanías, pag.116.

Culturalmente, tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo.³³

Inegablemente, No cabe duda que a pesar de las leyes, reglamentos y demás, el artesano urbano pudo desarrollar nuevas formas, introducir diseños más complejos y experimentar nuevas técnicas, pues su tendencia fue hacia la producción de objetos de lujo y suntuarios.

“Lejos de desaparecer la actividad artesanal, ésta se adapta a las condiciones que le impone el mercado actual y a las necesidades que el artesano tiene y que pretende satisfacer con la comercialización de sus productos.

Por un lado, tenemos la presión económica para obtener ingresos a como dé lugar y, por otro, la creación y recreación de las artesanías en concordancia con el desarrollo propio de artesanos.”³⁴

³³ Ibid.

³⁴ Turok, Marta, Cómo acercarse a la Artesanía, pag. 28-29.

Espacios de Comercialización

Se comercializan a nivel urbano en el Estado de San Luís Potosí, en casas de artesanía (FONART) o asociaciones civiles como Casa Grande.

Sin embargo la desventaja de los productores es la ganancia, puesto que en el caso de Santa Maria del Río, en el municipio se venden a \$7.00 pesos precio establecido por las dependencias, sin embargo, en las comercializadores se ofrecen en \$15.00 pesos debido a que ellas realizan la transportación, distribución, venta y promoción del producto, por tanto requieren de una ganancia. (Año 2006).

No obstante tomando en cuenta que a ese precio de venta se le debe restar el costo en materia prima y mano de obra, la ganancia por una pieza es de aproximadamente el 40%. Lo cual representa solo una mínima ganancia al artesano.

Por otro lado, algunos otros productos también tienen una demanda bastante fuerte, entre ellos los siguientes: 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.

El riesgo ante la situación radica en el abaratar la expresión artesanal auténtica de sus creadores. El artesano se convierte en maquilador de un producto que impacta el gusto de los consumidores, pero que desgraciadamente no sólo rompe una costumbre artesanal, sino que satura el mercado con facilidad y convierte al producto en poco comercial.

Por lo que es necesario enfocar la producción a los artículos más rentables o que cuenten con mayores posibilidades en el mercado.

Desarrollo de nuevos productos

“Para ver que hay detrás de un objeto, habrá que ir arrancando las finas capas de las vivencias y los significados que no representan permanencia o estancamiento. Esta es la base que servirá para encontrar las dimensiones de los cambios y transformaciones en las artesanías.”³⁵

La colaboración de voluntarios de la Japan International Cooperation Agency (JICA), quienes participaron y colaboraron 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”.

Es importante comentar que para la presentación de este proyecto alternativo de sistemas de iluminación construidos con fibra de lechuguilla se tuvo contacto con la diseñadora artesanal Yoshimi Murakami asesora enviada por parte de la Agencia de Cooperación Internacional de Japón, JICA.

Imagen 17. Proceso de elaboración de lámpara con fibra de lechuguilla, (técnica de hilado y maraña). Cooperador JICA, Yoshimi Murakami.

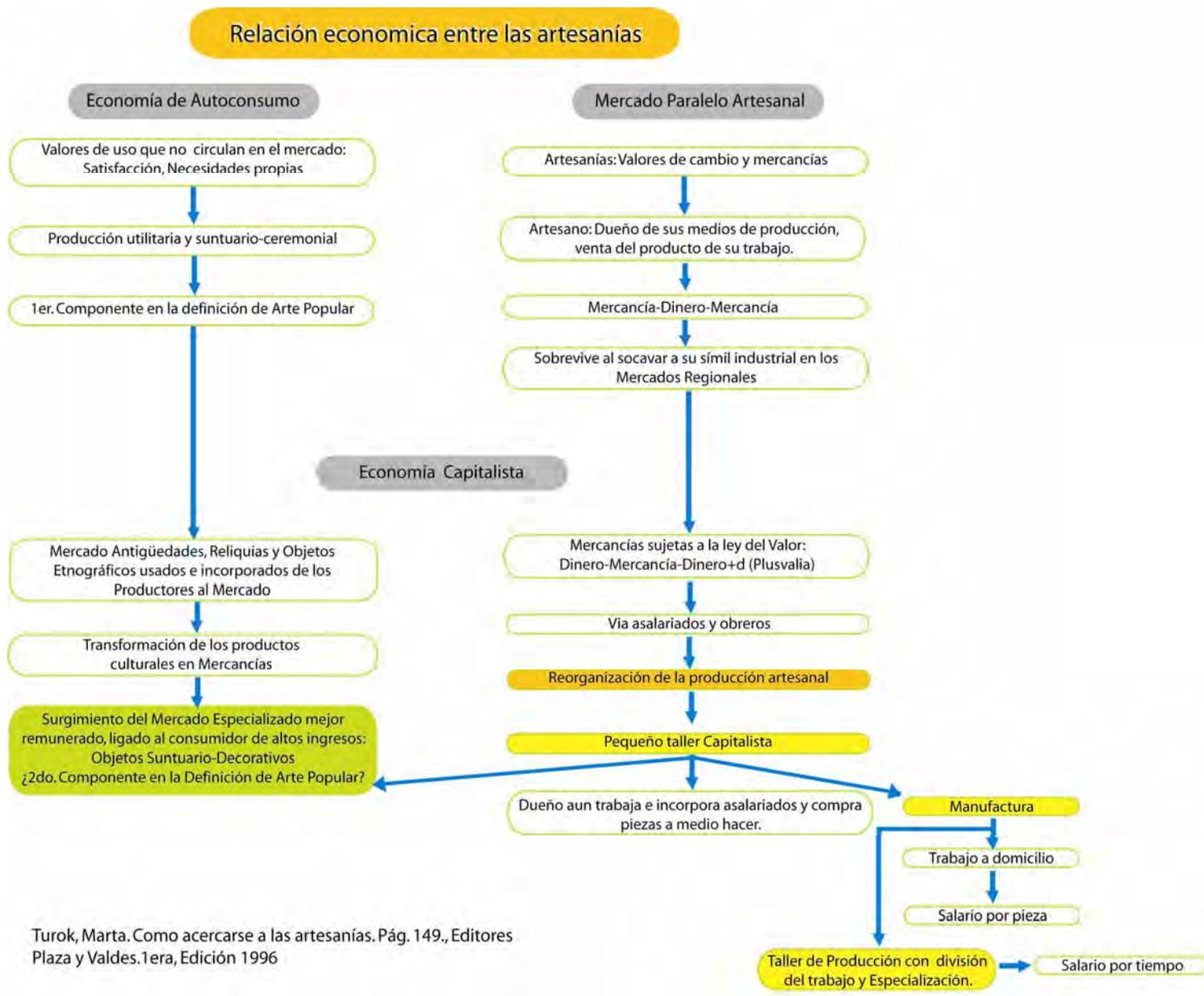


A través de dicho contacto la asesora artesanal comentó que no se llevó a cabo el proyecto, principalmente por razones de tipo organizacional entre las cooperativas seleccionadas y las secretarías (SAGARPA y SEDARH), por tanto el proyecto fue presentado a otra org. en el estado de Aguascalientes ya que JICA tiene participación a nivel federal con la dependencia estatal que lo requiera.



Imagen 18. Fibra de lechuguilla exportada como materia prima para cepillos

³⁵ Turok, Marta, Cómo acercarse a la Artesanía, pag.52-53



CAPITULO 3: Agrupaciones Artesanales en área rural

Sistemas de Creación y Organización

Agrupaciones artesanales

Desde hace varias décadas se han desarrollado numerosos proyectos con intención de apoyar al campo mexicano. Por ejemplo, en 1961 con la posibilidad de exportar artesanías se incrementó desde el punto de vista del Estado, y a partir de la década de los 60's cobro un auge inusitado la creación de organismos oficiales destinados a promover esta actividad.

La institución más importante, se creó en 1961 fue Fondo para el Fomento de las Artesanías, que maneja en fideicomiso el Banco Nacional de Fomento Cooperativo.

Este fondo se organizó para dar asistencia técnica, crediticia y de comercialización a los artesanos, tanto rurales como urbanos; el interés se centró sin embargo, en el medio rural.

Las actividades que debía realizar el fondo eran: otorgamiento de créditos, asistencia técnica y administrativa, así

como la realización de investigaciones y estudios para conocer los problemas de la actividad artesanal.

La política de compras, al decir de funcionarios del fideicomiso, se basa en el "fomento de la autenticidad del arte popular"; por eso se ayuda al artesano más necesitado, generalmente del medio rural y suburbano, comprándole sus productos.

Para eso el fideicomiso compra directamente a los productores, lo que estima como tarea principal, pues considera que es necesario eliminar a los intermediarios.

Para fomentar la producción de lo que el fideicomiso considera arte popular, proporciona además a los productores asesoría técnica tendiente a mejorar la producción, implementando nuevas técnicas con nuevas herramientas "pero preservando el arte popular". "Se trata de que los artesanos hagan cosas nuevas, de más utilidad."³⁶

Un cuestionamiento ante tal desarrollo es: ¿Debe desaparecer el artesano ante el avance técnico industrial? o ¿debemos retroceder a los sistemas de producción artesanal y excluir a los productos industriales en serie?.

³⁶ Novelo Victoria. ARTESANÍAS Y CAPITALISMO EN MÉXICO.

Definitivamente no es aceptable la exclusión de ninguna de las dos formas de producción, pero se deben hacer modificaciones sustanciales, no sólo de forma, sino de concepto, que permitan no solamente la coexistencia de los dos sistemas, sino en síntesis que surja un nuevo y superior producto. Las modificaciones que proponía este proyecto son:

La humanización de la producción. Ésta debe anteponerse al lucro, la satisfacción de las necesidades materiales y espirituales de la comunidad. Los industriales deben reducir su ansia de enriquecimiento rápido y encarnar con dignidad la misión de suministrar a sus contemporáneos, los más bellos, durables y económicos enseres domésticos, telas, muebles, etc.

La industria artesanal debe elevar su tecnología y ser financiada para equipararse con las herramientas y maquinas que permitan un producto resistente y económico.

Toda producción industrial o individual debe ser precedida de un estudio de función, belleza y costos. El diseño debe considerar no sólo los factores técnicos, económicos y de funcionalidad material, sino que debe llevar el contenido cultural que prolongue y revitalice la promoción nacional artesanal.”³⁷

³⁷ Chávez Morado, José. EVOLUCIÓN DE LA ARTESANÍA MEXICANA

A partir de estos puntos se sentaron las bases de la Escuela de Diseño y Artesanías del Instituto Nacional de Bellas Artes. Considerando que la demanda nacional e internacional de los productos artesanales está en proceso de organización, y que pronto aumentará si se dan estímulos y a la vez normas a los productores. México necesita ahora diseñadores, sin la participación de ellos su industria y artesanía no podrán avanzar, México requiere obtener carácter propio y nuevo para competir en los mercados nacionales e internacionales.

A inicios de los años 90's se propuso una ley federal para el fomento de la microindustria y la actividad artesanal. (1991)

En el caso específico de la artesanía en fibra un antecedente de apoyo institucional a proyectos productivos se inicio el 23 de enero de 1976 por Decreto presidencial se creo la FIDEPAL como empresa de participación estatal con estructura jurídica de “Sociedad de responsabilidad Limitada de interés publico y Capital variable” integrada por sociedades de Solidaridad social.

Objetivos

- Búsqueda y ofrecimiento de un mercado constante y de mejores precios para las artesanías
- Cultivar, aprovechar y explotar la fibra
- Industrializar, comercializar y exportar artículos tejidos en fibras naturales y sintéticas

- Propiciar la participación de los productores y artesanos de la palma en las utilidades, administración y propiedad de la empresa.

Objetivos a largo plazo y de mayor amplitud, involucrar a los campesinos en todo el proceso productivo y de comercialización tratando de que con ello los involucrados encontraran mayores beneficios económicos por el desarrollo de su actividad productiva.

Sin embargo, por múltiples factores como la corrupción institucional, la falta de solvencia económica, la existencia de intereses políticos externos que afectaron la relación campesino e instituciones tanto financiera, como material y técnica, dando como resultado el fracaso en la consecución de los objetivos.

Los productores de artesanías nunca se involucraron en la búsqueda de los objetivos que el gobierno puso a la empresa, y por lo cual no fue posible que la FIDEPAL funcionara como se había definido al momento de su constitución tuvo reestructuración alguna durante todo ese tiempo.

Ante tales inconsistencias el desarrollo de esta investigación profundizo en un estudio de casos de cooperativas productoras de

artesanía, donde se logro definir los siguientes aspectos como recomendación para el desarrollo de cooperativas.³⁸

Cooperativas:

Las cooperativas son una forma organizativa que permite a los pequeños productores facilitar su proceso de comercialización directa con el mercado y de acceder a financiamiento para su producción.

Actualmente las empresas cooperativas aglutinan a un determinado grupo de cooperativas de base convirtiéndose en organizaciones de segundo o tercer piso.

¿Por qué las Empresas Cooperativas?

Es cada vez más evidente que esta forma organizativa está dando repuesta a los productores y al sistema de comercio justo, las pequeñas cooperativas se juntan para tener mayor acceso a los diferentes recursos que pueden las centrales obtener a través de su gestión y los importadores y financiadores también van hacia estas organizaciones que por tener un carácter empresarial tienen capacidad para honrar sus compromisos.

³⁸ Estudio de casos presentado en la siguiente página.

Análisis de Proyectos Productivos en Comunidades rurales

Análisis de Proyectos Productivos: COOPERATIVAS EN COMUNIDAD RURAL

OBJETIVO DEL ESTUDIO

Resolver las siguientes interrogantes

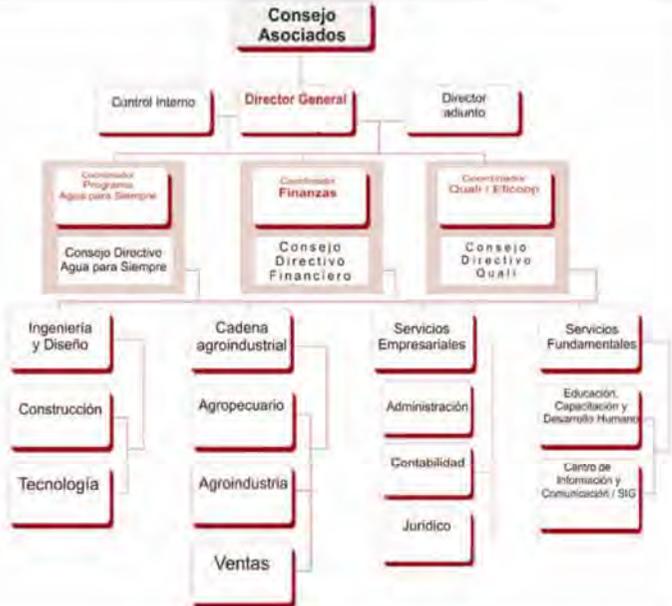
1. ¿Cuáles son las diferentes causas que propiciaron el fracaso o éxito económico y social para los casos de estudio presentados?
2. ¿Existió algún método para su creación y funcionamiento referente a la producción, el acopio y la comercialización?
3. ¿En que momento de los procesos de planificación, programación, asociación, producción, acopio o comercialización están ubicadas estas causas?
4. ¿Cuáles son sus interrelaciones y como funcionan?

PRINCIPAL PROBLEMÁTICA A RESOLVER: ¿Porque en general las organizaciones han fracasado en su intento de mejorar el nivel de vida de la gente del campo, al no lograr consolidarse económica ni socialmente. ¿Cuáles son las razones o causas?

Aspectos de Evaluación	<p>Caso 1 FRACASO ECONÓMICO DE TRES UNIONES DE EJIDOS Y COMUNIDADES ARTESANAS EN LA MIXTECA OAXAQUEÑA, Pérez Carrasco Rosario, Velazques Niño Edilberto, Comunicaciones en Socioeconomía, Estadística e Informática, 2003, Vol. 7 pag. 45-87.</p>	<p>Caso 2 CASO DE ÉXITO: ALTERNATIVAS, A.C. sin fines de lucro desde 1980. EMPRESA SOCIAL  NOMBRE COMERCIAL "QUALI" (La empresa social se distingue por su trabajo asociado y por su misión de desarrollo personal y social sostenible).</p>
Denominación	Cooperativas en comunidad rural de gestión gubernamental.	Empresa social integrada por Cooperativas de Desarrollo Rural
Ubicación	3 de las 10 uniones de ejidos y comunidades generadas en la Región Mixteca, en el edo. de Oaxaca, en 1989. Las uniones estudiadas fueron: 1) SOLIDARIDA MIXTECA: Magdalena Tetaltepec, Huajapan Oaxaca. 2) MIXTECOS DEL NORTE: San Juan Nochixtlan, Huajapan Oaxaca. 3) PORVENIR MIXTECO: Concepción Buenavista, Coixtlahuaca, Oaxaca.	Comunidades ubicadas en la Mixteca baja (Puebla, Oaxaca y Guerrero). 1100 familias campesinas de la región Mixteca, que habitan en 80 comunidades (indígenas mixtecos, popolocas y nahuas).

Origen de su Gestión	Gestión gubernamental. Proyecto integrado por SARH, SRA y el INCA RURAL (1990)	Empresa social de organización civil. Origen desarrollado por la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI)
Objetivos que impulsaron su creación	Interés del gobierno estatal de Oaxaca por atraer fondos federales como apoyo a comunidades en el estado.	Generar un proyecto regional amplificador de ingresos - Riqueza para la región = Flujo económico interno - Movilidad de la región no del producto - Creación de nuevos empleos - Desarrollo humano para los integrantes (capacitaciones).
Integración de la comunidad al proyecto	Factor Motivacional	
	Los artesanos no expresaron motivación ni interés alguno por ser asociados o por constituir las Uniones, ellos fueron involucrados por técnicos y por funcionarios institucionales. Por la forma en la que son insertados en los procesos los participantes no llegan a identificarse con el esfuerzo institucional, no se identifican con el proyecto y no se interesan en participar en su operación puesto que para ellos es un trabajo forzado. Por consecuencia, no pueden hacerlo suyo y es por ello que manifiestan apatía, desobediencia, pasividad y en general falta de interés hacia el trabajo relacionado con tal proyecto.	La relación entre las comunidades y la organización civil se llevo a cabo mediante la planeación participante como medio para dar a conocer el proyecto, la interacción se mantuvo a través de talleres para valorar las propuestas de los participantes. Se logro definir un aspecto de tipo motivacional el cual se puede referir como el Factor de Desarrollo QUALI en la integración en la toma de decisiones, es decir, se definio un beneficio en común para las comunidades : Proyecto de regeneración ecológica (obtención de agua)
	Programación para la integración	
	Las asambleas fueron realizadas de manera muy rápida, sin dar a los tejedores el tiempo y la información suficiente que les permitiera decidir concientemente su integración o no a dicha asociación.	La planeación participante permitio integrar paso a paso en las decisiones y programación del proyecto.
	Fomento de relaciones entre la comunidad y los organizadores	
Los consejos de administración de las uniones establecieron con los funcionarios públicos relaciones de sometimiento y a veces de conflicto.	Se fomento un desarrollo equilibrado, integrando, permitiendo participar a las comunidades con sus propuestas sin definir jerarquías, definiendo guías para otorgar confianza.	

Proceso de integración en la toma de decisiones	
Integración de la comunidad al proyecto	<p>Para constituir las Uniones y sus consejos de administración los funcionarios públicos no pidieron opinión de los artesanos, no promovieron y ni siquiera propiciaron la participación activa de ellos.</p> <p>La toma de decisiones se vio seriamente limitada y condicionada a las determinaciones gubernamentales. Se dieron relaciones de sometimiento y conflicto entre los representantes del consejo administrativo y los funcionarios públicos pues no se dio un gran contacto ya que ellos solo planeaban los procesos con autoritarismo e imposición.</p>
Definición de objetivos	<p>Los objetivos fueron definidos en el ACTA CONSTITUTIVA</p> <p>1. incrementar la producción, el acopio y la comercialización de las artesanías de la palma. Elaboración y ejecución de planes y programas de producción, acopio y comercialización de artesanías de palma.</p> <p>2. Aprovechar intensa y racionalmente el recurso natural de la palma. Promover la explotación y el uso racional del recurso natural de la palma.</p> <p>3. Incrementar y mejorar la producción de artesanías de palma Promover y apoyar acciones tendientes a la obtención de apoyos para desarrollar la rama de producción.</p> <p>4. Promover el desarrollo rural regional Apoyar moral, económica y materialmente el desarrollo rural de sus comunidades miembros. Crecimiento en conjunto con otras asociaciones a nivel estatal para obtener beneficios. Promover la firma de convenios de colaboración.</p> <p>Los objetivos fueron definidos en el ACTA CONSTITUTIVA</p> <p>1. Desarrollo para la comunidad Obtener el recurso del agua Revolucionar la producción del amaranto en la región Desarrollar represas para resistir a la sequía</p> <p>2. Generar un proyecto regional generador de ingresos</p> <p>3. Impulsar el comercio justo y el consumo ético</p> <p>4. Integrar a la población</p> <p>5. Dinamizar un centro de tecnología Capacidad autónoma de Tecnología Desarrollo y Aplicación de Tecnología adecuada Recuperar tecnología antigua Adoptar nuevas tecnologías para su aplicación</p> <p>6. Fortalecer nuestro Desarrollo (Aprender) Organización y Educación para la acción</p> <p>7. Comercializar y Vender</p>

<p>Planes y programas</p>	<p>Para ninguna de las uniones de ejidos y comunidades se elaboraron Planes o Programas de acción alguna para guiar la realización de sus actividades de producción, acopio y comercialización de artesanías de palma, ya sea que hubieran sido elaborados por los mismos artesanos asociados en colaboración con las instituciones o que las instituciones oficiales se los hubieran proporcionado.</p>	<p>Formación interna de personal Proyecto de regeneración ecológica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la calidad de sus tierras reduciendo las pérdidas por sequía dotándolas de agua - Incrementando su fertilidad con nutrientes orgánicos <p>Cooperativa de producción con base en la planta de amaranto</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoyando la producción - Comprando el grano a precio justo - Promoviendo el consumo de Amaranto
<p>Proceso de Diagnóstico para su creación</p>	<p>Los funcionarios no tomaron en cuenta las circunstancias socioeconómicas externas de los artesanos, su idiosincrasia, ni su cultura.</p>	<p>Se concertaron reuniones con integrantes de cada comunidad, para conocer los recursos y necesidades que se presentaban en cada comunidad, el diagnóstico se realizó con la participación activa de los habitantes de dichas comunidades.</p>
<p>Estructura Organizacional</p>	 <p>Los dirigentes y coordinadores eran miembros del go-bierno y de las secretarías, por tanto, no tenían amplio conocimiento de la problemática que cada comunidad presentaba, por lo que no se sensibilizaban a las necesidades de cada comunidad, pasando por alto las recomendaciones de los miembros.</p>	

<p>Gestión para la producción</p>	<p>Para ninguna de las uniones de ejidos y comunidades se elaboraron Planes o Programas de acción alguna para guiar la realización de sus actividades de producción, acopio y comercialización de artesanías de palma, ya sea que hubieran sido elaborados por los mismos artesanos asociados en colaboración con las instituciones o que las instituciones oficiales se los hubieran proporcionado.</p>	<p style="text-align: center;">GESTION DE COOPERATIVAS ESPECIALIZADAS POR SECTORES</p> <p>Integración vertical de Cadenas productivas División por sectores:</p> <p style="text-align: center;">Financiero Consumo Servicios Productivo</p> <p style="text-align: center;">Cada sector comunmente se encuentran dirigido por:</p> <p>Representante (Director) Contador (socio profesionista) Sembradores (habitantes de la comunidad con trabajo de temporal) Contratados (en los diferentes sectores)</p>
<p>Adquisición de Materia Prima</p>	<p>Se continuó comprando sus manojos de materia prima o recolectándola de las tierras comunales de su comunidad según fuera el producto artesanal que se fuera a elaborar.</p>	<p>Unión tipo cooperativa "Sembradores" Su mecanismo fue establecer viveros para el cultivo del amaranto como medio para asegurar la plantación (Planta Amazigto). En la base, cada familia es responsable de sus parcelas, produciendo granos orgánicos de alto contenido proteínico. División en: - La siembra (Utilizando métodos naturales y orgánicos sin químicos y tóxicos). - La transformación agroindustrial - Comercialización de los alimentos bajo la marca QUALI</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Beneficios para los sembradores</p> <hr/> <p>La cooperativa de Siembra permite el pago del grano a PRECIO JUSTO, es decir, desde el inicio de ciclo se establece el precio por tanto no hay cambios aun cuando hay sequía a una gran cosecha. El pago es a cada familia.</p>

Gestion de Productos y aplicaciones en lechuguilla para la exportación:

<p>Organización para la producción</p>	<p>La Constitución de las uniones, en este aspecto, no afectó en absoluto ni positiva ni negativamente los procesos de producción de artesanías en palma.</p>	<p>Las familias se organizaron en una cooperativa en cada pueblo, para obtener:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asesoría y asistencia técnica - Insumos - Acceso a maquinaria - Comercialización de sus cosechas a precio justo.
<p>Integración para la producción</p>	<p>Cada familia siguió produciendo de manera aislada, con sus propios recursos y con sus mismas técnicas sin planear ni programar sus actividades.</p> <p>El proceso de producción se mantuvo elaborando sus artesanías con ayuda de su familia sin depender del apoyo de las demás familias de la comunidad y menos todavía de la Unión o de las instituciones oficiales.</p>	<p>Se organizaron para delegarse actividades: En la cooperativa todos son socios del grupo.</p> <p>1000 Socios siembran el amaranto 100 Socios forman legalmente la cooperativa 300 personas realizan el proceso agroindustrial y de comercialización</p>
<p>Planeación para la producción</p>	<p>No se planeo ni programo actividad productiva alguna, no se coordinó ni se organizó a los artesanos ni ellos se organizaron así mismos para el trabajo.</p>	<p>La planeación participante de parte de todos los involucrados en el proyecto (comunidades e institución) permitió una mejor valoración de los diferentes pasos a emprender por lo cual se genero un buen programa de actividades, ya que los habitantes de las comunidades ya tienen conocimiento en la región y la institución propone las mejores técnicas para emprender los proyectos.</p>
<p>Proceso de transformación</p>	<p>Las familias artesanas continuaron realizando esta actividad como siempre lo habían hecho; cada jefe o jefa de familia, de acuerdo con sus costumbres, sus necesidades y sus posibilidades económicas.</p>	<p>QUALI compra a las cooperativas y se encarga de industrializar (transformar).</p> <p>El proceso de industrialización genera empleos al procesarlo en industrias regionales. La semiindustrialización mantiene empleos de tiempo completo y desarrolla otros de temporal.</p>

<p>Gestión para la producción</p>	<p>Para ninguna de las uniones de ejidos y comunidades se elaboraron Planes o Programas de acción alguna para guiar la realización de sus actividades de producción, acopio y comercialización de artesanías de palma, ya sea que hubieran sido elaborados por los mismos artesanos asociados en colaboración con las instituciones o que las instituciones oficiales se los hubieran proporcionado.</p>	<p style="text-align: center;">GESTION DE COOPERATIVAS ESPECIALIZADAS POR SECTORES</p> <p>Integración vertical de Cadenas productivas División por sectores:</p> <p style="text-align: center;">Financiero Consumo Servicios Productivo</p> <p style="text-align: center;">Cada sector comunmente se encuentran dirigido por:</p> <p>Representante (Director) Contador (socio profesionista) Sembradores (habitantes de la comunidad con trabajo de temporal) Contratados (en los diferentes sectores)</p>
<p>Adquisición de Materia Prima</p>	<p>Se continuó comprando sus manojos de materia prima o recolectándola de las tierras comunales de su comunidad según fuera el producto artesanal que se fuera a elaborar.</p>	<p>Unión tipo cooperativa "Sembradores" Su mecanismo fue establecer viveros para el cultivo del amaranto como medio para asegurar la plantación (Planta Amazigto). En la base, cada familia es responsable de sus parcelas, produciendo granos orgánicos de alto contenido proteínico. División en: - La siembra (Utilizando métodos naturales y orgánicos sin químicos y tóxicos). - La transformación agroindustrial - Comercialización de los alimentos bajo la marca QUALI</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Beneficios para los sembradores</p> <hr/> <p>La cooperativa de Siembra permite el pago del grano a PRECIO JUSTO, es decir, desde el inicio de ciclo se establece el precio por tanto no hay cambios aun cuando hay sequía a una gran cosecha. El pago es a cada familia.</p>

Gestion de Productos y aplicaciones en lechuguilla para la exportación:

<p>Organización para la producción</p>	<p>La Constitución de las uniones, en este aspecto, no afectó en absoluto ni positiva ni negativamente los procesos de producción de artesanías en palma.</p>	<p>Las familias se organizaron en una cooperativa en cada pueblo, para obtener:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asesoría y asistencia técnica - Insumos - Acceso a maquinaria - Comercialización de sus cosechas a precio justo.
<p>Integración para la producción</p>	<p>Cada familia siguió produciendo de manera aislada, con sus propios recursos y con sus mismas técnicas sin planear ni programar sus actividades.</p> <p>El proceso de producción se mantuvo elaborando sus artesanías con ayuda de su familia sin depender del apoyo de las demás familias de la comunidad y menos todavía de la Unión o de las instituciones oficiales.</p>	<p>Se organizaron para delegarse actividades: En la cooperativa todos son socios del grupo.</p> <p>1000 Socios siembran el amaranto 100 Socios forman legalmente la cooperativa 300 personas realizan el proceso agroindustrial y de comercialización</p>
<p>Planeación para la producción</p>	<p>No se planeo ni programo actividad productiva alguna, no se coordinó ni se organizó a los artesanos ni ellos se organizaron así mismos para el trabajo.</p>	<p>La planeación participante de parte de todos los involucrados en el proyecto (comunidades e institución) permitió una mejor valoración de los diferentes pasos a emprender por lo cual se genero un buen programa de actividades, ya que los habitantes de las comunidades ya tienen conocimiento en la región y la institución propone las mejores técnicas para emprender los proyectos.</p>
<p>Proceso de transformación</p>	<p>Las familias artesanas continuaron realizando esta actividad como siempre lo habían hecho; cada jefe o jefa de familia, de acuerdo con sus costumbres, sus necesidades y sus posibilidades económicas.</p>	<p>QUALI compra a las cooperativas y se encarga de industrializar (transformar).</p> <p>El proceso de industrialización genera empleos al procesarlo en industrias regionales. La semiindustrialización mantiene empleos de tiempo completo y desarrolla otros de temporal.</p>

<p>Acopio del producto</p>	<p>El acopio de los productos de palma es una actividad que nunca a competido a las familias tejedoras de los pueblos sino, a los intermediarios.</p> <p>Con la institución de las uniones aparecieron los delegados de éstas como nuevos intermediarios, pues fueron vistos por los tejedores como tales, con capacidad de comprar artesanías de palma a sus vecinos.</p> <p>Así recorrían pueblos y visitaban familias tejedoras proponiéndoles la compra de sus productos. Los tejedores, por su parte, no los tomaron muy en cuenta, ya que aun cuando ofrecían pagar los productos a mas áltos precios que los intermediarios normales, los pobladores nunca estuvieron convencidos de su permanencia en el mercado como sucedió con los comités que anteriormente había generado la empresa FIDEPAL en los pueblos para el mismo fin.</p> <p>¿Hasta cuándo seguirían comprando? ¿Y cuando ellos ya no compren, los compradores normales seguirán comprando nuestro producto? Se preguntaban.</p> <p>Luego cuando tales delegados eran tomados en cuenta como mercado, era a ellos a quienes se les llevaba la producción de peor calidad que antes había sido despreciada por los intermediarios normales, quienes además les sugerían a los tejedores que los compradores que podían adquirir ese producto malo eran los de la Union porque ahí ellos, los delegados tenían dinero del gobierno.</p>	<p>Las cooperativas integran una unión que acopia y pro-cesa las cosechas en una agroindustria, produciendo alimentos de alta calidad nutricional.</p>
<p>Planeación o programación para el acopio del producto</p>	<p>Los representantes legales de las uniones nunca planearán ni programarán sus acciones de compra. No se estipularán estándares de calidad.</p> <p>Aunque ofrecían pagar los productos a mas altos precios que los intermediarios normales, los pobladores nunca estuvieron convencidos de su permanencia en el mercado.</p>	<p>Cada comunidad reúne su cosecha, la presenta en el tiempo estipulado al representante el cual valora la calidad de la cosecha, si esta posee el estándar de calidad requerido es pagada al precio Justo estipulado, el resto de la cosecha que no cubre las expectativas es reunida como alimento para ganado.</p>

Organización para la comercialización	Acopio del producto terminado	
	<p>Cada familia de los pueblos, después de haber reunido y guardado en su casa determinada cantidad de productos, buscaba por su cuenta a los compradores. En este proceso los menos afortunados, la mayoría de las veces, fueron los delegados de las uniones, porque difícilmente se les buscaba como compradores debido a la inseguridad de su permanencia.</p>	<p>La unión comercializa bajo la marca Quali proporcionando una imagen corporativa única a todo el grupo, promoviendo el consumo Ético.</p>
	Planeación y/o programación para la venta	
	<p>Los productores ni planearon ni programaron la venta de sus productos. Se daban a la tarea de venderlos cuando ellos consideraban que la cantidad de productos que ya habían acumulado era mucha o cuando necesitaban dinero para su gasto normal, para un gasto extraordinario o para alguna emergencia. Para comercializar su producto preferían a los intermediarios normales, los cuales acopiaban el producto y lo comercializaban siempre en el mercado de Tehuacán, Puebla., y los representantes formales de cada Unión, sin un Plan ni un Programa, sin experiencia como compradores, sin influencia.</p>	<p>Programación o planeación para la venta:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Coordinación u organización para la producción 2- Planeación de: <ul style="list-style-type: none"> - Períodos de producción - volúmenes de producción 3- Períodos de acopio de producto terminado 4- Puntos estratégicos de comercialización
Conocimiento del mercado	<p>La falta de conocimiento e información sobre mercadeo y mercados, falta de asesoría y de apoyo institucional, no se pudo competir en el mercado regional, y se sometió, por tanto, a las condiciones de compra de artesanías y de venta de fibra como materia prima para sus pueblos impuestas por los mercaderes.</p> <p>Nunca se tomaron retomaron los objetivos plasmados en las actas constitutivas para su aplicación en las estrategias.</p>	<p>El proyecto ha sido guiado por personal capacitado (profesionistas en su ramo), por tanto, las acciones responden a un análisis previo realizado en gran parte por los responsables de cada área con la aportación de los distintos socios de la cooperativa quienes ya conocen el mercado regional.</p> <p>El objetivo es especializar a las cooperativas,</p>

<p>Capacidades tecnológicas</p>	<p>No se introdujo mejor tecnología ni se capacitó a los artesanos para usar mejor tecnología en la realización de su trabajo, y que, como consecuencia, la producción, el acopio y la comercialización de artesanías de palma no experimentaron mejoramiento alguno derivado de la formación de las Uniones, a pesar de la gran cantidad de dinero que el gobierno federal asignó para ello, no se incrementó el ingreso de los artesanos ni se mejoró sus condiciones de vida. Al no haberse realizado planificación ni programación alguna, estas variables no afectaron ni positiva ni negativamente el grado de Éxito alcanzado. La Adquisición o construcción de estructuras, máquinas o equipos se dio bajo la perspectiva institucional en la que los funcionarios decidían lo que los productores necesitaban.</p>	<p>El proceso de producción implica procesos industriales, por tanto la empresa se ha encargado de adquirir maquinaria apta para los procesos en busca de lograr la mejor calidad.</p> <p>El uso de maquinarias implica la capacitación, por ello, es común capacitar 1 por cooperativa para que sea el brazo derecho en relación a aspectos técnicos, eso permite la estandarización (implementan cursos para especializar a sus colaboradores).</p> <p>El beneficio ofrecido a los socios radica en que en cierto tiempo especificado la Maquinaria pasa a Cooperativas.</p> <p>Implementaron el Centro de Tecnología con el objetivo de fomentar el Diseño de Maquinaria</p>
<p>Beneficios para los participantes</p>	<p>Como las instituciones tenían el poder de decidir sobre el uso del dinero que le había sido asignado a cada Unión. Los Presidentes de las Uniones, se hicieron dependientes de las instituciones en cuanto a aspectos como recursos económicos, infraestructura, capacitación e información general, los cuales fueron pensados y decididos por los funcionarios desde la perspectiva institucional.</p> <p>En algunas ocasiones se establecieron relaciones de competencia con su mercado local tanto en precios de compra de las artesanías, como en el precio de venta de la materia prima a sus pueblos, llegando a vender el producto acopiado hasta en el mercado regional.</p>	<p>Estabilidad económica (contratos laborales) Establecimiento de Sueldos Servicios y Prestaciones (Los sembradores no) Los de tiempo completo todos tienen seguro social</p> <p>COOPERATIVAS DE CONSUMO Sin obligación de seguro social Tabulador calificación de salarios 1 al 12 Tabulador fijo sube 1 suben todos Venas irregulares Se defiende el empleo, es decir, se ubican en otras áreas (donde se requiera)</p>
<p>Normatividad que rige su constitución, estructura, funcionamiento</p>	<p>Ley agraria Ley general de cooperativas Ley de Asociaciones civiles.</p>	<p>Ley agraria Ley general de cooperativas Ley de Asociaciones civiles. Acta constitutiva de la empresa Lineamientos de la empresa.</p>

<p>Alianzas con instituciones (Forma y contenido)</p>	<p>•Las uniones no se relacionaron con otras asociaciones, por lo cual no fue posible conseguir un buen trato, dificultándose su poder de negociación, por lo cual no lograron beneficios en la producción, comercialización e industrialización de sus productos, ni un "adecuado desarrollo económico de sus miembros".</p> <p>Las asociaciones en que fueron incluidos nunca contaron con el poder económico y político suficientes para influir de manera directa en la determinación de los precios de venta de sus artesanías y en los precios de compra de la materia prima necesaria con los intermediarios grandes y pequeños.</p>	<p>Conversión Apoyo como institución civil de parte de SEDESOL Relación y vínculo entre cooperativas Servicios y Apoyos entre Cooperativas Reuniones continuas de Análisis financiero</p>
<p>Acciones estratégicas realizadas (objetivos logrados vs. Objetivos planteados)</p>	<p>Nunca se tomaron retomaron los objetivos plasmados en las actas constitutivas para su aplicación en las estrategia</p> <p>No se realizó acción alguna de las asignadas en las actas constitutivas: planes y programas de acción que hicieran posible la producción, el acopio y la comercialización de manera planificada y programada: planes y programas de acción que guiaran la explotación del recurso natural de la plama, elaboración y ejecución de proyectos productivos y sociales, infraestructura funcional para la actividad económica orientada hacia la generación de utilidades; reparto de utilidades; organización para el trabajo o distribución de medios y poder para que los socios realizaran tareas concretas; participación consciente y activa de los socios en la toma y ejecución de decisiones de su competencia</p>	<p>La división como factor de Éxito Aspecto Societario Aspecto Empresarial</p>

REPORTE FINAL DEL COMPARATIVO ENTRE LOS DOS CASOS DE ESTUDIO.

CASO 1: CAUSALES DEL FRACASO: UNION DE TRES EJIDOS Y COMUNIDADES ARTESANAS EN LA MIXTECA OAXAQUEÑA.

Según datos brindados por los investigadores del caso: Pérez Carrasco Rosario y Velásquez Niño Ediberto.

ACCIONES DE CONTROL DIRECTO EN LA ORGANIZACIÓN

- La principal falla: El mal proceso de integración, la inexistencia de una planeación y programación de los ciclos y procesos de extracción de materia prima, acopio, producción y comercialización.
- La pasividad de los campesinos y sus comerciantes ante las acciones que las instituciones realizan en su nombre.
- La falta de experiencia en el trabajo organizado para la producción de artesanías de palma más allá del núcleo familiar.

ACCIONES DE CONTROL INDIRECTO EN LA ORGANIZACIÓN

- La pérdida de confianza respecto de los programas de gobierno

- La falta de experiencia en el trabajo organizado para la producción de artesanías de palma más allá del núcleo familiar.
- La intervención de intereses políticos y económicos, individuales y de grupo, que permean el actuar institucional, conjuntados con la falta de sensibilidad por parte de las instituciones y su falta de experiencia, aunadas también a la profunda descoordinación de su trabajo.

El fracaso en general, pudo deberse, según la información que se nos proporcionó, a que:

- a) Los artesanos no participaron en los procesos de toma, ejecución y evaluación de las decisiones básicas, para poner en marcha las uniones, por lo que no intervinieron en hacerlas funcionar
- b) No se introdujo mejor tecnología, por parte de las instituciones, para la realización del trabajo;
- c) Las relaciones que el gobierno estableció con los artesanos de las comunidades durante el proceso de formación de las uniones primero y luego con los consejos de administración y de vigilancia de las uniones una vez que estas fueron formalmente constituidas, fueron relaciones de sumisión y dependencia por parte de los representantes y de superordenación y autoritarismo por parte de los funcionarios oficiales, lo cual finalmente derivó en conflicto;

d) Relación autoritaria e impositiva de funcionarios públicos, los presidentes de las uniones se vieron obligados a usar dinero del que se asignó a su asociación, para actividades político-electorales que eran de interés para los funcionarios públicos relacionados con las Uniones;

e) Los campesinos son convertidos en el objeto de la promoción, limitando casi a cero su participación como sujetos en las acciones realizadas.

f) Los objetivos fueron tomados desde fuera de las comunidades.

g) las relaciones de comercialización de productos y de materia prima que las uniones establecieron con los intermediarios del mercado local y con los acaparadores del mercado regional, fueron esencialmente de sometimiento y dependencia en la fijación de los precios que siempre fueron desventajosos para los productores, y de las características del producto que siempre beneficiaron a los acaparadores.

CASO 2: FUNDAMENTOS DEL ÉXITO "QUALI"

ASPECTOS VISIBLES RECOMENDADOS PARA LA MEJORA DE COOPERATIVAS PRODUCTIVAS

PROCESO DE DIAGNOSTICO REGIONAL Y COMUNITARIO

- Conocer la forma como comúnmente las instituciones oficiales han buscado incidir en la solución de los problemas

comunitarios, reflexionar sobre ellos y relacionarlos con la realidad regional.

- Conocer y analizar los métodos, técnicas de producción y los sistemas de comercialización usados por los productores.
- Conocer los problemas que en sus relaciones económicas y políticas los campesinos enfrentan en relación con la producción y comercialización de sus productos.
- Conocer las condiciones de deterioro y posibilidades que guardan los recursos naturales existentes en el espacio regional en el que se da una asociación u organización para la producción con el objetivo de conocer las posibilidades de explotación y aprovechamiento.
- Plasmar las posibilidades de solución de los problemas que ellos plantean.
- Confrontar las ventajas y Desventajas de las posibilidades de asociarse para resolver tales problemas.
- **Diagnostico regional y comunitario** de las preocupaciones institucionales y los intereses campesinos.
- Desterrar la imposición gubernamental y propiciar la participación de los productores.
- Determinar en proporción a los materiales que eminentemente pueden ser aprovechados en la región y su diversidad, con el fin de determinar la cantidad de objetos que cada grupo puede producir para satisfacer sus propias

necesidades antes de recurrir al intercambio, trueque y comercio.

PROCESO DE ORGANIZACIÓN E INTEGRACIÓN

Diferenciar el Aspecto social = Democracia del Aspecto Administrativo = Empresa.

Determinar el seguimiento de un FACTOR INSTITUCIONAL, es decir, exigencia en el control de cuentas:

- Informes
- Balances
- Reporte mensual de recursos humanos

Integración en consideración a Fundamentos Éticos

Fundamentar desde su creación fundamentos de mejora continua y crecimiento..

Integración de Flujo de Tecnología

La innovación ante los desafíos

Jerarquizar socios y empleados

Especializar a las cooperativas

Fundamentos de Desarrollo regional Sostenible (En pro de la cooperativa y la región)

Intervenir en los 3 factores de la cadena: SIEMBRA, ACOPIO

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION

Determinar como proyecto principal que el beneficio económico mejore directamente las condiciones de vida de los productores agrícolas

El dinero circula en la región e incrementa la capacidad productiva.

Romper la línea divisoria entre el Asesor y la cooperativa

RECOMENDACIONES

“Es importante apreciar que la producción artesanal es una cadena para la elaboración de un objeto en donde cada eslabón constituye en sí un ciclo cerrado que deberá complementarse antes de pasar al siguiente paso. Son actos profundos porque operan una metamorfosis en cada fase: de materia prima en su estado natural a material maleable, y de objeto formado a objeto decorado y terminado.”

Este punto es importante pues significa que el producto será distribuido entre todos los miembros del grupo, aun cuando individualmente no hayan participado en forma directa en el proceso de producción³⁹

Recomendaciones en organización y gestión dentro de la microempresa artesanal.

ACCIONES ESTRATEGICAS.

A) Planificar y ejecutar en forma organizada y ordenada, las actividades de producción, comercialización, servicios y agroindustriales que de manera conjunta decidan realizar sus integrantes, de acuerdo con lo dispuesto en las asambleas de balance y programación.

B) Promover la explotación, el uso racional y el adecuado aprovechamiento de los recursos renovables y no renovables de los núcleos agrarios miembros.

C) Apoyar y promover apoyos para las distintas ramas de producción que en forma organizada se encuentren explotando los núcleos agrarios que integran la misma.

D) Contribuir moral, económica y materialmente a generar e impulsar el desarrollo rural de su región.

E) Asociarse a nivel estatal con otras uniones o grupos debidamente constituidos que coincidan en intereses y características.

Se debe de preparar a los representantes e integrantes de la organización para hacerse cargo de la conducción, administración, seguimiento y evaluación del proyecto emprendido. recursos naturales existentes, sus condiciones de deterioro y las posibilidades de explotación y aprovechamiento que ofrecen; con lo cual se lograría tener los elementos necesarios que posibilitarían la determinación de posibles ideas de inversión en algunos o en todos los pueblos miembros de una asociación.

Es importante también desterrar la imposición gubernamental y propiciar la participación de los productores, lo que puede hacerse por medio de la implementación de “Talleres de Autodiagnóstico Comunitario”, los cuales permitirían conocer de viva voz de los involucrados en una asociación, la realidad económica, política y cultural en la cual viven, pudiendo identificar con ello necesidades, problemas, alternativas de solución y el

³⁹ Turok, Marta, Como acercarse a la artesanía, pag. 56.

establecimiento de compromisos tanto de instituciones como de pobladores en la búsqueda de soluciones a los problemas prioritarios o necesidades prioritarias; lo cual implica posiblemente, que en dado momento los asociados decidan y **reconozcan que la Unión** como forma de asociación **les es útil también para otros fines y no sólo para producir artesanías en fibra.**

Acciones como estas pueden ser:

- Recorridos de reconocimiento
- Asambleas de comuneros
- Reuniones con grupos de tejedores
- Reuniones con autoridades
- Reuniones con líderes de las comunidades

Tomando como ejemplo, las Uniones en la Mixteca, en general, la mayoría de los artesanos nunca estuvieron conscientes de su pertenencia a las Uniones ni del funcionamiento de las mismas. Prácticamente las Uniones no existieron en la realidad social mixteca.

Así, **partiendo del conocimiento de la realidad social** en la cual se encuentran los pueblos miembros de las uniones, **se abre el espectro de posibilidades de acción para las cuales se puede justificar** ante los pueblos **la necesidad de una asociación como la “Unión de Ejidos y Comunidades”** a la que hasta ahora no le

han encontrado sentido, o también puede suceder que con ello los mismos campesinos-artesanos hagan consciencia que para la solución de sus problemas y necesidades, no sólo de índole productiva, les hace falta asociarse y organizarse más allá del ámbito familiar y de la comunidad para realizar acciones conjuntas.

“Principales problemáticas detectadas en las cooperativas:

- Falta de misión y visión
- Desconocimiento de sus fortalezas y debilidades
- Estructura organizacional deficiente
- Carencia de establecimiento de objetivos
- Falta de políticas y procedimientos
- Falta de evaluación y seguimiento
- Comunicación deficiente
- Falta de controles administrativos
- Desinterés por los aspectos jurídico-corporativos
- Utilizar un estilo de administración reactiva y no preventiva”⁴⁰.

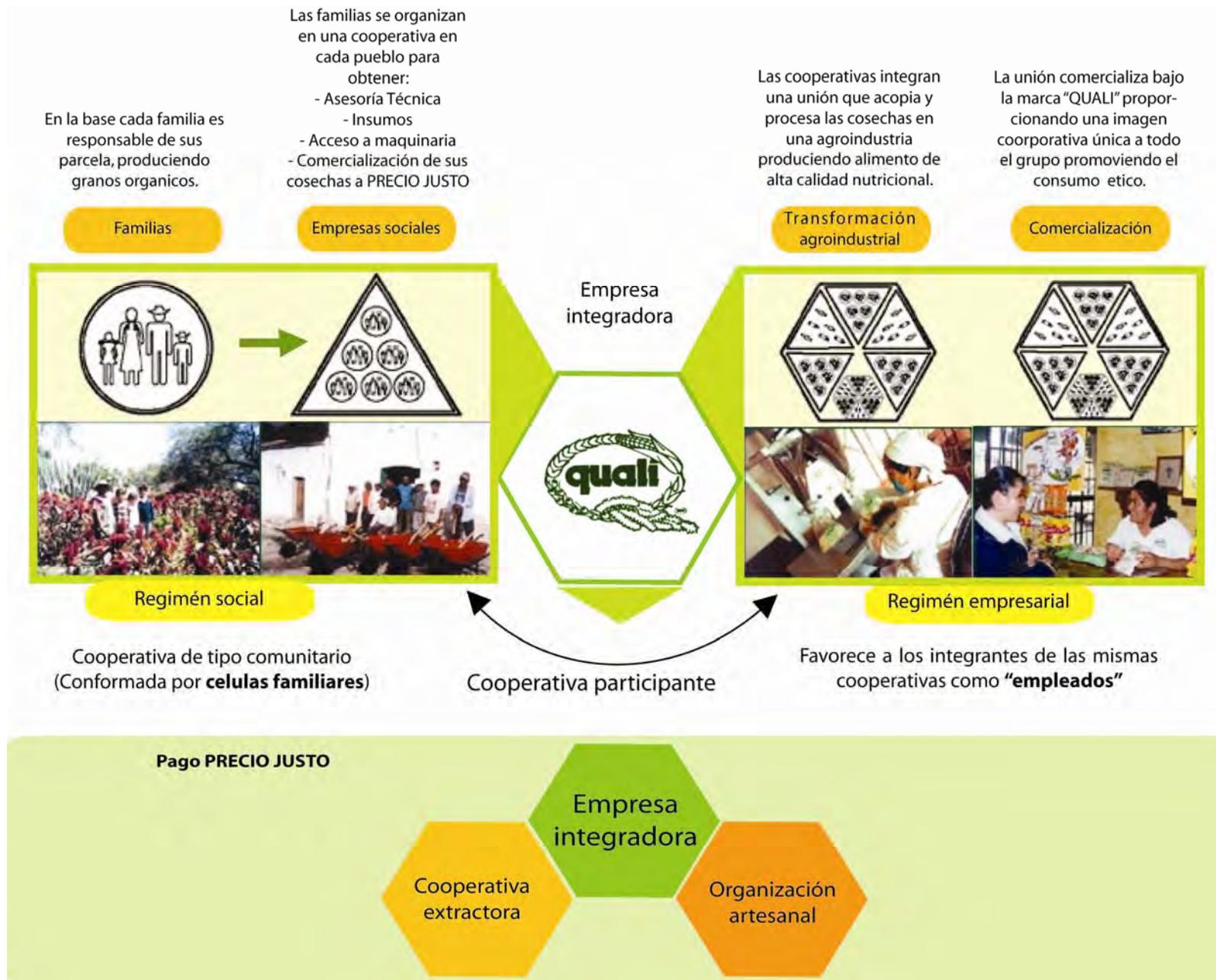
“Conforme se van separando la agricultura de la industria y la artesanía de la industria, surgen las formas de organización para la producción que suponen una mayor infraestructura, tales como los talleres con personal asalariado, que implica una inversión mayor de recursos en

⁴⁰ Creación pymes, México.

materiales o maquinaria, sueldos y mecanismos de comercialización hasta llegar a las manufacturas y fábricas. Sin embargo, este proceso implica una división del trabajo a varios niveles, misma que varía en grado de especialización: por sexos, grupos de edad, clases o castas en sociedades estratificadas y por actividad económica. Por ejemplo, algunos procesos de producción serán exclusivamente masculinos, otros, exclusivamente femeninos; otros más, mixtos y, en gran número de tareas o fases, también se incorpora a sectores que generalmente no consideran productivos como el infantil y el de los ancianos.”⁴¹

Imagen 19: Esquema productivo de producción desarrollado por QUALI.

⁴¹ Turok, Marta, Como acercarse a las artesanías. Pág.103-104.



¿Qué es el Comercio Justo?

Comercio Justo es un sistema de relaciones comerciales entre organizaciones de pequeños productores y empresas de comercialización, industriales y consumidores, que permite a los pequeños productores, obtener un ingreso digno y estable; impulsa sus propios procesos de desarrollos económicos, sociales, culturales y ecológicamente sustentables.

El Comercio Justo busca disminuir el número de intermediarios entre los productores y los consumidores; pagar sus productos a un precio determinado con fin de conceder mejores ingresos, así como desarrollar prácticas socialmente responsables en las entidades del circuito comercial. Por su parte el productor respeta el medioambiente y las normas laborales adecuadas y ofrece productos de calidad.⁴²

¿Qué se entiende por un “precio justo”

Un precio justo es aquel que cubre los costos de producción del bien y permite a los productores tener una vida digna y generar recursos para realizar inversiones en actividades sociales para el beneficio de su comunidad.

¿Cómo puede un productor vincularse al movimiento Justo?

Los productores deben seguir y cumplir a cabalidad con los criterios del Comercio Justo para este tipo de organizaciones, los cuales son:

- Salarios justos y buenas condiciones de trabajo.
- Mejoras en el bienestar social de los trabajadores .
- Participación de los trabajadores en la toma de decisiones.

⁴² <http://www.comerciojusto.com.mx/comercio/comer.htm>

- Transparencia respecto a sus estructuras y actividades.
- Preocupación por las repercusiones del comercio en la vida de las mujeres, hombres, niños y niñas, y promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.
- Protección de los derechos humanos, poniendo especial énfasis en los niños y niñas, las mujeres y las poblaciones indígenas.
- Respeto por el medio ambiente.

Asimismo, deben entrar en contacto con organizaciones Importadoras Mayoristas o ATOS del Norte para la compra de sus productos y así beneficiarse del Comercio Justo; si desean la certificación para sus bienes, deben acudir a FLO Internacional, organismo certificador.⁴³

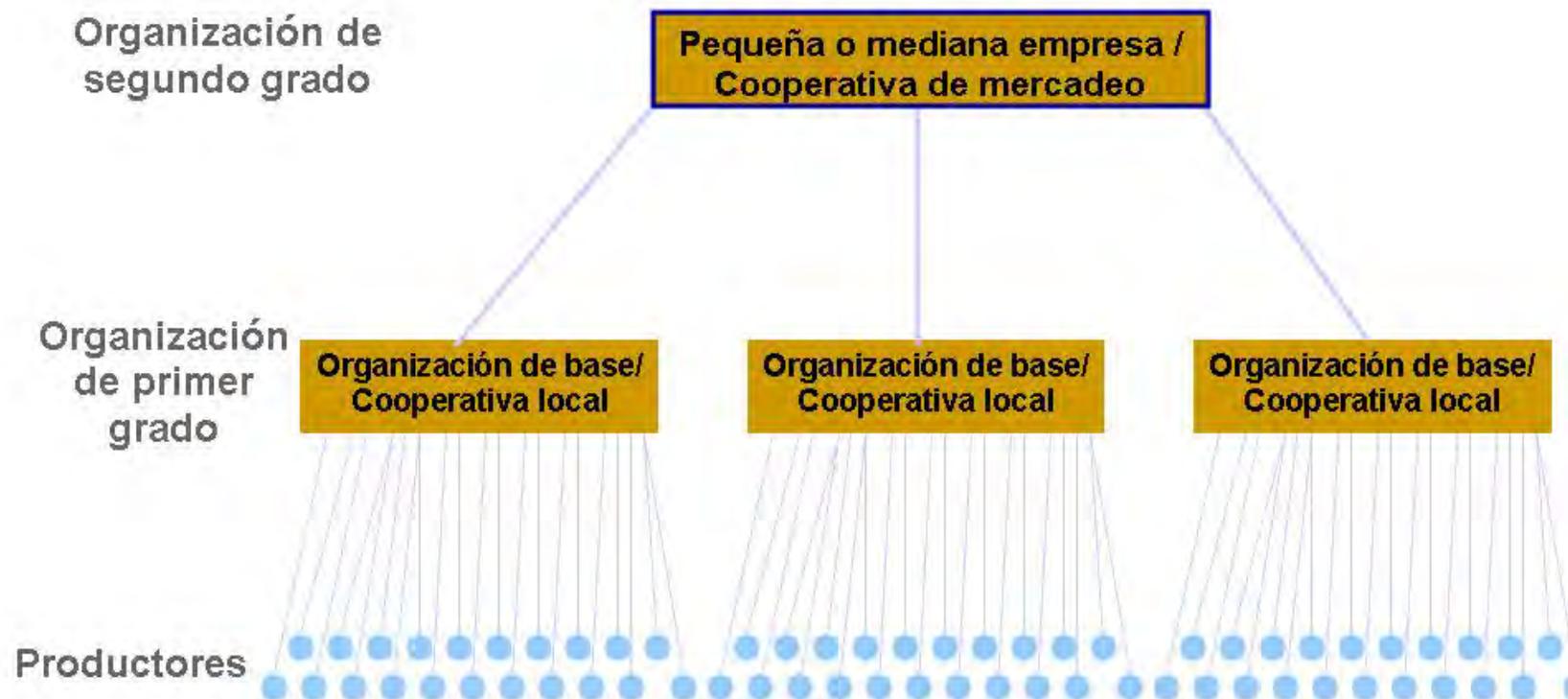
La promoción de empresas integradoras de «Comercio justo»

«Comercio Justo México, A.C.» promueve la creación o consolidación de empresas integradoras de «Comercio justo». Actualmente se esta desarrollando la norma para «Empresas Justas», es decir, empresas integradoras de «Comercio justo». La intención no es sólo promover la comercialización justa de los productos de la/os pequeños productores, sino promover nuevas maneras de concebir las empresas económicas. En las «Empresas Justas» existe una corresponsabilidad entre varios grupos de productores y/o la iniciativa privada, con el fin de lograr la mayor capacidad de alcanzar a la/os consumidores, tanto con buenos productos, como con mensajes de fondo.⁴⁴

⁴³ http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/comercio_justo/faq.htm#sellos

⁴⁴ Pruyñ, Jerónimo. El comercio Justo como vía para los pequeños productores, *Comercio Justo México, A.C.*

Organización empresarial por pequeños productores como prerrequisito para el encadenamiento exitoso



CAPITULO 4. Estructura de las

Exportaciones Mexicanas

A lo largo de los pasos se definen los procedimientos básicos a emprenderse para llevar un producto a un proceso de exportación. Los elementos descritos nos permiten organizar y gestionar la organización de las cooperativas en las comunidades con el fin de lograr el objetivo mercadológico de exportación.

(1) Elección estratégica del mercado a exportar teniendo en cuenta riesgos de exportación, ventajas y desventajas de cada mercado y de la exportación como transacción, etapas, secuencias y tiempos de planeamiento. Análisis de la competencia.

(2) Búsqueda de minoristas importadores a quienes ofrecerles el producto, teniendo en cuenta su tamaño, ubicación geográfica, posible volumen de demanda, etc.

(3) Investigación del consumidor objetivo para averiguar cuáles convienen y cuáles no, y también para modificar diseño, color, forma y presentación tanto del producto como de su diseño gráfico y forma de presentación.

(4) Investigación de la legislación del país destino para evitar demandas judiciales, devoluciones y para poder modificar al producto en el caso de que no cumpla con la ley de la jurisdicción en cuestión.

(5) Organización interna de su empresa

- requisitos para ser exportadores ("cultura" interna, perfil de recursos humanos, etc.)
- generación de prototipos y muestras
- capacidad de producción inicial y futura
- calidad propia y de proveedores
- organización de la producción y de la logística
- packaging y palletización
- costeo detallado y financiación propia o externa
- preparación, disponibilidad y envío de muestras.

(6) Organización societaria

1. montaje del aparato exportador (despachante, agente de cargas, depósito fiscal, inscripción en Aduana, etc.)
2. operatoria bancaria

Formatos Necesarios Para La Exportación

A) Factura del exportador: la cual debe de contener lo siguiente:

- 1) Lugar y fecha de expedición,
- 2) Nombre y domicilio del destinatario de la mercancía,

3) Descripción comercial de las mercancías: clase, cantidad, unidades de identificación, valores unitarios y globales.

4) Nombre y domicilio del vendedor.

5) Traducción cuando sea distinto al español, francés, inglés.

B) Carta de instrucciones: la elabora el exportador al agente de carga, desglosa detalladamente los aspectos relativos al movimiento del embarque.

C) Lista de empaque: lista de todas las mercancías que se encuentran en el embarque.

D) Licencia del importador: ciertos productos para ser importados, se sujetan a la obtención de una licencia de importación tramitada por el importador.

E) Certificado de Origen: requisito principal para que los productos mexicanos puedan gozar de las tarifas preferenciales del Sistema Generalizado de Preferencias, (SECOFI otorga dichos certificados).

F) Idioma: el idioma utilizado para los trámites aduaneros debe de ser en inglés o el del país de destino.

Legislación sobre productos de consumo⁴⁵

Ante tan arduo proceso y el desconocimiento de los requerimientos paso a paso, comúnmente se solicitan cambios de diseño en los productos para poder ser comercializados, por ello, es importante el gestionar los principales aspectos para exportación, previo a su producción y comercialización.

Además de la legislación tarifaria / aduanera, los productos de consumo destinados al mercado están regulados por

(a) standards de seguridad para el usuario - tanto del producto en sí como de su packaging

(b) standards de etiquetación (labeling) e instrucciones de uso.

Todo importador, distribuidor y minorista en debe entender y aceptar que es preferible abortar un proyecto con alto nivel de riesgo, que posteriormente estar **obligado por ley a retirar todos los productos ya vendidos en el mercado por presentar potencial peligro de lastimadura, perjuicio para la salud personal o colectiva**, incluyendo pero no limitado a la muerte, ya sea debido a una falla de diseño, packaging, instrucciones de uso y etiquetación,

⁴⁵ Cecilia Vilches (2004).

por el uso de materiales potencialmente peligrosos, por defectos de materiales y/o de fabricación, por no cumplir con alguna regulación vigente o por tener tres demandas judiciales sobre ese modelo de producto en particular.

a. MINIMIZANDO RIESGOS: ¿Cómo se puede cumplir con la regulación y evitar demandas judiciales de consumidores por temas de seguridad del producto?

El primer paso para tener claro qué leyes y regulaciones se deben cumplir es saber cuál es exactamente el producto que se pretende comercializar:

(1) **La definición del producto.** Siempre **es preferible primero conocer la reglamentación y luego concretar el diseño final del producto**, por lo cual no es conveniente tener resuelto por completo la forma física del producto y sus materiales, componentes y sustancias, ya que existe la probabilidad de que deba ser modificado.

(2) Seguidamente es recomendable llevar a cabo una **investigación profunda y completa de la legislación nacional**, empezando por conocer las leyes y siguiendo con las regulaciones que recaen sobre el producto particular, para posteriormente poder analizar si es necesaria y si es posible una inversión en re-diseño y lo que esto implica. Además, se deben revisar las **regulaciones estatales y**

municipales, ya que con esta información se decide si se va a evitar la comercialización en ciertas zonas geográficas.

(3) Teniendo en cuenta el producto + la legislación, es momento de cerciorarse de la **capacidad de la empresa de fabricar productos con las especificaciones requeridas**: ¿Qué inversión es necesaria para estar acorde a las regulaciones (re-diseño, procesamiento, etc.)? ¿Existen en este país proveedores e insumos que permitan cumplir con lo antedicho? ¿Cómo va a modificarse el control de calidad de toda la cadena productiva - desde proveedores, hasta producto final, hasta transporte? ¿Cierra la ecuación costo-beneficio?

(4) Haya habido cambios en el producto final o no, para exportar a es imperioso **probar el producto** y asegurarse al 100% que la producción es compatible con la legislación. Se puede llevar a cabo, siguiendo los detalles de los documentos del organismo en cuestión, o se pueden mandar muestras a laboratorios de manera que a cambio obtengamos un certificado válido en el mercado objetivo. También puede probarse el producto para conseguir certificados voluntarios de seguridad de usuario en diversas asociaciones de manufactura, de manera que esto sea un argumento comercial más para el producto.

(5) Aparte de la **etiquetación exigida**, existe la posibilidad de elaborar un **Manual de Datos Técnicos y Seguridad** para

entregarse a distribuidores, minoristas y consumidores en donde se incluya TODA la información de seguridad y técnica sobre el producto, fuera o dentro de los temas de la legislación: warnings, advertencias, envejecimiento, mantenimiento, malos usos, buenos usos, riesgos, stockeado, manejo, precauciones para adultos, niños y ancianos (aunque parezcan obvios), ya que ese documento tiene un valor legal y puede emplearse en reclamos y demandas judiciales. **Recordemos que el producto puede ser considerado peligroso por tener fallas en las instrucciones de uso** por lo cual también éstas deben probarse.

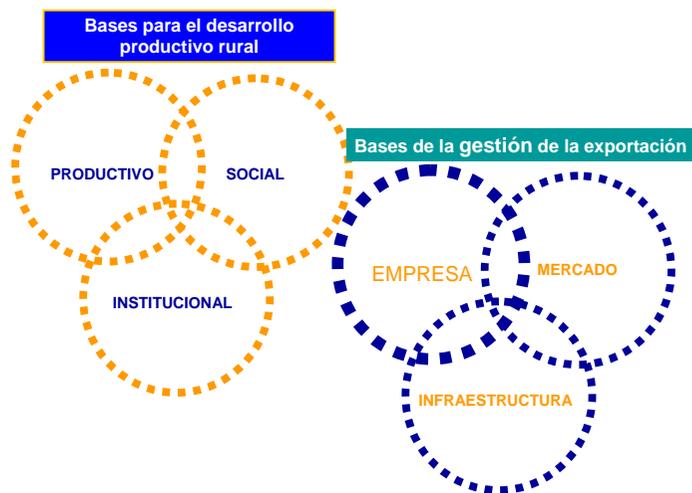
(6) Existen **buenas prácticas** que apañan los riesgos del producto, a saber:

- Estricto control de calidad y análisis de partidas.
- Registro de problemas o cambios en la producción.
- Etiquetación con fecha de fabricación de cada ítem, número de serie.
- Registro de proveedores y materiales utilizados en cada partida.
- Quedarse con una muestra de cada partida para facilitar la identificación de un defecto.

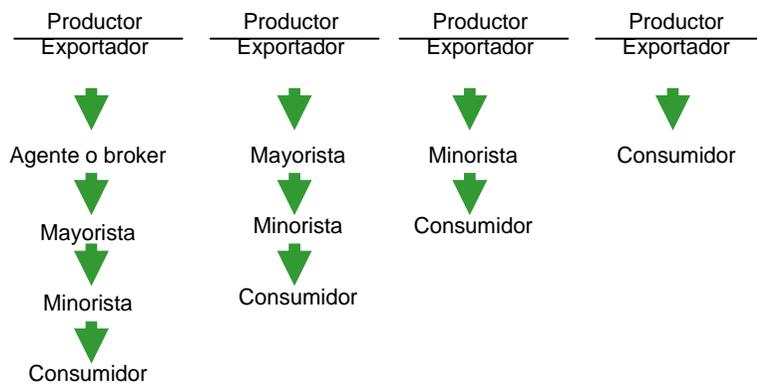
- Registro de las ventas (datos del consumidor) para poder localizar rápida y efectivamente en caso de un recall.

Una gran opción para la aplicación del proyecto es su gestión bajo los procesos de Creación de Consorcios de Exportación como solución a la problemática en las microempresas-artesanales:

- Aumentan la competitividad de los productos comercializados
- Reducen los riesgos y costos de la internacionalización
- Falta de volúmenes de producción que interesen a grandes compradores
- Escasez de personal calificado en las técnicas de la exportación
- Ausencia de información sobre mercados
- Falta de poder contractual con los proveedores, clientes, bancos y entidades gubernamentales
- Falta de capital para inversiones en mejoras a la calidad de los procesos productivos,
- Promoción de ingresos en los mercados y de la capacitación;
- Falta de una marca propia,
- Compartir costos y riesgos



Canales de comercialización



CONCLUSIONES FINALES

En el transcurso de la investigación surgieron situaciones cuestionables sobre la forma en que se abordaría la propuesta final, sin embargo, dichos argumentos permitieron nutrir su desarrollo y buscar a fondo un mayor fundamento en cada uno de sus capítulos.

En el desarrollo de cada capítulo se planteo obtener la información mas relevante como apoyo a la toma decisiones para desarrollar mi propuesta, en los siguientes párrafos se muestran conclusiones finales muestran un recuento de que tipo de decisiones me permitieron generar mi propuesta.

Por ejemplo, en el capítulo 1 estudie la comunidad y las principales características de la fibra con lo cual identifique la problemática que existe para los extractores de la comunidad desde la recolección, tallado y venta de la fibra, con ello pude identificar que realmente es poco remunerado en relación al desgaste que sufre cada tallador, lo cual no permite que exista un crecimiento económico que le permita mejorar la infraestructura de la comunidad, por lo tanto solo es un proceso cíclico en el que no hay un desarrollo social ni económico puesto que la labor solo se realiza cuando termina la labor productiva (siembra de temporal), sin embargo, el estudio no solo implica los aspectos productivos puesto que también se debe tomar sus aspectos culturales como punto estratégico para desarrollar alguna actividad pues es importante

identificar sus principales tradiciones con el fin de no contraponer los aspectos de su desarrollo, lo mas relevante fue el retroalimentar que debe de existir un “**calendario productivo**” que permita retomar los aspectos culturales.

En relación al segundo capítulo pude comprender los principales procesos de distribución del producto con lo cual logre identificar que no es lo suficientemente remunerativo pues en general son los distribuidores quienes obtienen la mejor ganancia y no los productores ni extractores, además de que los productos no tienen grandes oportunidades ya que los productos elaborados no cubren las expectativas del mercado en aspectos como funcionalidad, calidad, y solo quienes exportan la fibra para la elaboración de productos como cepillos, son los que reciben mejor remuneración por el intercambio de fibra.

En el tercer capítulo lo mas valioso fue el aspecto organizativo y de creación de cooperativas en relación a aspectos artesanales, pues según estudios previos este proceso puede generar mejores proyectos productivos en áreas rurales puesto que lo importante es continuar con la colaboración de los habitantes de la comunidad en relación a la mano de obra, sin embargo, este factor también ha sido visto como un aspecto que causa retroceso en el desarrollo de los productos, pues existen problemas de organización ya muy conocidas en cooperativas, no obstante, sigue representando un buen medio para establecer un proyecto

productivo según lo analizado bajo los dos casos de estudio enfocados a la mixteca oaxaqueña, la retroalimentación de este estudio es bajo el concepto de una microempresa integradora que permita la separación de las personas que extraen la fibra bajo el concepto de pago Justo, y la generación de la Cooperativa artesanal, retomando el concepto de organización y los 10 aspectos identificados por las pymes como factores de fracaso en las microempresas.

En el capítulo cuatro, los aspectos de exportación permiten identificar que es importante el tener un sistema que permita una mejor organización de los factores de el desarrollo del producto, desde el cumplimiento de los requisitos requeridos en el producto, calidad, control en materiales y procesos productivos, con el fin de tener un mayor control que permita tener una mayor certeza sobre el costo de el producto, tiempos de entrega y el cumplimiento de la normatividad, etc. Ello permitirá que se establezca una mayor objetividad en los beneficios aportados a la comunidad, un mayor control y evaluación de las actividades realizadas, con lo que se obtendrá una mayor credibilidad de los procesos y una oportunidad de obtener mejores apoyos económicos de instituciones sociales.

El objetivo de la propuesta integrada en el capítulo 5 es el establecer una cooperativa integradora con un carácter empresarial bajo el cual se cimienten cualidades para un crecimiento en escala, es decir, que puedan fomentarse desde un taller hasta una

microempresa artesanal que cumpla con las especificaciones del mercado local sin disipar las requeridas por el mercado internacional, en base a formatos de especificación de desarrollo del producto, con el propósito de fundamentar un producto integrando un proceso de gestión para el cumplimiento de las especificaciones de el mercado demandante.

Otro aspecto valioso como producto de este proceso de investigación es el proponer un proceso de autogestión al interior de las cooperativas, es decir, la capacidad de retroalimentación por parte de los integrantes y de reinicio en relación a los ciclos o periodos de siembra y sus tradiciones en sus fiestas populares, lo cual permitirá tener control sobre metas a corto y largo plazo, mejores procesos de organización y cumplimiento en los tiempos de producción pues no se sobrepondrían a las tradiciones de la comunidad, sin embargo, ello requiere el conocimiento integral de todo el proceso. Quizás este aspecto permita definir las premisas de la ventaja competitiva en relación a la calidad y la organización.

“Meter las manos en la masa”, puede aportarnos otra perspectiva del artesano en su diario devenir, de esa grandiosa capacidad del ser humano de tomar de la naturaleza, interpretarla y abstraer de ella.”⁴⁶

⁴⁶ Turok, Marta. Como acercarse a las artesanías, pag.55.

INTEGRACION DE PROCESO DE GESTIÓN MODELO

El desarrollo de la propuesta de Gestión se muestra a continuación tomando en cuenta tres ejes principales de apoyo para conformar el sistema de Gestión de Empresas Rurales, con base en un producto (artesanía) en fibra de Lechuguilla.

Gestión en Diseño

Encaminada a la actualización de los productos artesanales, a partir de la incorporación del diseño de acuerdo a las tendencias e indicadores del mercado, con el propósito de potencializar los componentes de su identidad cultural.

Gestión en Producción

Definición e implementación de esquemas productivos y tecnológicos para racionalizar recursos y optimizar procesos en el desarrollo de productos de calidad, diferenciados y competitivos.

Gestión en Comercialización

Definición de proveedores y mercados sugeridos, diseño de identidad gráfica, empaque y embalaje, para una presentación comercial acorde a las exigencias del mercado.

El sistema se organiza de la siguiente manera.

1. Formato guía principal denominado: Designación de asesores y Representantes, el cual se divide en 7 sesiones o acciones con el objetivo de coordinar la organización, es decir conocer a los miembros de la cooperativa, y determinar las posibilidades de desarrollo de productos.
2. Definición y delimitación de proceso de Gestión Empresarial, a través del cual se tocarán los principales puntos a desarrollar, tomando en cuenta las participaciones, acciones y limitaciones de cada actividad y asesor.
3. Retomar el Enfoque de Medios de Vida
4. Integración al ciclo productivo agrícola de las comunidades rurales
5. Seguimiento de etapas organizativas en el proceso de desarrollo empresarial rural por pequeños productores
6. Definición del producto: Que se producirá? Hacia que mercado se enfocará?
7. Matriz de especificaciones del Mercado
8. Matriz de Diseño y Desarrollo del Producto
9. Matriz de especificaciones de desarrollo del Producto
10. Matriz de Especificaciones de estandarización de piezas comerciales

Paso 1: Designación de Asesores y representantes

Definición de Actividad:	Creación de Celulas Familiares de Producción Artesanal					
Definición de Estrategia	Diagnóstico de Beneficiarios					
Definición de Objetivos	Identificar las cualidades y características de los futuros integrantes de la comunidad					
Comunidad a Estudiar	Nombre de la Comunidad: Ubicación geográfica:					
	No.de habitantes en la comunidad		Distribución por sexo	M: H:	No.de Familias en la comunidad	No.familias interesados en el proyecto
Objetivos específicos de la técnica	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar las cualidades y capacidades de cada integrante de la familia. - Definir las estrategias a emprender con las familias de la comunidad en relación a su integración a la cooperativa artesanal. - Establecer los mecanismos de integración internos a la familia y externos a la comunidad. - Aplicar las propuestas aportadas por los participantes en la elaboración de estrategias y actividades a emprender.. 					
Desarrollo de la técnica	Sesión 1: Presentación del Proyecto					
	Puntos específicos a tratar: <ul style="list-style-type: none"> - Entidad que propone el proyecto o programa (Institución o grupo social) -Apoyos institucionales <ul style="list-style-type: none"> - Por obtener - Formalizados (origen de el apoyo). 					

Desarrollo de la técnica	Sesión 2: Introducción y Organización
	<p>Establecer el tipo de proyecto productivo Exposición sobre un caso de éxito en comunidades trabajando con el sistema de células familiares:</p> <p>Empresa denominada "QUALI":</p> <ul style="list-style-type: none">a. Integraciónb. Productividadc. Comercializaciónd. Beneficios para los integrantes de la cooperativa.
	Sesión 3: Formalización del Proyecto
	<p>Retroalimentación de la Sesión anterior.</p> <p>Método de preguntas. Ejemplo: ¿Existen dudas, temores, incongruencias...? Redactar las respuestas para definir conclusiones.</p> <p>Identificar las familias interesadas por integrarse</p> <p>A) Levantar un censo</p> <ul style="list-style-type: none">- No. de integrantes por familia- Nivel de ingresos- Integrantes por género- Edades- Grado de Escolaridad- Identificar si cuenta con conocimientos en el oficio artesanal. <p>Actividad del Coordinador posterior a la reunión: Generar tablas con los resultados obtenidos como inicio de el diagnóstico de la comunidad.</p>

Sesión 6: Definir el Producto

Reunión grupal para definir 3 alternativas finales, analizando ventajas y desventajas.

a. Establecer requerimientos

- Forma
- Función
- Ergonomía
- Estética del producto
- Acabados
- Factibilidad
 - producción
 - costos
 - adquisición de materia prima
 - Comercialización

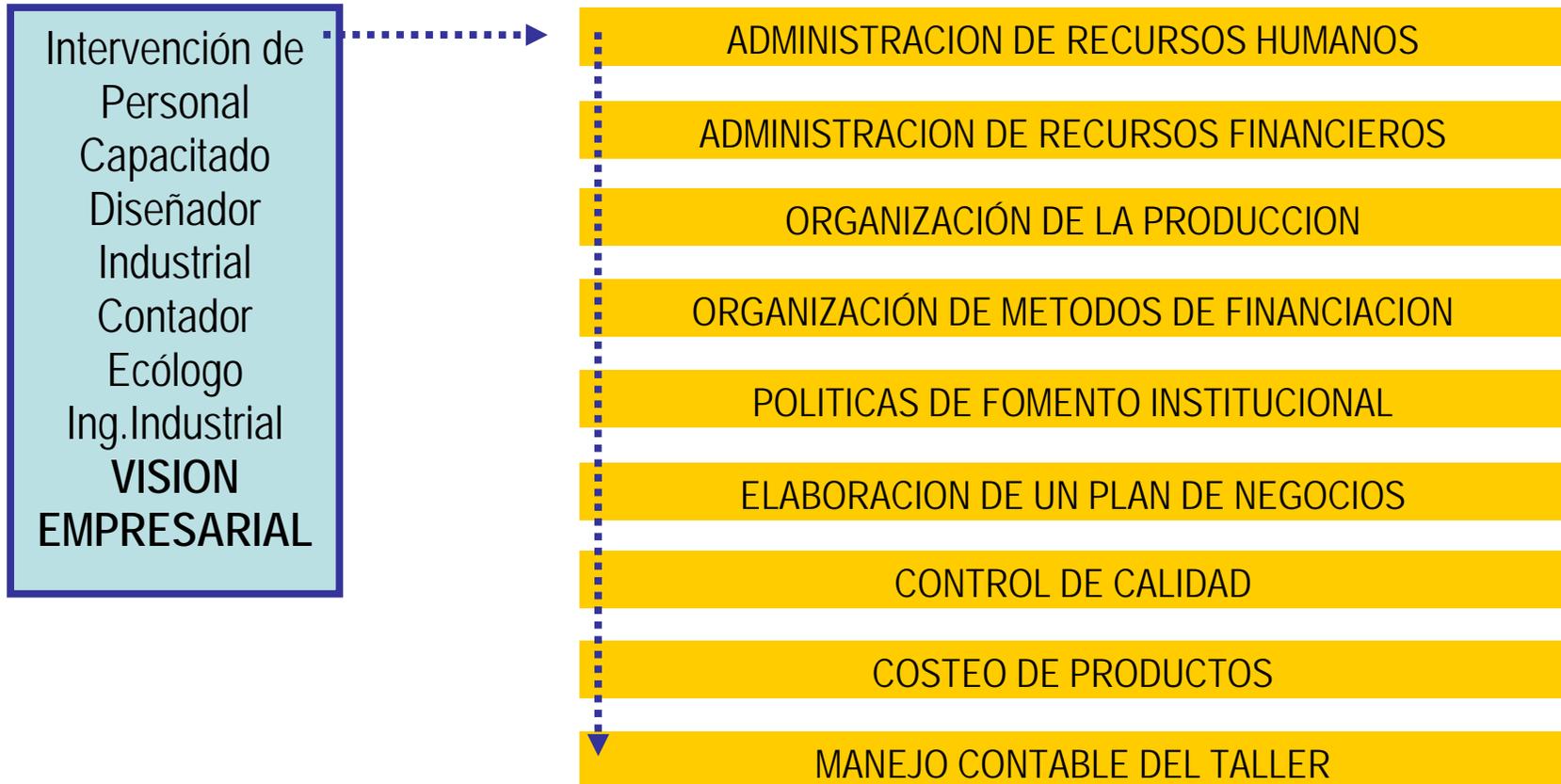
Es recomendable que durante todo el proceso relacionado con el diseño y desarrollo del producto se encuentre personal capacitado (mercadólogo, administrador, etc... según sea el caso), guiando y moderando la sesión entre los participantes y el diseñador.

Sesión 7: Desarrollo del Producto

Definir una alternativa final.

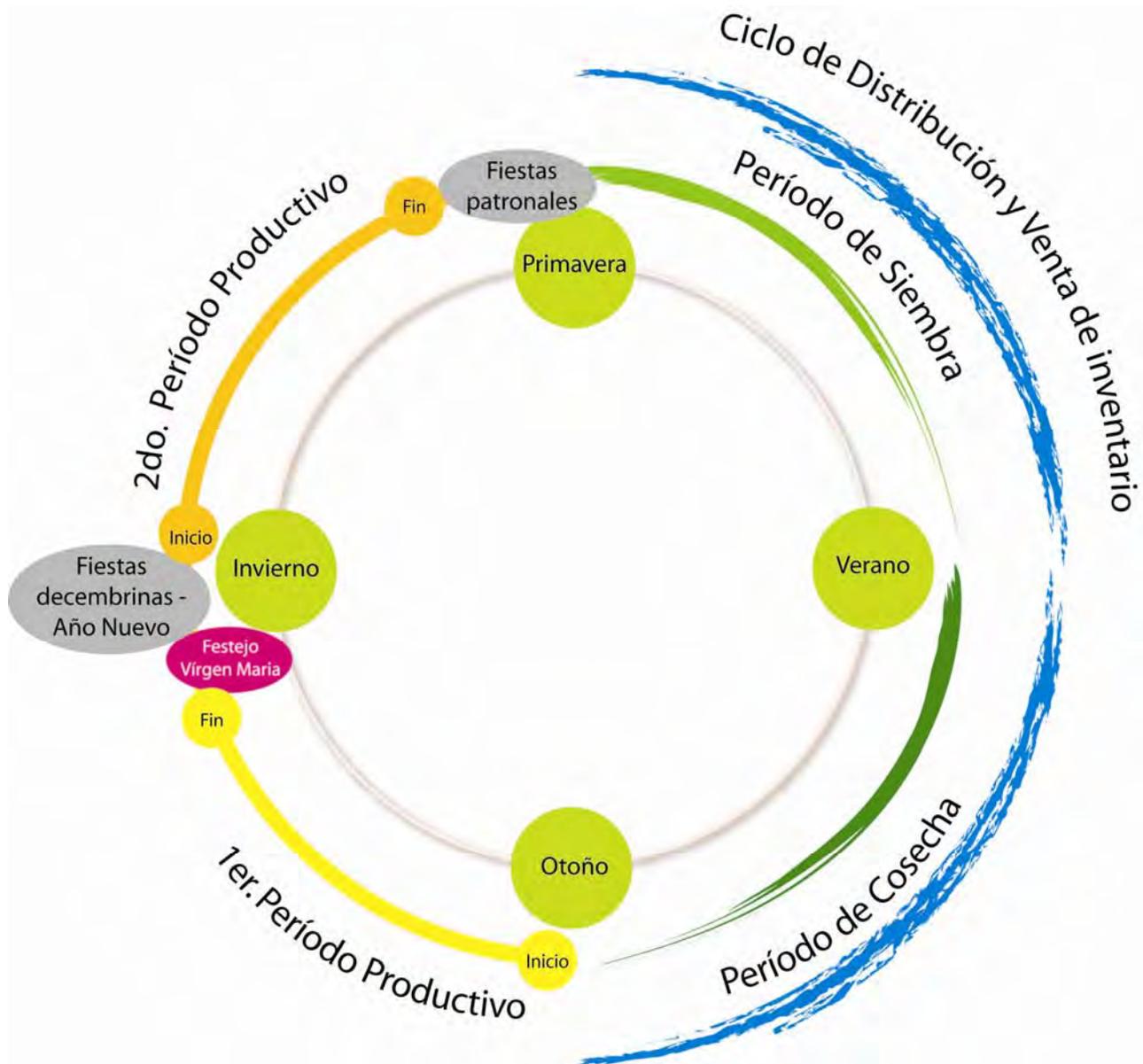
Concluir el proceso con la elección de una alternativa, es decir, analizar cual tiene mayores posibilidades de desarrollo en base a los requerimientos establecidos.

PROCESO DE GESTION EMPRESARIAL



Enfoque de medios de vida (DFID)

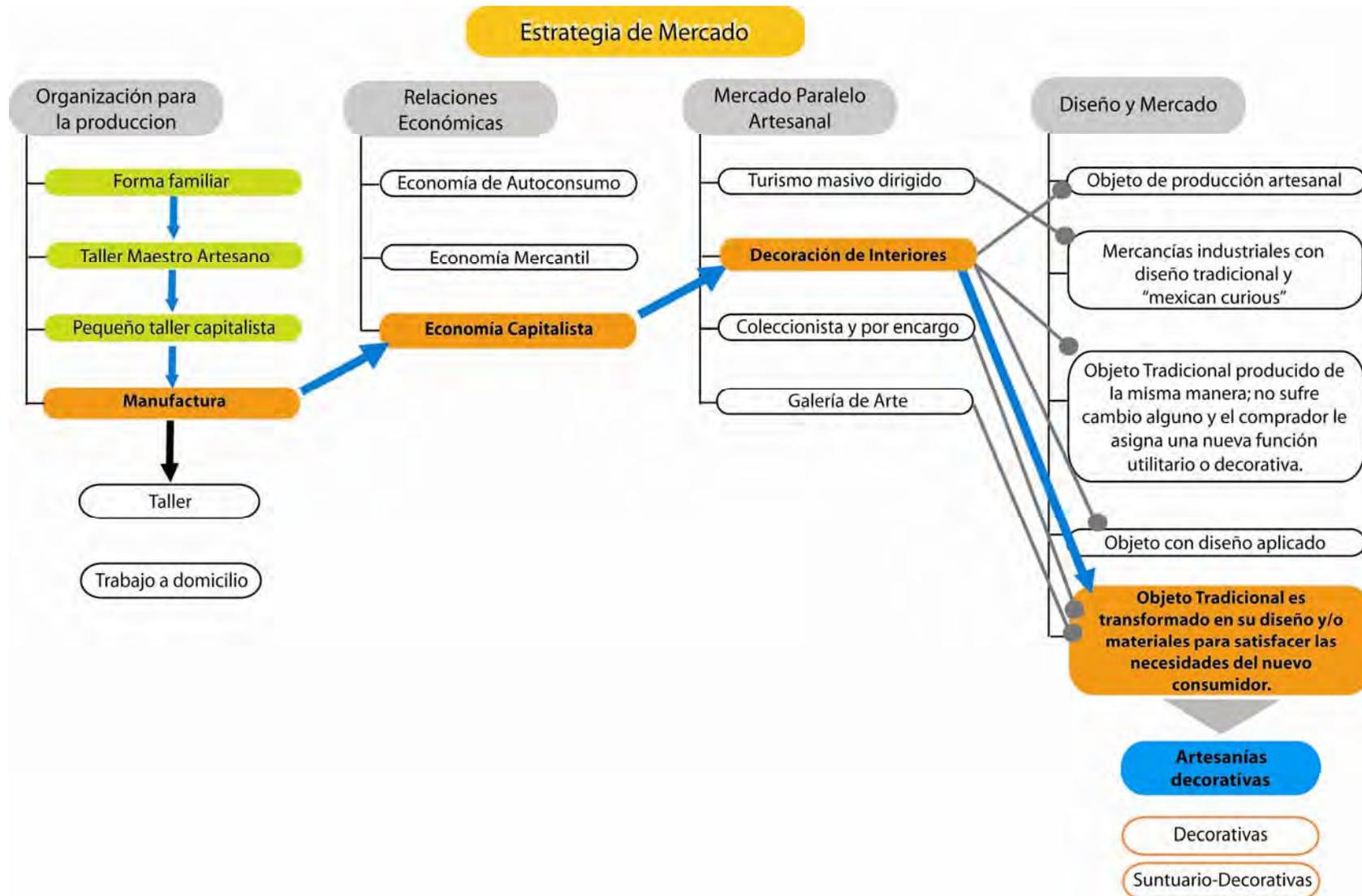




Etapas organizativas en el proceso de desarrollo empresarial rural por pequeños productores



Definición de producto: Tipos de productos que demanda el mercado



Matriz de Especificaciones del Mercado																			
Especificaciones del Mercado	Tipo de Producto																		
	Cliente potencial:	Público en general <input type="checkbox"/> Empresa de caracter privado <input type="checkbox"/>																	
	Tipo de Mercado	Cautivo <input type="checkbox"/> A consignación <input type="checkbox"/> Diseño por pedido <input type="checkbox"/>																	
		Local <input type="checkbox"/> Urbano <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Región/ Estado: _____ Internacional <input type="checkbox"/> País: _____																	
	Usuarios	Directo Hombre <input type="checkbox"/> Bebes <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Adolescentes <input type="checkbox"/> Jovenes <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Adultos mayores <input type="checkbox"/>	Indirecto Hombre <input type="checkbox"/> Bebes <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Adolescentes <input type="checkbox"/> Jovenes <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Adultos mayores <input type="checkbox"/>																
		Contexto	Área donde se ubicará: Interiores <input type="checkbox"/> Exteriores <input type="checkbox"/>																
	Cantidad solicitada	No. de piezas <input type="text"/>																	
	Normatividad a cumplir	<table border="0"> <tr> <td></td> <td>Norma Mexicana</td> <td>Norma Mexicana</td> </tr> <tr> <td>Funcionales</td> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Seguridad</td> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Ecologicos</td> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Productivos</td> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Técnico constructivos:</td> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> </table>		Norma Mexicana	Norma Mexicana	Funcionales	_____	_____	Seguridad	_____	_____	Ecologicos	_____	_____	Productivos	_____	_____	Técnico constructivos:	_____
	Norma Mexicana	Norma Mexicana																	
Funcionales	_____	_____																	
Seguridad	_____	_____																	
Ecologicos	_____	_____																	
Productivos	_____	_____																	
Técnico constructivos:	_____	_____																	

Matriz de Diseño y Desarrollo del Producto		
Especificaciones del Mercado	Formales	Concepto:
	Funcionales	
	Técnico Constructivos	
	Ergonomía	
	Seguridad	
	Mantenimiento	
	Empaque	

Matriz de Diseño y Desarrollo del Producto									
Matriz de especificaciones de producción									
Clave / No. pieza	No. Plano Especificación	Diagrama de Proceso No.	No. de piezas por producto	Material	Área responsable	Maquinaria requerida	Insumos req. para el proceso	Tiempo aprox. por pieza	Costo aprox. por pieza
Observaciones:									

Matriz de Especificaciones de Desarrollo del Producto								
Producto	Estructura			Especificaciones				
	Clave / No. pieza	Nombre	No. Plano Especificación	No. de piezas por producto	Material	Dimensiones por pieza		
						Variable	Valor	Unidad
<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 100px; margin-bottom: 10px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> Imagen </div> Nombre: _____ _____ Cliente: _____ _____ No. Clave <input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/> Autorización _____						Altura		
						∅ Interior		
						∅ Exterior		
						Calibre		
						Ancho		
						Espesor		
						Profundidad		
						Altura		
						∅ Interior		
						∅ Exterior		
						Calibre		
						Ancho		
						Espesor		
					Profundidad			
Observaciones: _____								

Matriz especificaciones de Estandarización en Piezas Comerciales										
Especificación de la pieza										
Clave / No. pieza	Gráfico o imagen	Marca	Origen del producto	Dimensiones			Piezas por unidad de material	Costo por unidad de material	Proveedor de la Cotización.	Fecha de cotización
				Variable	Valor	Unidad				
			Nacional <input type="checkbox"/>	Altura						
			Importado: <input type="checkbox"/>	∅ Interior						
			País de Origen:	∅ Exterior						
		Clave comercial	País de Origen: <input type="text"/>	Calibre				Unidad monetaria		
			Importador: <input type="text"/>	Ancho						
				Espesor						
				Profundidad						
			Nacional <input type="checkbox"/>	Altura						
			Importado: <input type="checkbox"/>	∅ Interior						
			País de Origen:	∅ Exterior						
		Clave comercial	País de Origen: <input type="text"/>	Calibre				Unidad monetaria		
			Importador: <input type="text"/>	Ancho						
				Espesor						
				Profundidad						
			Nacional <input type="checkbox"/>	Altura						
			Importado: <input type="checkbox"/>	∅ Interior						
			País de Origen:	∅ Exterior						
		Clave comercial	País de Origen: <input type="text"/>	Calibre				Unidad monetaria		
			Importador: <input type="text"/>	Ancho						
				Espesor						
				Profundidad						
Observaciones:										
Depto a cargo:						Firma de autorización:				

ANEXOS

Gestión empresarial, comercialización y diseño para la pequeña industria artesanal



Organizan:
Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI)



MCYT - Fundación Española para el Fomento de la Artesanía

La Fundación Española para la Artesanía es una entidad pública, sin ánimo de lucro, cuyo Patronato está constituido por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, el Ministerio de Economía de España y el Observatorio de la Artesanía de las Comunidades Autónomas de España. Fue creada en 1981 y su objetivo es contribuir al fomento de la pequeña industria artesana, las artes aplicadas y los oficios artísticos.

La finalidad de la Fundación es apoyar a través de acciones de capacitación y de asistencia técnica, programas de fomento del sector artesano, incidiendo en su entorno industrial, cultural y económico.

Desde 1984 la Fundación ha venido colaborando con el sector artesanal iberoamericano, en la realización de Programas de capacitación en áreas como: gestión empresarial, investigación, diseño y desarrollo de producto, documentación, comercialización y exportación, con el objetivo de que la artesanía de estos países pueda ser contemplada como una actividad productiva rentable para los sectores artesanos.

El programa está dirigido a titulares artesanos, responsables y técnicos del sector en las administraciones públicas, así como responsables de artesanía de asociaciones, gremios, cooperativas, empresas artesanales, programas de artesanía vinculados a la cooperación internacional, organismos no gubernamentales y fundaciones. Se inscribe dentro del "Programa Iberoamericano de Cooperación Técnica en materia de artesanía", de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) y el Ministerio de Ciencia y Tecnología.

La importancia del análisis de su proceso de gestión del producto, es en relación a comprender el proceso mismo de su gestión, su desarrollo y evaluación, pues es un reconocido antecedente de lo que hoy en día podemos considerar como el principio de la gestión artesanal o la gestión y desarrollo del producto artesanal.

Creación de Cooperativas: Ley General de Sociedades Cooperativas



Cooperativismo Empresarial y Solidario
Órgano Informativo de la Confederación Nacional de Cooperativa de Actividades Diversas

Año 1, Número 5, Noviembre del 2001
Índice

1. Editorial
2. Bases Constitutivas
3. Ley General Coop.

Todos pueden Constituir Cooperativas

La generación de empleo es un problema mundial al que no escapa nuestro país. La modernización tecnológica está incrementando el rezago en las pequeñas unidades económicas mercantiles. Aunado a ello, la limitada disponibilidad de capitales, también a nivel mundial y la competencia por éstos, da nueva vigencia a las formas de organización, como la cooperativa que con pocos recursos pueden generar empleo en la mayoría de las ramas de la actividad económica.

La Sociedad Cooperativa es un instrumento que, con sus éxitos y fracasos, ha podido coadyuvar a la generación de alternativas de empleo durante décadas en zonas rurales y urbanas marginadas. Es urgente eliminar las causas de los fracasos y fortalecer los factores que han contribuido a los éxitos. En particular, se podrá beneficiar a un significativo porcentaje de la parte que integra la llamada economía informal" que se adecua mejor a figuras jurídicas como la Cooperativa, como instrumento organizativo, por eso es imprescindible su modernización.

La Sociedad Cooperativa y otras formas de organizaciones para trabajadores sin capital, deben concebirse como unidades autónomas, rentables, impulsoras del desarrollo sustentable y con capacidad de acumulación de capital. Por ello, necesariamente deberá interactuar con otros grupos del sector social, así como los sectores públicos y privados.

Del Funcionamiento y la Administración.

La dirección, administración y vigilancia interna de las sociedades Cooperativas estará a cargo de:

- I.- La Asamblea General;
- II.- El Consejo de Administración;
- III.- El Consejo de Vigilancia;
- IV.- Las Comisiones que esta Ley establece y las demás que designe la Asamblea General. (Artículo 34) .

La Asamblea General es la autoridad suprema y sus acuerdos obligan a todos los socios, presentes y disidentes, siempre que se hubieren tomado conforme a esta Ley y a las Bases Constitutivas.(Artículo 35).

La Asamblea General resolverá todos los negocios y problemas de importancia para la Sociedad Cooperativa y establecerá las reglas generales que deben normar el funcionamiento social. Además de las facultades que le conceden la presente ley y las Bases Constitutivas, la Asamblea General conocerá y resolverá de:

- I.- Aceptación, exclusión y separación voluntaria de socios;
- II.- Modificación de las Bases Constitutivas.
- III.- Aprobación de sistemas y planes de producción, trabajo, distribución, ventas y financiamiento.
- IV.- Aumento o disminución del patrimonio y capital social;
- V.- Nombramiento y remoción, con motivo justificado, de los miembros del Consejo de Administración y Vigilancia; de las Comisiones especiales y de los especialistas contratados.;
- VI.- Examen del sistema Contable Interno.
- VII.- Informes de los consejos y de las mayorías calificadas para los acuerdos que se tomen sobre otros asuntos;
- VIII.- Responsabilidad de los miembros de los consejos y de las comisiones, para el efecto de pedir la aplicación de las sanciones en que incurran, o efectuar la denuncia o querrela correspondiente;
- IX.- Aplicación de sanciones disciplinarias a socios;
- X.- Reparto de rendimientos, excedentes y percepción de anticipos entre socios, y
- XI.- Aprobación de las medidas de tipo ecológico que se propongan.

Los acuerdos sobre los asuntos a que se refiere este artículo, deberán tomarse por mayoría de votos en la Asamblea General. En las Bases Constitutivas se podrán establecer los asuntos en que se requiera una mayoría calificada.(Artículo 36).

Las Asambleas Generales ordinarias o extraordinarias, deberán ser convocadas en los términos de la fracción X del artículo 16 de esta ley, con por lo menos siete días naturales de anticipación. La convocatoria deberá ser exhibida en un lugar visible del domicilio social de la sociedad Cooperativa, misma que deberá contener la respectiva orden del día; también será difundida a través del órgano local más adecuado, dando preferencia al periódico, cuando exista en el lugar del domicilio social de la Cooperativa. De tener filiales en lugares distintos, se difundirá también en esos lugares. Se convocará en forma directa por escrito a cada socio, cuando así lo determine la Asamblea General.

Si no asistiera el suficiente número de socios en la primera convocatoria, se convocará por segunda vez con por lo menos cinco días naturales de anticipación en los mismos términos y podrá celebrarse en este caso, con el número de socios que concurran, siendo válidos los acuerdos que se tomen, siempre y cuando estén apegados a esta ley y a las bases constitutivas de la sociedad Cooperativa.(Artículo 37)

Serán causas de exclusión de un socio:

- I.- Desempeñar sus labores sin la intensidad y calidad requeridas;
- II.- La falta de cumplimiento en forma reiterada a cualquiera de sus obligaciones establecidas en las Bases Constitutivas, sin causa justificada, e
- III.- Infringir en forma reiterada las disposiciones de esta ley, de las Bases Constitutivas o del Reglamento de la Sociedad Cooperativa, las resoluciones de la Asamblea General o los acuerdos del Consejo de Administración o de sus gerentes o comisionados.

Al socio que se le vaya a sujetar a un proceso de exclusión, se le notificará por escrito en forma personal, explicando los motivos y fundamentos de esta determinación, concediéndole el término de 20 días naturales para que manifieste por escrito lo que a su derecho convenga ante el Consejo de Administración o ante la Comisión de Conciliación y Arbitraje si existiere, de conformidad con las disposiciones de las Bases Constitutivas o del reglamento interno de la Sociedad

Cooperativa. Cuando un socio considere que su exclusión ha sido injustificada, podrá ocurrir a los órganos jurisdiccionales que señala el artículo 9 de esta ley. (Artículo 38).

Las bases Constitutivas pueden autorizar el voto por carta poder otorgada ante dos testigos, debiendo recaer en todo caso la representación en un coasociado, sin que éste pueda representar a más de dos socios. (Artículo 39).

Cuando los miembros pasen de quinientos o residan en localidades distintas a aquélla en que deba celebrarse la asamblea, ésta podrá efectuarse con delegados socios, elegidos por cada una de las áreas de trabajo. Los delegados deberán designarse por cada asamblea y cuando representen áreas foráneas llevarán mandato expreso por escrito sobre los distintos asuntos que contenga la convocatoria y teniendo tantos votos como socios representen. Las Bases Constitutivas fijarán el procedimiento para que cada sección o zona de trabajo designe en una Asamblea a sus delgados. (Artículo 40).

El Consejo de Administración será el órgano ejecutivo de la Asamblea General y tendrá la representación de la Sociedad Cooperativa y la firma social, pudiendo designar de entre los socios o personas no asociadas, uno o más gerentes con la facultad de representación que se les asigne, así como uno o más comisionados que se encarguen de administrar las secciones especiales. (Artículo 41).

El nombramiento de los miembros del Consejo de Administración lo hará la Asamblea General conforme al sistema establecido en esta ley y en sus Bases Constitutivas. Sus faltas temporales serán suplidas en el orden progresivo de sus designaciones, pudiendo durar en sus cargos, si la Asamblea General lo aprueba hasta cinco años y ser reelectos cuando por lo menos las dos terceras partes de la Asamblea General lo apruebe. (Artículo 42).

El Consejo de Administración estará integrado por lo menos, por un presidente, un secretario y un vocal. Tratándose de Sociedades Cooperativas que tengan diez o menos socios, bastará con que se designe un administrador. Los responsables del manejo financiero requerirán de aval solidario o fianza durante el periodo de su gestión. (Artículo 43).

Los acuerdos sobre la administración de la sociedad, se deberán tomar por mayoría de los miembros del Consejo de Administración. Los asuntos de trámite o de poca trascendencia los despacharán los miembros del propio consejo, según sus funciones y bajo su responsabilidad, debiendo dar cuenta del uso de esta facultad en la próxima reunión del Consejo. (Artículo 44).

El consejo de Vigilancia estará integrado por un número impar de miembros no mayores de cinco con igual número de suplentes, que desempeñarán los cargos de presidente, secretario y vocales, designados en la misma forma que el Consejo de Administración y con la duración que se establece en el artículo 42 de esta ley. En el caso de que al efectuarse la elección del Consejo de Administración se hubiere constituido una minoría que represente, por lo menos un tercio de la votación de los asistentes a la Asamblea, el Consejo de Vigilancia será designado por la minoría. Los miembros de las comisiones establecidas por esta ley y las demás que designe la Asamblea General, durarán en su cargo el mismo tiempo que los de los consejos de Administración y de Vigilancia. Tratándose de Sociedades Cooperativas que tengan diez o menos socios, bastará con designar un comisionado de vigilancia (Artículo 45).

El Consejo de Vigilancia ejercerá la supervisión de todas las actividades de la Sociedad Cooperativa y tendrá el derecho de veto para el solo objeto de que el Consejo de Administración reconsidere las resoluciones vetadas. El derecho de veto deberá ejercitarse ante el Presidente del Consejo de Administración, en forma verbal e implementarse inmediatamente por escrito dentro de las 48 horas siguientes a la resolución de que se trate. Si fuera necesario, en los términos de esta ley y de su reglamento interno, se convocará dentro de los 30 días siguientes, a una Asamblea General Extraordinaria para que se aboque a resolver el conflicto. (Artículo 46).

En todas las Sociedades Cooperativas que esta ley menciona, será obligatoria la Educación Cooperativa y la relativa a la Economía Solidaria. Para tal efecto, se definirán en la Asamblea General los programas y estrategias a realizar. (Artículo 47)

Las Sociedades Cooperativas tendrán las áreas de trabajo que sean necesarias para la mejor organización y expansión de su actividad Cooperativa. (Artículo 48).

Cooperativas de Producción

Título 3.- Pérdida de la Calidad de Socio.

Cláusula 10 A.- La Calidad de Socio de la Cooperativa se pierde:

3.1.- Separación Voluntaria.

3.2.- Pensión, Jubilación, Muerte.

3.3.- Exclusión.

Cláusula 11 A.- Los socios podrán retirarse voluntariamente de la Sociedad, cuando así lo dispongan, y solicitar a la Cooperativa la devolución de sus Certificados de Aportación. Para tal efecto presentarán su solicitud por escrito al Consejo de Administración, el cual resolverá en un periodo no mayor de treinta días. La cantidad definitiva inherente a la devolución del importe de sus certificados de aportación, se le notificará al socio, al finalizar el ejercicio y se entregará en términos de lo dispuesto por el Capítulo III, Título 3 de estas Bases Constitutivas.

Cláusula 12 A.- Los socios que se separen voluntariamente, serán responsables de las obligaciones contraídas por la Sociedad hasta la fecha en que efectivamente dejen de prestar sus servicios.

Cláusula 13 A.- El socio que reúna los requisitos establecidos para Pensión, Jubilación, podrán solicitar al Consejo de Administración que provisionalmente le reconozca dicha condición, la cual se resolverá en definitiva, en la siguiente Asamblea General. Las Prestaciones por pensión o jubilación, según el caso, se establecerán en la tabla correspondiente, autorizada por la Asamblea General.

Cláusula 14 A.- El socio que fallezca perderá automáticamente la calidad de socio, y los créditos a su favor se le reconocerán a los beneficiarios designados en su testamento, o a falta de éste, en La Cédula que para tal efecto llevará a cabo la Cooperativa, debidamente firmada por el socio.

Cláusula 15 A.- Son Cláusulas de Exclusión, las siguientes:

- a).- Negarse sin motivo justificado a desempeñar cargos, puestos o comisiones que le encomiende la Administración de la Cooperativa.
- b).- Por mala conducta comprobada, entendiéndose en forma enunciativa y no limitativa, la falta de lealtad, de honradez, para con la sociedad y los integrantes de la misma; así como difamar o calumniar a los funcionarios o integrantes de la Sociedad.
- c).- Cuando por negligencia, descuido, dolo o notoria incompetencia, provoque o cause perjuicios graves a los bienes de la Cooperativa.
- d).- Cuando sus actos redunden en grave desprestigio de la Sociedad, o en serio detrimento de los intereses materiales y morales de ésta.
- e).- Por promover asuntos políticos dentro de las instalaciones industriales o administrativas de la Cooperativa.
- f).- Por hacer labor subversiva o de intrigas personales en contra de la Sociedad, de sus funcionarios o de sus socios.
- g).- Por cometer el trabajador, actos inmorales dentro de las instalaciones de la Cooperativa, presentarse en estado de ebriedad, bajo el efecto de cualquier estupefaciente psicotrópico o golpear a un funcionario o trabajador de la misma.
- h).- Por negarse a adoptar las medidas preventivas, sanitarias y de seguridad indicadas por los departamentos de Higiene y Seguridad correspondientes.
- i).- Por desempeñar su actividad inherente a su puesto, sin la intensidad y calidad requerida.
- j).- Faltar al desempeño de su trabajo en la Sociedad, sin previo permiso o causa justificada durante cuatro días seguidos, en un periodo de treinta días.
- k).- Por infringir las disposiciones de la Ley General de Sociedades Cooperativas, de estas Bases Constitutivas, del Reglamento de la Sociedad o de las resoluciones de la Asamblea General, o acuerdos del Consejo de Administración y de la Gerencia General.

Cláusula 16 A.- El proceso de exclusión de un socio, deberá sujetarse al siguiente procedimiento.

- a).- El Consejo de Administración, por escrito, le notificará al socio las causas y fundamentos por los cuales será sujeto al proceso de exclusión.

b).-Le concederá un plazo de veinte días naturales, para que por escrito presente al Consejo de Administración o a la Comisión de Conciliación y Arbitraje los argumentos que a su derecho convengan, y aporte en su caso las pruebas correspondientes.

c).-El Consejo de Administración o la Comisión de Conciliación y Arbitraje integrará el expediente y emitirá su resolución al efecto.

d).- En caso de considerar responsable al socio, lo suspenderá de inmediato y turnará el asunto a la Asamblea General, la que resolverá en definitiva.

e).-En caso de que el Consejo de Administración determine que son improcedentes los cargos, archivará el asunto como definitivamente concluido y expedirá un escrito al socio, exonerándolo de los cargos.

Capítulo III.

Capital Social y Certificados de Aportación

Título 1.- Capital Social.

Título 2.- Certificados de Aportación.

Título 3.- Devolución del Haber Social.

Título 1.- Capital Social.

Cláusula 17 A.- El capital Social de la Sociedad será ilimitado, estará representado por Certificados de Aportación y se integrará con las aportaciones que en efectivo, bienes, derechos o trabajo efectúen los socios, y con los rendimientos y porcentaje de reevaluación de activos que la Asamblea General acuerde se destinen para incrementarlo.

El Capital Social deberá actualizarse anualmente con base en los Índices de Inflación General de Precios que emita el Banco de México, S.A. La parte del Capital Social correspondiente a cada socio se denominará haber social.

Cláusula 18 A.- Para Ingresar a la Sociedad, el socio deberá suscribir un Certificado de Aportación y exhibir cuando menos el 10% (diez por ciento) del valor de dicho certificado.

Cláusula 19 A.- El Haber Social, excepto la parte correspondiente a la actualización acumulada proveniente tanto de rendimientos como de aportaciones en efectivo, bienes, derechos o trabajo que efectúen los socios, y cuya suma exceda de (el número varía dependiendo de la Cooperativa) certificados, podrá recibir intereses, los cuales serán los que fije la Asamblea General.

*El interés a que se refiere esta cláusula, en ningún caso podrá exceder el ---% (por ciento) de la tasa bancaria por inversiones a plazo fijo de 360 días.

Para determinar la base del cálculo del interés a que se refiere esta cláusula, los saldos que se considerarán serán los correspondientes al días último del mes inmediato anterior, deduciéndose a éstos, los adeudos que el socio tuviere con la Sociedad.

Título 2.- Certificados de Aportación.

Cláusula 20 A.- Los Certificados de Aportación serán normativos, indivisibles, de igual valor, y se expedirán al quedar íntegramente pagado su importe. Solo podrán ser transferibles en las condiciones previstas en la Ley General de Sociedades Cooperativas, y cada certificado tendrá un valor de \$

Cláusula 21 A.- La Cooperativa podrá emitir Certificados de Aportación para Capital de Riesgo por tiempo determinado, de acuerdo a lo previsto en el artículo 63 de la Ley General de Sociedades Cooperativas.

Título 3.- Devolución del Haber Social.

Cláusula 22 A.- La Devolución del Haber Social de un socio, sólo se efectuará cuando se separe de la Sociedad por cualquiera de las causas previstas en el capítulo II, Título 3 de estas Bases Constitutivas, y se entregará en cantidades mensuales de igual valor, y en el mismo plazo en que lo constituyó, el cual no podrá exceder de años, excepto para el socio excluido, la cual se sujetará a lo dispuesto en la Cláusula 23 de estas Bases Constitutivas.

La cantidad correspondiente al concepto denominado –Reevaluación-, se entregará en cantidades mensuales iguales, en un plazo de años y la cual no generará intereses.

La cantidad reconocida al socio como Devolución del Haber Social, excepto la del socio excluido, recibirá un interés anual sobre saldos insolutos, igual al establecido en la Cláusula 19 A.

La devolución del saldo representado por el interés acumulado de su Haber Social, en términos de la Cláusula 19 A, se entregará en un plazo de un año.

Cláusula 23 A.-El socio excluido tendrá derecho a que se le devuelva el importe de su Haber Social, siempre que no tenga responsabilidades pendientes con la Sociedad, ya que en este caso, queda convenido que del importe de sus aportaciones se deducirá el de sus responsabilidades. La devolución se hará estrictamente dentro de un plazo igual al tiempo en que el socio excluido hubiere cubierto el valor de sus certificados.

Cláusula 24 A.- El periodo de devolución del Haber Social y Reevaluaciones a que se refiere este título, se iniciará al mes siguiente de aprobada la separación del socio por el Consejo de Administración.

Tomando en cuenta esta división, la Ley General de Sociedades Cooperativas reconoce *dos tipos de cooperativas* a las cuales denomina:

- COOPERATIVAS DE PRODUCTORES
- COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES

La sencillez y generalidad de esta disposición legal permite la formación de toda clase de cooperativas para atender las más variadas manifestaciones económicas y actividades de la gente común como tu y como yo.

El artículo 2° de la Ley General de Sociedades Cooperativas define a las sociedades cooperativas como una forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicio.

COOPERATIVAS DE PRODUCTORES

La definición se encuentra en el artículo 27 de la Ley General de Sociedades Cooperativas de la siguiente forma:

Son sociedades cooperativas de productores, aquellas cuyos miembros se asocien para trabajar en común en la producción bienes y / o servicios, aportando su trabajo personal, físico o intelectual. Independientemente del tipo de producción a las que estén dedicadas, estas sociedades podrán almacenar, conservar, transportar y comercializar sus productos, actuando en los términos de esta ley."

Una cooperativa de producción es una organización donde los socios son dueños y son *trabajadores*. Se trata de cooperativas que dentro de sus posibilidades aceptan el ingreso de los aspirantes que moral y profesionalmente estén capacitados para cumplir *el objeto social* de la cooperativa. Lo cual quiere decir que no pueden utilizar el trabajo de personas extrañas a la cooperativa (asalariados), sino únicamente en los casos en que se trate de *tareas ocasionales*, en las cooperativas de productores *el excedente o ganancia* obtenida al término del ejercicio social se distribuye entre los socios de acuerdo con el tiempo trabajado en la sociedad, así como con la cantidad y calidad de ese trabajo.

Características de las cooperativas de productores.

Las cooperativas de productores tienen un doble valor para sus socios, puesto que representan a la vez la forma de ganarse la vida y el *instrumento* para liberarse de las condiciones de trabajo tradicionales, las cuales generalmente resultan ventajosas para el patrón e injustas para el trabajador.

Los socios deben trabajar directamente en la cooperativa y lo que producen les pertenece a todos, es decir, son *trabajadores y dueños a la vez*. Por ello los socios dedican sus esfuerzos y trabajo a la cooperativa no sólo dentro del horario establecido, sino también en algunas horas de descanso.

Cuando nace una cooperativa de producción generalmente cuenta con el gran entusiasmo de sus asociados, pero padece de escasos recursos financieros y lucha contra la hostilidad de empresas industriales más poderosas. Para que la cooperativa sobreviva, los trabajadores mismos tienen que hacer una serie de sacrificios económicos, con el objeto de competir en precios y calidad con otros productos, así como para aumentar el capital de la sociedad y poder hacer frente a la competencia. El desarrollo económico de las sociedades cooperativas de producción descansa fundamentalmente en *el trabajo físico e intelectual de sus miembros*.

En este tipo de cooperativas, los socios realizan el trabajo *que de acuerdo con sus conocimientos y aptitudes* pueden desarrollar más apropiadamente.

Los rendimientos (o total de utilidades obtenidas en un determinado periodo) se distribuyen entre los socios después de separar los fondos sociales señalados por la Ley General de Sociedades Cooperativas y de acuerdo con la cantidad, calidad y tiempo trabajado en la cooperativa.

Estas cooperativas se dedican a la producción de bienes o servicios *para el público*. Pueden organizar una *sección de consumo*, para que los bienes o servicios que la cooperativa produce también sean adquiridos por los mismos socios.

Clasificación

Básicamente existen dos tipos, de las cuales se desprenden diferentes especialidades:

A) Cooperativas de producción. Las cuales necesitan *medios de producción* para la *transformación de la materia prima* y realización del trabajo en común. Entre ellas se encuentran:

Cooperativas de producción *para la transformación*. Que transforman la materia prima en un producto, como por ejemplo vestido, pan, calzado, etc.

Cooperativas de producción *extractivas* (mineras, cementeras, pesqueras, salineras, etc).

Cooperativas de producción *para la prestación de servicios* (hoteleros, transportación, turísticos, etc).

Cooperativas de producción forestal (los cocoteros, la lechuguilla).

B) Cooperativas de trabajo. Se dedican a la *prestación de servicios de tipo profesional* o de alguna *especialidad*; entre ellas se encuentran cooperativas con las siguientes actividades:

Cooperativas de *servicios profesionales*.- Prestan servicios en una especialidad o en equipos interdisciplinarios como asesoría jurídica, consultoría para proyectos, servicio escolar, médico, etcétera.

Cooperativas de *servicios urbanos*.- Como las de aseo de edificios, reparaciones de vivienda, servicio doméstico a domicilio, guarderías infantiles, etcétera.

Cooperativas de *actividades culturales*. - Organizan actores y artistas en general.

Cooperativas de *contratación colectiva de mano de obra*.- Como en el caso de actividades en las que la mano de obra sea especializada, por ejemplo: cosechadores, operadores de máquinas, etcétera.

Categorías: En algunos casos, la participación del Estado puede ser de gran beneficio para las cooperativas; de ahí que tanto cooperativas de productores como de consumidores puedan *asociarse* con los gobiernos federal, estatal o municipal, tal como lo señala el artículo 32 de la Ley General de Sociedades Cooperativas. De lo anterior se desprenden dos categorías de cooperativas:

a) Ordinarias

b) De participación Estatal

Son sociedades cooperativas ordinarias, las que para funcionar requieren únicamente de su constitución legal

Cooperativas de participación estatal

Son aquellas que se asocian con las autoridades Federales, estatales o municipales, para la explotación de unidades productoras o de servicios públicos, dados en administración, o para financiar proyectos de desarrollo económico a niveles local, regional o nacional.

El sistema de producción artesanal, Velásquez Mastretta Gustavo

La artesanía mexicana, puede considerarse como una actividad que nace paralelamente con el hombre, misma que ha evolucionado para dejar paso a la pequeña, mediana y gran industria, pero en forma indudable, se puede consignar como una fuente de trabajo temporal o permanente de la cual derivan sus ingresos las personas dedicadas a las diferentes formas de creación artística. Artesanos carentes de recursos para su mejor desenvolvimiento. Actualmente existe un clima favorable para que, fuera de posturas demagógicas, se emprenda un camino de revaloración e integración de esta gran fuerza de trabajo, que durante mucho tiempo ha permanecido marginada y en el mayor de los casos ha laborado a nivel de subsistencia.

Este sector presenta las características más acentuadas de nuestro sub-desarrollo económico: falta de control y cuantificación de los recursos humanos y materiales, baja productividad, ausencia de organización productiva, crónico analfabetismo, carencia de protección legal, pobreza y raquitismo de las operaciones comerciales, incipiente auxilio financiero enmarcado exclusivamente a la banca oficial, tratamiento injusto de tasas impositivas, aunado todo esto a la falta de un régimen de seguridad social.

Este horizonte, se ve aún más fortalecido en virtud de no poder determinar un sistema de producción específico, debido a la diversidad de la concentración de las actividades del artesano que van, desde su calidad de patrón, hasta la de trabajador, siendo a la vez productor y distribuidor.

Sin embargo, este problema no ha pasado desapercibido para el Gobierno de la República y consciente de ello, creo en 1961 el Fideicomiso para el Fomento a las Artesanías con un patrimonio que resulta hoy pequeño, comparado con la magnitud de las necesidades actuales del sector artesanal.

Sus funciones son las siguientes:

1. Otorgar asistencia crediticia para adquirir materias primas, herramientas y maquinaria.
2. Promover la comercialización de sus productos, por medio de la instalación de tiendas.
3. Otorgar asistencia técnica para el mejoramiento de los productos artesanales, conservando sus orígenes tradicionales.
4. Realización de estudios técnicos, para elevar la productividad artesanal.

Paralelamente con esta institución, existen otros organismos oficiales que coadyuvan al desarrollo de esta actividad como son: la Secretaría de Comercio Exterior, que promueve la exportación; la secretaria de Turismo, quien propugna por dar a conocer la gama de productos artesanales en el mercado extranjero; el Programa Nacional Fronterizo, que establece centros de distribución en las ciudades fronterizas, la Secretaría de Comercio a través de su Dirección de Ferias y Exposiciones, el Consejo Nacional de Artesanías, convocado por la Secretaría de Comercio y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, Instituciones que tiene por objeto, agrupar a todos los artesanos del país y poder jerarquizar sus problemas.

La creación e intervención de estas Instituciones y organismos mencionados, forman un sistema que busca el mejor logro de la actividad artesanal, dependiendo en gran parte de los recursos económicos y técnicos de que disponen para extender y fortificar los beneficios a toda esta gran fuerza de trabajo, para que sus productos sean de mejor calidad y puedan competir sin desventajas en el mercado exterior, tomando como base un mayor desarrollo en la productividad, acceso de financiamiento oficial y privado, empleo de mejores técnicas de producción y el establecimiento de un sistema tributario y de seguridad social, que permitan proteger en mejor forma a este sector que por mucho tiempo ha permanecido olvidado. Sin embargo, es preciso señalar a grandes rasgos,

que los esfuerzos hasta hoy realizados no han sido lo suficientemente canalizados a favor de la artesanía mexicana, paria del arte, por la falta de integración de dichos organismos y la ausencia de una política que fije las metas a seguir, provocando con ello, la duplicidad de esfuerzos y el dispendio de nuestros escasos recursos. (Administración de los Sistemas de Producción, Velásquez Mastretta Gustavo)

La Artesanía considerada como un producto folclórico, con alta connotación cultural, Martín Juez Fernando

La Artesanía suele ser considerada como un producto *folclórico, elaborado a mano, artístico o con alta connotación cultural*, y realizado con *materias primas locales* sobre la base de *habilidades tradicionales*. A la artesanía se le relaciona generalmente con la producción de series pequeñas, sin estándares, para mercados locales; con manufacturas desiguales y una producción irregular. Aunque no se debe olvidar que lo que lo caracteriza puede ser también el que su finalidad es ser manufacturado para su oferta en el mercado.

Las llamadas habilidades tradicionales –la transmisión de generación tras generación de costumbres e ideas en torno a las técnicas de producción, los usos y significados del objeto-, se han transformado continuamente entre el artesanado: éste ha ido incorporando (aun eventualmente) nuevas tecnologías, otros materiales y símbolos renovados a sus productos, de manera que el término “tradicional” tiene que ser fechado para saber de qué tiempo estamos hablando y establecer un criterio de valoración al respecto. Lo mismo ocurre con las calificaciones de “artístico” y de “alta” o “baja connotación cultural” de un producto: esta apreciación es relativa al usuario y una comunidad específica, y por lo mismo, está vinculada a la permanencia de sus gustos, la dinámica de sus cambios y las perspectivas de valoración subjetivas. Hoy en día, gran parte de los artesanos obtienen la materia prima de regiones muy distantes de su lugar de trabajo, y muchos de ellos usan equipos, herramientas y técnicas de producción mecánicas (como los moldes, utilizados desde hace milenios); en contrapartida, diversos procesos industriales imitan el aspecto “único”, irregular e imperfecto del trabajo artístico y manual, incorporándolo directamente en varias fases de la producción y adoptando herramientas, recursos técnicos y ornamentos populares que dan a sus productos un aspecto menos uniforme, similar al de los objetos artesanales y antiguos.

Aunque persisten formas de organización productivas características de la manufactura domestica de la artesanía (particularmente en las naciones y regiones más marginadas del comercio global), la influencia de nuevas modalidades en la gestión y la organización productivas, así como en las formas de financiamiento y regulación impositiva a las empresas públicas y privadas, la internacionalización de los mercados, y la discriminación en naciones o regiones productoras y países consumidores, además de la extraordinaria influencia de la publicidad del deseo y la “necesidad” de ciertos productos, han modificado las condiciones reales y, con ellas, la idea clásica de lo que era la esfera domestica de la producción artesanal. Las condiciones materiales y el sentido de la artesanía han cambiado profundamente hace muchas décadas, con los procesos de globalización. Dos intelectuales brillantes lo expresaron así hace más de 150 años:

“Hoy en día las industrias ya no emplean materias primas indígenas, sino materias primas venidas de las más lejanas regiones del mundo, y cuyos productos no sólo se consumen en el propio país, sino en todas la partes del globo. En lugar de las antiguas necesidades, satisfechas con productos nacionales, surgen necesidades nuevas, que reclaman para su satisfacción productos de los países más apartados y de los climas más diversos... Se establece un intercambio universal, una interdependencia universal de las naciones”(Karl Marx y Friedrich Engels, en el Manifiesto Comunista de 1848).

Martín Juez Fernando, Contribuciones para una antropología del diseño, Edit. Gedisa: Antropología, 1ª. Edición 1999, Pág.:42-44.

Contextos para un diseño artesanal mexicano, Victoria Novelo Unas preguntas y un par de respuestas posibles

Es muy antigua la historia de las artesanías de México. Las destrezas, habilidades e imaginaciones creadoras de los artífices prehispánicos no sucumbieron con la empresa conquistadora. Se transformaron, se mezclaron, se reinventaron, pero, sobre todo, continuaron cultivándose. A varios siglos de distancia todavía podemos reconocer la estirpe en muchas obras de artesanía contemporánea. Eso significa sin lugar a dudas que la tradición del trabajo artístico y el desarrollo de oficios que tienen que ver con producir objetos para los distintos espacios donde transcurre la vida de la población es una herencia viva. Y aunque en algunos nichos de nuestra sociedad está vigente la utilidad social de productos artesanales, la creencia más generalizada es que las artesanías son signo de atraso y, que en el mejor de los casos, sirven para atraer turismo, o decorar el cuarto de "la muchacha" en las telenovelas. No se piensa que el trabajo artesanal, tan extendido en nuestro país, podría tener desarrollos distintos si se le utiliza en la producción de objetos necesarios para la vida cotidiana de las grandes mayorías; parece ser que sólo las elites de buen gusto que buscan distinguirse o los turistas se sienten atraídos por el trabajo artesanal; en términos generales el trabajo artesanal no tiene un reconocimiento social ni como creador de riqueza, ni como marca de diseño, ni como proveedor de productos útiles.

Si repasamos algunas acciones que se han llevado a cabo con el objetivo aparente de fomentar y mejorar la producción artesanal para elevar la calidad de vida de los productores, son pocos los signos positivos que encontraremos. Hay múltiples ejemplos de comerciantes, ávidos de ganancias rápidas que, aprovechando el bajísimo costo de la mano de obra nacional llegan a los pueblos artesanos con pedidos de escala industrial de objetos casi siempre del peor gusto y promesas (incumplidas) de compras futuras. Hay trabajo de organizaciones de empresarios que van a comunidades artesanas a proponer mejoras a la producción, (a veces de calidad, o de cambio de producto) y a comercializar los productos. Este tipo de trabajo, cuando logra una cierta permanencia y un nivel de ventas que permite una vida digna, ha influido positivamente educando a los artesanos en nuevos métodos de organización del trabajo y de cooperación para la venta. Es el caso de algunas cooperativas de mujeres que producen textiles en Chiapas, Yucatán y en la sierra de Puebla; sin embargo, las mejoras han incidido en una elevación de los precios, con lo que el consumo tradicional se ve afectado al quedar los productos fuera de la capacidad adquisitiva de sus miembros.

De unos años para acá han surgido grupos de maestros y alumnos de las carreras de diseño de algunas universidades y escuelas (UAM, EDA, UIA) quienes, originalmente invitados por organismos oficiales de promoción artesanal o por Casas de las Artesanías para realizar su servicio social con artesanos, brindan asesoría, generalmente proponiendo nuevos modelos. Con todo y que la propuesta estética es generalmente mejor que la que imponen los comerciantes, los productos están pensados para el gusto del comprador turístico usando el trabajo manual sólo como adorno, (trasladando habilidades como el bordado a ciertas prendas) o incorporándolo en productos modernos (fundas para anteojos en telas o pieles bordadas, pintadas o pirograbadas o portafolios de madera laqueada, produciendo a veces objetos que parecen pertenecer a la familia de Pedro Picapiedra) pero sin innovar realmente los productos en cuanto a la coherencia de forma y función, es decir, sin proponer la producción de objetos artesanales concebidos como respuestas integrales a ciertas necesidades de objetos.

Muy poco se hace para crear y promover el gusto por la producción artesanal del país con exposiciones itinerantes y museos, en los

habitantes/consumidores en potencia del país; casi nada se hace en el terreno educativo masivo, salvo algunos programas en la radio y la TV cultural del país de poca penetración. Las tácticas basadas en apostar todo al comercio fallan a mediano y largo plazo porque no se considera el asunto de forma integral. Ni se cuidan las materias primas, ni se conocen los procesos de trabajo y la organización de la producción. No hay estudios, ni métodos de mercadotecnia, ni campañas educativas, ni nada que permita diagnosticar seriamente la dinámica entre las necesidades de productos, con la oferta de mano de obra diestra y calificada y el acceso a consumidores que puedan garantizar ventas crecientes y, sobre todo estables.

¿QUÉ HACER?

Una posibilidad es que se eduquen los gremios de artesanos. Esto puede significar la posibilidad de acceder a una mayor capacitación e información en general, sobre todos los aspectos que atañen a sus oficios, estimulando los cambios que se orienten a garantizar una mejor calidad de vida colaborando en la tarea de dignificación de la artesanía y sus productores con una puesta al día de sus técnicas. El conservadurismo a ultranza, así como la defensa acrítica de la tradición ha resultado perjudicial para muchos artesanos. No es raro en México encontrar a defensores del arte y las artesanías populares que basan sus criterios de calidad en el uso de métodos arcaicos de trabajo que producen desgaste innecesario en los productores. El trabajo artesanal no demerita si en su elaboración intervienen métodos y materiales que faciliten la producción y eviten la esclavitud. Los valores, la estética y la mano creativa tampoco dejan de existir si la organización del trabajo cambia para poder enfrentar con más eficiencia los problemas de la producción.

Pero difícilmente se podrá innovar si no hay una modificación sustancial en la sociedad en el sentido de cambiar los estilos y gustos en el consumo de productos de uso cotidiano en general para provocar cambios en la producción. Y aquí entra lo más difícil: la propuesta de un trabajo conjunto artesanos-diseñadores-empresarios. A mí me gusta imaginar una oferta de productos necesarios –en la cocina, el baño, el comedor, el cuarto infantil, el mobiliario escolar, las oficinas, los hoteles, hospitales, los jardines- que combinen tanto la “mezcla” de la artesanía tradicional en uso, como nuevos productos que estén diseñados con materiales cuya transformación pueda utilizar adelantos técnicos con habilidades artesanales. En un país con una mano de obra diestra no se debería seguir produciendo con una organización del trabajo que deja fuera de la producción a crecientes números de individuos; en un país con carencias materiales como el nuestro, sería deseable ofrecer artículos que mejoren el trabajo doméstico y que tengan, a la vez, buena calidad y precio accesible. Con planeación y, especialmente con imaginación, esta no debería ser una tarea imposible.

¿Por qué en Italia, y no en México, se tejen suéteres que incorporan símbolos y signos mexicanos?, ¿Por qué la joyería popular mexicana no es de consumo masivo?, ¿Por qué los manteles y servilletas de algodón tejidos en telar sólo los compran los turistas? ¿Por qué hay tan pocos empresarios en México que fabrican muebles de alta calidad en forma artesanal y a gran escala?

Me parece que las respuestas andan por el lado de la casi nula imaginación creativa de los industriales mexicanos; de la falta de trabajo conjunto empresarios-diseñadores en la propuesta de productos útiles para la vida cotidiana de las familias mayoritarias de México y de la incapacidad organizativa de los talleres artesanales. A eso hay que añadir una concepción de la historia como algo pasado y bien muerto, que a veces “inspira” a los diseñadores que buscan la esencia de “lo mexicano” para fijarlo en sus logotipos, carteles o estampados y no como una herencia viva que creativamente puede ser desarrollada con una propuesta estética también mexicana, pero moderna y acorde con las necesidades actuales. (“Contextos para un diseño Artesanal Mexicano”, Victoria Novelo)

Características de la producción artesanal, Victoria Novelo

Una característica de la producción artesanal es que se realiza en forma manual y el uso de instrumentos de trabajo sirven para auxiliar al productor; ninguna herramienta sustituye a la mano del hombre. La técnica artesanal significa que para producir, existe un conjunto inseparable formado por la materia prima y las herramientas.

Sin embargo, la producción artesanal ha subsistido por varias razones: porque la fábrica no puede producir objetos que desempeñan un papel simbólico en las costumbres y rituales del pueblo; porque los artesanos producen más barato algunos artículos; porque hay artesanías que no pueden ser hechas en fábrica y también porque para un sector de la población, las artesanías son preferidas por el trabajo manual que llevan incorporado.

Puede decirse que en el México actual existen básicamente cuatro formas de producción artesanal.

FORMA FAMILIAR DE PRODUCCION

La primera de ellas es la forma familiar de producción. La encontramos funcionando sobre todo en las áreas rurales y muchas veces en forma paralela a la producción agrícola, el pastoreo o la pesca. El ingreso derivado de la producción artesanal es muchas veces superior al ingreso agrícola, sobre todo en los lugares donde las parcelas son pequeñas o de mala calidad. El oficio es transmitido dentro de la familia, el producto es elaborado en su totalidad por la unidad familiar, las herramientas usadas son sencillas y también elaboradas por la familia.

El trabajo se divide por sexo y por edad, de manera que hay tareas a cargo de los hombres, otras a cargo de mujeres y otras a cargo de los niños y los ancianos. Dependiendo del producto que se elabore, la materia prima puede requerir de mucho labor, por ejemplo, convertir la lana en hilo para tejer o la tierra en barro para la alfarería. Cuando la familia puede ahorrarse esa labor, compra la materia prima en el mercado a los comerciantes, por lo que muchas veces las familias artesanas están endeudadas porque su nivel de ingresos no les permite ahorrar y compran fiado.

El trabajo se hace en la casa de la familia, sin horarios rígidos, al ritmo personal, sólo con la urgencia o prisa que provocan las lluvias o las deudas. La unidad familiar es la preferida por los comerciantes que, para juntar mercancía, reparten la materia prima en miles de unidades domésticas que elaboran prendas de vestir, hamacas, sombreros, bordados, etcétera. La organización familiar del trabajo, la encontramos con mayor frecuencia en los estados más pobres de la República Mexicana y el nivel de vida de los productores es generalmente muy bajo.

EL TALLER INDIVIDUAL

El taller individual lo encontramos tanto en los pueblos como en las ciudades y es el que más se parece al que existió en la época medieval. El productor es un artesano, maestro del oficio, que conoce todo el proceso de trabajo aunque a veces lo ayude un aprendiz o un peón. La cantidad de productos que pueden hacer depende de la habilidad del artesano y de su ritmo de trabajo. Los talleres de los maestros artesanos pueden ser de joyería, de platería, ebanistería, talabartería, herrería, fundición de campanas, tallado en madera, etc. Producen generalmente por encargo del consumidor final, aunque no está ausente la figura del intermediario quien manda a hacer productos para revenderlos. La producción de los talleres es por lo general, una producción pequeña para un consumo también limitado.

TALLER CON OBREROS

Esta forma de producción, organiza el trabajo añadiendo más brazos a la producción del taller, en forma estable o temporal, también modernizando el equipo y la herramienta. El proceso de trabajo lo dirige el dueño del taller quien es, a la vez, el maestro de oficio, ya que además de su trabajo propio, reparte a sus ayudantes que ganan por jornal o a destajo. Esta organización del trabajo necesita de una inversión mayor en dinero, tanto para comprar más instrumentos de trabajo como para pagar los salarios. Aunque en estos talleres trabajan varios artesanos a la vez, el trabajo no está dividido, lo que quiere decir que cada artesano puede y sabe hacer el trabajo en su totalidad. Los talleres de carpintería, de cobre martillado, de latonería, de huarachería, de rebozos y de bordados, son ejemplos de este tipo de organización del trabajo.

MANUFACTURA

Esta forma de producción presenta una organización del trabajo que reúne, en un mismo taller, a obreros especialistas en operaciones parciales del proceso de trabajo. Aunque conserva su carácter manual, se usan más herramientas de trabajo y los trabajadores van haciendo una parte del trabajo total. Es como una fábrica pequeña en la que se hacen productos por partes; por tanto, los obreros tienen que seguir un ritmo de trabajo que no sólo depende de ellos, sino de toda una cadena de operaciones. Este tipo de unidades de producción, como las manufacturas de vidrio, de tejido, de cerámica, de confección de ropa o de calzado, se organiza con el trabajo de los obreros que ganan un salario y que están a las órdenes de un patrón quien ya no es artesano que trabaje con ellos.

La reproducción y desarrollo de formas artesanales de producción tienen en nuestro país un futuro que se relaciona con el tipo de producto, proceso de trabajo y el consumidor al que se dirige. Las artesanías de uso común y cotidiano se producen en los talleres familiares o en los talleres del maestro artesano, se dirigen a un consumo popular para cubrir necesidades elementales con productos como la loza de barro, sombreros, petates, huaraches, muebles, bordados, etcétera. De igual forma, se producen objetos que están ligados a la vida ceremonial de las clases campesinas y populares urbanas. Por ejemplo, en ciertos momentos del calendario agrícola, algunos pueblos requieren de muñecos de barro para alejar los malos aires de la milpa; para algunas ceremonias, se necesita el huipil bordado para vestir a la virgen y la portada de flores frente a la iglesia el día del santo patrón; en varios pueblos existe la costumbre de que los novios regalen a sus futuras esposas collares y arracadas el día de la boda. También, siguen siendo necesarios los sahumeros para las limpias y las ofrendas, la ropa ceremonial que visten las autoridades indias; las velas que se llevan en las procesiones; las máscaras para el baile de carnaval; las jarras pulqueras, la cazuela para el, la olla para los frijoles; el retablo que da gracias por el favor recibido. ("PROCESOS DE TRABAJO ARTESANAL": ANTECEDENTES HISTORICOS DEL ARTESANADO, Victoria Novelo)

Categorías de la artesanía, Barroso Neto Eduardo

Lo primero a tomar en cuenta cuando se quiere trabajar con las artesanías es que para cada tipo de producto existe un límite que no debe traspasarse, es decir, por más bien intencionada que sea la intervención, se corre el riesgo de que resulte nociva.

Cada producto, de acuerdo a su origen y naturaleza pertenece a una determinada categoría; ésta definirá el tipo de apoyo que se necesita. Si imaginamos la típica pirámide de consumo adoptada por los especialistas en mercadotecnia, podríamos dividirla en 5 niveles distintos:

La punta de la pirámide, viéndola desde el punto de vista de la demanda, correspondería a un nicho de mercado reducido y de alto poder adquisitivo; del lado de la oferta, correspondería a los productos exclusivos, piezas únicas y de producción limitada. En este primer nivel estarían los trabajos de los artistas populares, los maestros artesanos, cuya principal motivación es la búsqueda de la satisfacción personal.

Los productos de este nicho son verdaderos arquetipos, que serán tomados como modelos para los futuros artesanos. En este primer nivel cuanto menos intervención externa exista, mejor. Cuanto menor sea la influencia que el artista reciba de su entorno o del mercado, probablemente más original y única será su obra. La única intervención aceptable en este nivel será en el sentido de promover, premiar, destacar, o sea, valorar a estos artistas frente al público en general. Poniendo en evidencia el trabajo de los maestros, como consecuencia una legión de admiradores y seguidores surgirá naturalmente.

En Colombia anualmente se entrega un premio denominado "Manos de Maestro", cuyo principal objetivo es el reconocer el mérito de aquellas personas que hicieron de su trabajo una referencia de calidad y de aceptación en el mercado.

En el segundo nivel de la pirámide estarían los productos tradicionales, indígenas, de fuerte contenido étnico, también llamada "artesanía de referencia cultural". Son piezas que exigen gran destreza y habilidad y por general producidas en pequeña escala. Son originales de una cultura tradicional, heredada de padres a hijos, de maestros a aprendices. Enseñan parte de la historia y de la trayectoria del grupo social que la produce. En este grupo la mejor intervención es la que agrega valor sin alterar la esencia original de los productos. El valor agregado en este tipo de productos se obtiene por medio de empaques adecuados que o revalorizan, sellos de procedencia, etiquetas que lo explican, resumiendo un poco de la historia del mismo. Se pueden hacer intervenciones directamente en los productos para atender a ciertas demandas específicas del mercado, pero es necesario respetar las características del proceso de producción y preservar los principales elementos de referencia cultural, de esta forma, el proceso de rediseño debe hacerse en conjunto con el artesano. Los cambios por general son graduales y ocurren solamente en una pequeña parte de la producción. Como medida de precaución comercial la renovación de un catálogo de productos no debe ser mayor al 20% del grupo de piezas producidas.

En el tercer nivel está la artesanía contemporánea, urbana, producida por individuos con una base cultural y tecnológica más amplia, también conocida como, "artesanía de Creación". Su valor comercial está en gran medida, determinado por el equilibrio entre el valor expresivo (referentes estéticos y culturales) y el 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 en general, el artesano es un aspirante a empresario. Su principal motivación es la ganancia económica, la necesidad de supervivencia.

En el cuarto nivel están los productos típicos de una determinada región, tales como: dulces, compotas, jaleas, vinos, licores, aguardiente, frutas secas o procesadas, flores deshidratadas, esencias, etc. Estos productos tienen gran importancia porque junto con la artesanía tradicional pueden formar una mezcla de productos, apoyándose mutuamente. Para estos productos típicos la mejor intervención es la propuesta de sistemas de promoción y de sumarle valor agregado, incluyendo empaques, etiquetas, rótulos y campañas publicitarias, stands de ventas y todo tipo de material promocional. Otro apoyo importante en este segmento está relacionado a optimizar y modernizar los procesos de producción, incorporación de nuevas tecnologías, reduciendo etapas en el proceso, disminuyendo tiempos, y mejorando la calidad.

En el último nivel está la artesanía de producción a gran escala, la industria del "souvenir" y recuerdos, también denominada "artesanía estereotipada". En general son productos banales, de bajo costo y grandes volúmenes, que vulgarizan elementos típicos de la cultura local. En virtud de sus características, estos productos pueden producirse independientemente de su lugar de origen, pues en este caso no traen ningún beneficio a la región. Muchos denominan esta producción de "industrianía", neologismo irónico, pues coloca en evidencia la contradicción que existe en adoptar principios "fordistas-tayloristas" a la producción manual. El beneficio que se puede rescatar de este tipo de artesanía, cuando es producida en la región, es la posibilidad de emplear a una cantidad considerada de mano de obra con baja instrucción, y que encuentra en este tipo de producción una oportunidad de trabajo. En este nivel, el mejor apoyo es la introducción de métodos y técnicas modernas y eficientes de gestión empresarial, o la propuesta de productos con un diseño de acuerdo a su público consumidor.

Es interesante observar en esta clasificación, que cuanto más subimos en dirección al vértice de la pirámide, mayor es el valor cultural de los productos y menor el uso de elementos de mecanización de la producción, y la intervención del diseño industrial debe ser menor. Lejos de querer establecer límites rígidos para la actuación del diseñador, esta clasificación intenta solamente proponer algunos parámetros éticos que deben ser considerados cuando se pretende rediseñar una determinada producción artesanal. (Barroso Neto Eduardo / Brasil – 1999)

¿Como integrar al desarrollo al México pobre?, Gemayel Elías Jorge

I. Introducción y propuesta

Hay una fórmula muy efectiva para crear miles de empleos permanentes y ayudar a erradicar la pobreza, principalmente en el lugar donde más abunda: el medio rural. Los componentes básicos son tres:

- El primero es emular lo que practican las economías asiáticas que, aún en estas épocas de crisis mundial, siguen creciendo: la producción casera de miles de productos sencillos de bajo valor agregado.
- En segundo lugar, hay que invitar a los empresarios mexicanos, sobre todo pequeños y micro, para que, al igual como lo hacen los emprendedores asiáticos, sean los promotores de estas manufacturas.
- Por último el gobierno debe de eliminar sus programas sociales de corte paternalista. A cambio le conviene crear un entorno subsidiario que, adecuado a la realidad de las personas sin recursos, les facilite producir dentro de la formalidad.

II. México frente a otros países exitosos

En la actualidad, el sistema productivo nacional no cuenta, por lo menos dentro de la economía formal, con los niveles básicos de la producción: el manual, el semi manual y el de mecanización primitiva o anticuada. De estos tres niveles productivos, los dos primeros son muy importantes sobre todo en el caso de un país de tantos contrastes como es el nuestro.

No se puede olvidar que 30% de la población, unos 30 millones de connacionales, jamás pasaron de tercero de primaria o de plano son analfabetos. En este grupo están la gran mayoría de los pobres. Es por esto que al país le urgen nuevas políticas que conduzcan a la ocupación de esta abundante mano de obra poco calificada. Políticas que, sobre todo, despenalicen la producción mediante el uso intensivo de la mano de obra, (IMSS, lo laboral, lo fiscal, etc).

En las condiciones actuales el gobierno es el único que puede darse el lujo de impulsar programas productivos que involucran al México pobre, como por ejemplo los Programas de Empleo Temporal o los de la palma y la lechuguilla en el altiplano de SLP. China, India y otras naciones del Sudeste Asiático con grandes poblaciones rurales, sí cuentan con estos programas facilitadores.

III. ¿Que se puede hacer en vista de la realidad nacional?

Afortunadamente la gente sin preparación es muy hábil con sus manos. Si se le capacita, constituirá una enorme fuerza económica, sobre todo en cualquiera de las producciones que requieran de destreza manual. Estas maneras de producir -no industriales- son muy simples y de fácil aprendizaje. Además requieren de poca inversión (casi siempre unas cuantas herramientas o utensilios) por lo que son muy accesibles a la gente humilde. Por otro lado como muchas veces no requieren ni de energía eléctrica, cualquier persona o familia puede ponerse a trabajar en cualquier sitio por alejado o atrasado que se encuentre.

IV. Los obstáculos

El primer impedimento y el más formidable es lo absurdo de las leyes que rigen la producción nacional. Estas en su ceguera no distinguen entre una producción hecha industrialmente (con máquinas automáticas modernas o mediante grandes líneas de ensamble) y otra hecha a mano o con técnicas manuales. Por lo mismo al aplicar estas disposiciones a esto último le cierra el camino a su desarrollo y lo que subsiste tiene que trabajar dentro de la economía informal.

Otro inconveniente es el error de las políticas paternalistas que iniciaron los gobiernos anteriores y que todavía impulsa la administración actual. Quienes las diseñan siguen viendo la ayuda a los pobres como una obra de caridad. Las políticas sociales que regalan dinero son equivocadas. El paternalismo que hay detrás de estas disposiciones conduce a la flojera, dependencia y sumisión de la gente humilde. No promueve la iniciativa y el espíritu emprendedor que les impulsa a crear riqueza por sí mismos. La subsidiariedad del "Ayúdame, que yo te ayudaré" es mucho más efectiva. Hay que dejar que el pueblo actúe por esfuerzo propio.

También son erróneos aquellos programas en donde el gobierno por querer ayudar, se pone a crear o apadrinar empresitas. En la mayoría de los casos estos negocios fracasan una vez que la ayuda estatal desaparece. Es un error el querer convertir de la noche a la mañana a uno de estos campesinos o amas de casa en empresario(a). El aislamiento en que viven, su falta de habilidades de comunicación, el desconocimiento del diseño, formas de financiamiento, técnicas de producción, más la carencia de una sólida actitud emprendedora, etc., son obstáculos que no fácilmente se vencen. Estas y muchas otras razones, hacen que en un inicio sea más factible concentrarse en enseñarlos a producir.

El verdadero desarrollo social que debe impulsar el gobierno es el que busque la equidad en las leyes, de manera que estas, tomando en cuenta la realidad de los pobres y sus maneras de producir, les permitan integrarse al aparato productivo formal. En la actualidad el pueblo humilde no cuenta con estas reglamentaciones. Las que existen son tan injustas que obligan a esta gente a esconderse (del gobierno) para elaborar su producción informal.

V. Perspectivas

El campo de oportunidad es enorme. En 2000, según datos del Anuario estadístico de comercio exterior, México importó más de 500 millones de dólares de manufacturas elaboradas con técnicas manuales. Pero si se cambian las reglas del juego, bien se podría hacer que convenga más al empresario producirlas en el país. Así se podrían generar aquí estos empleos muy probablemente en el medio rural. Posteriormente, al ampliar la base productora, México se podría convertir en exportador de estos mismos artículos.

Es por eso que convendría instrumentar medidas que vinculen a los empresarios nacionales, tanto comerciantes como industriales, sobre todo pequeños y micro, con los posibles productores rurales. Así se podrán tornar estas alianzas resultantes en miles y miles de pequeños talleres de manufacturas intensivas en el uso de destrezas manuales. De esta manera, al igual que en Italia, unos aportarán su flexibilidad productiva y otros, tal como sucede en Hong Kong, su organización, conocimiento de mercados, capacidad de comercialización, experiencia en técnicas productivas, diseños novedosos, formas de financiamiento, etc. Estas uniones seguramente proporcionarán a ambos una gran competitividad en los mercados.

Además hay bastante maquinaria que ya es obsoleta para las grandes producciones de exportación. Mucha de ella se encuentra actualmente parada. Sin

embargo si se propicia un entorno económico que privilegie su instalación en el medio rural, bien podría adaptarse para mejorar enormemente las técnicas primitivas empleadas actualmente por miles de productores rurales de subsistencia.

Para terminar, no es por demás recalcar que al país le urge emplear la mayor cantidad de mano de obra disponible. Por lo mismo sería conveniente que el gobierno enfoque toda su creatividad para eliminar todo aquello que penalice la ocupación de estas personas. Así facilitará el desenvolvimiento masivo del sector.

VI. Conclusión

Nadie puede negar que es una prioridad nacional el integrar a las clases marginadas al desarrollo que brinda la producción. El gobierno debe darse cuenta de que la caridad estilo medieval, que con políticas paternalistas regala dinero, lejos de ayudar hunde en la indigencia a la gente humilde. A cambio le conviene percatarse que los niveles básicos de la producción, es decir, las maneras manuales de producir son un derecho que debe pertenecer a los pobres y a los empobrecidos. Por lo mismo debe respetar ese derecho y establecer las disposiciones que faciliten su desarrollo.

Estas políticas deben tomar en cuenta que el valor agregado que generan los métodos manuales y poco sofisticados de los principiantes de la producción es abismalmente menor, sin punto de comparación, que el que generan las industrias. Por lo mismo deben ser de lo más equitativas de manera que aunque desde un inicio todos paguen impuestos, éstos a veces tengan que ser simbólicos. Además deben simplificar al máximo la tramitología, quizá mediante un solo registro voluntario como único requisito para empezar a trabajar. En fin toda una serie de disposiciones que en su conjunto permitan a las personas marginadas montar un taller o integrarse a uno y crear riqueza por sí mismas.

Para asegurar el éxito del proyecto se debe invitar a los empresarios a participar en este esfuerzo. Ellos se podrían encargar de la comercialización, diseño, finanzas y otros menesteres empresariales. Así gobierno y empresarios conjuntamente podrán, desde un inicio, capacitar a los talleres en la producción de artículos vendibles. Ahora hay que establecer las disposiciones para que este esfuerzo pueda realizarse. Las autoridades tienen la palabra. (*Gemayel Elias Jorge*).

El comercio Justo como vía de los pequeños productores

Jerónimo Pruyn, Comercio Justo México, A.C.

Originalmente el término de «Comercio justo»¹ fue empleado para circunscribir la comercialización de productos de pequeña/os productores de zonas y países marginados, bajo condiciones que fueran menos desfavorables a éstos, apoyada por la/os consumidores solidarios.

En el transcurso de las dos últimas décadas, el término Comercio Justo se ha convertido en un concepto del tipo «paraguas», que alberga muchas formas de comercialización con objetivos que rebasan el ámbito comercial mismo.

«Comercio Justo México, A.C.», a su vez, se ha empeñado en el desarrollo y la promoción de esas estrategias de Comercio Justo que ofrezcan una solución tangible a la problemática que viven cotidianamente la/os pequeños productores de México.

El «Comercio justo» no es un concepto estático. Fue creado como medio para lograr ingresos más dignos para la/os pequeños productores en aras de un proceso de desarrollo autogestivo y sustentable. El principal parámetro para la evaluación de los diferentes modelos de «Comercio justo» deberá ser, entonces, la medida en que ayuden a acercar este fin.

A la/os pequeños productores el concepto de «Comercio justo» ha servido de manera importante para generar una identidad propia ante la/os consumidores, lo cual ha permitido comercializar volúmenes importantes a precios dignos.

Hoy día, en México, los pequeña/os productores² luchan por la innovación, profesionalización y masificación de los esquemas de «Comercio justo», cuidando que no se pierda la identidad de la/os pequeños productores ante el mercado. El «Comercio justo» se erigió a partir de una brecha que fue abierta por la/os pequeños productores apoyados por la/os consumidores conscientes. Ahora la/os pequeños productores están construyendo los primeros carriles de la gran vía de «Comercio justo», como una de las pocas alternativas para la generación de perspectivas dignas.

A los pequeña/os productores no les queda otro camino. Buscan, sin embargo, aliados en esta lucha. Los principales aliados son la/os consumidores. A ésta/os, se les invita a reflexionar sobre el trasfondo social y ecológico de los productos que consumen todos los días. Se les invita a ejercer sus derechos a la información sobre estos productos y a ejercer su poder de elección. La/os consumidores tienen en el «Comercio justo» la posibilidad de practicar su poder como ciudadano fuera de los tiempos electorales del sistema político.

En este artículo haremos un recuento de la evolución del concepto de «Comercio justo» y los alcances de sus diferentes modalidades, tanto a nivel internacional, como en el marco de las actividades y estrategias de «Comercio Justo México, A.C.» No pretende agotar todas las formas de «Comercio justo» que existan, sino fungir como introducción a los éxitos y limitaciones del movimiento internacional del «Comercio justo». Creemos que es de suma importancia que se difunda en México, particularmente entre los organismos civiles y movimientos sociales, un mayor conocimiento sobre el «Comercio justo» como una arma alternativa digna para revertir procesos de destrucción económica, social, cultural y ecológica. La/os pequeños productores de este país necesitan el apoyo de todas las organizaciones civiles en la gran tarea de conscientizar al consumidor sobre el trasfondo de los productos que consumen y sobre el poder que tiene cada consumidor para **cambiar el mundo comprando**.

El «Comercio justo» es una respuesta a una problemática específica. Para poder hablar del sentido y la importancia del «Comercio justo» es indispensable hablar en primer lugar de la problemática que dio origen a este modo de comercialización atípica.

La problemática

La problemática comercial de la/os pequeños productores no nace con el neoliberalismo, ni con el reciente proceso de globalización económica. Los esquemas de comercialización convencional han sido construidos en la explotación de la/os pequeños productores y la/os consumidores del mundo desde tiempos inmemorables.

Actualmente la/os pequeños productores mexicanos viven una realidad comercial particularmente cruda, marcada por la enorme desigualdad entre las fuerzas del mercado. Las reglas actuales del mal llamado «libre mercado»² hacen que pequeña/os productores mexicanos con bajos niveles de productividad pero con altos niveles de calidad, sustentabilidad social y ecológica tengan que competir en el mercado con productores y comercializadores extranjeros y/o transnacionales con altos niveles de productividad y bajos niveles de calidad, sustentabilidad social y ecológica.

Aunado a esto, en el actual contexto comercial global, los precios de muchos productos que producen la/os pequeños productores mexicanos han ido perdiendo la relación directa entre su valor intrínseco, es decir, su costo integral de producción⁴. Este sistema se ha justificado por la supuesta autorregulación de la oferta en respuesta a la demanda. Este precepto de la autorregulación no toma en cuenta el efecto distorsionador de la especulación, ni el control del mercado por fuertes empresas de intermediación, ni el carácter «inflexible»⁵ de la economía de la/os pequeños productores.

En la medida en que la/os pequeños productores se vean obligados a participar en el mercado bajo estas reglas y realidades, tienen que buscar formas diferentes de llevar sus productos a la/os consumidores y obtener condiciones comerciales justas para sus productos.

El tema comercial cobra suma importancia si consideramos que una recompensa justa del trabajo de la/os pequeños productores les permite obtener ingresos dignos y responsabilizarse de su propio proceso de desarrollo. Sin soluciones a la problemática comercial, a los productores les quedan pocas opciones.

Algunos optan por apostarle a la vía política e incluso la político-militar (movimientos guerrilleros) para tratar de encontrar una solución a sus problemas⁶.

Muchos productores que han visto perder las perspectivas para la sobrevivencia digna en sus regiones optan por la migración para convertirse en mano de obra explotada en otras regiones del país o en los Estados Unidos, con todas las consecuencias que de ahí se derivan.

Una muestra de la gravedad de la situación actual es el reciente auge de la migración en zonas tradicionalmente con un índice muy bajo de migración; particularmente las zonas cafetaleras de Chiapas, Oaxaca, Guerrero, Puebla, Veracruz y otros estados que tienen una fuerte presencia de pequeña/os productores de café.

El origen del comercio justo

Podemos distinguir en diferentes fases, conceptos y modalidades de «Comercio justo» que se han presentado en el pasado.

El inicio: Las «Organizaciones de Comercio Alternativo» y las «Tiendas del Tercer Mundo»

En las décadas de los años sesenta, setenta y ochenta del siglo veinte, se gestaba un mercado con diferentes adjetivos: «alternativo», «solidario», «equitativo» o «justo». Se trataba regularmente de organismos civiles (las llamadas «OCA»¹) en los países occidentales que habían incurrido en la comercialización de productos de pequeña/os productores de países con alto grado de marginación. Estos productos, de múltiples marcas², se comercializaban generalmente a través de las llamadas «Tiendas del Tercer Mundo». Se trataba igualmente de café de Nicaragua, té de la India o artesanía mexicana.

Este tipo de comercialización fue el primer intento por promover en el consumidor una actitud de responsabilidad social y económica hacia el productor y su problemática. Las tiendas funcionaban muchas veces con personal voluntario altamente motivado. Sin embargo el sistema tenía muchas limitaciones en cuanto a su significado como instrumento de distribución. En el caso del café, el volumen que se lograba colocar en el mercado a través de estas tiendas era mínimo en el contexto del mercado de café en general y de los niveles de producción de la/os pequeños productores involucrados. Las posibilidades de ampliación de este mercado eran muy limitadas considerando la limitada red de distribución y la imagen de mala calidad que tenía la mayoría de sus marcas.

«Max Havelaar»: el primer sello de «Comercio justo»

A finales de los años 80, pequeños productores que habían vendido un poco de su producto en estos mercados solidarios, en particular la/os productores de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), hicieron un llamado a las OCA y organismos civiles solidarios, a buscar, juntos con los productores, otro esquema de comercialización que permitiera colocar un mayor volumen de café en el mercado, bajo condiciones comerciales «justas».

Después de considerar diferentes modelos, se decidió crear un sello de calidad de «Comercio justo», al cual se le puso el nombre de un personaje legendario de la literatura holandesa «Max Havelaar»².

El sello «Max Havelaar» fue el primer sello de «Comercio justo», y sentó las bases para la expansión de un nuevo modelo de «Comercio justo». El modelo consistía en los siguientes elementos básicos:

- Cualquier marca de café podía utilizar el sello en sus empaques, mientras cumpliera con los criterios del «Comercio justo».
- Que la materia prima del café (café «verde» u «oro») se comprara exclusivamente de organizaciones de pequeña/os productores democráticos e independientes, registradas como tal por el sello.
- Que se les pagara a las organizaciones de productores un «precio mínimo de garantía» en caso que los precios del mercado bajaran a niveles que no permitieran la supervivencia decente de las familias de los productores.

- Que se le pagara a la organización de productores un «premio social», es decir, un sobreprecio con el cual ésta podría financiar proyectos de desarrollo comunitario.
- Que, en lo posible, se les ofreciera a las organizaciones de pequeña/os productores facilidades de prefinanciamiento de los contratos de compra-venta, hasta un 60%.

La «Fundación Max Havelaar» hacía promoción del sello y del «Comercio justo» en general a la/os consumidores. Para financiar las campañas publicitarias la fundación cobraba derechos de uso de marca a los usuarios del sello. Por otro lado, a través de las organizaciones civiles socias o simpatizantes de la fundación, se promovían campañas de conscientización del «Comercio justo».

Los «usuarios», o «certificados» por el sello¹⁹ tenían la libertad de escoger, de entre todas las organizaciones de pequeña/os productores registradas, a aquellas organizaciones que ofrecieran las calidades de café que correspondieran a las demandas de su mercado.

Para garantizar la credibilidad y el funcionamiento del sello de calidad «Max Havelaar», se inició un sistema de «monitoreo». Este sistema tenía que garantizar a la/os consumidores que realmente se tratara de organizaciones de pequeña/os productores democráticas e independientes y que se respetaran todos los criterios de «Comercio justo». El monitoreo también servía para detectar alguna necesidad de apoyo que tuvieran las organizaciones de pequeña/os productores.

En poco tiempo la participación de cafés solidarios o de «Comercio justo» aumentaron su participación en el mercado holandés de alrededor del 0.1% del mercado a más del 2%, es decir de unos 2,000 sacos a más de 40,000 sacos de café. Actualmente la participación en el mercado holandés del café es del 3% aproximadamente.

Las ventajas del sistema eran:

- El «Comercio justo» se abrió a empresas de la iniciativa privada con amplia experiencia y participación en el mercado del consumo final. Esto logró que el café de «Comercio justo» estuviera disponible, casi de un día al otro, en la mayoría de las cadenas de supermercados en Holanda.
- La «Fundación Max Havelaar», con apoyo de sus socios y de instancias gubernamentales, tuvo la capacidad de generar un amplio soporte ciudadano para la iniciativa. En poco tiempo se logró que alrededor del 90% de la/os consumidores supieran el significado del sello. Además, la participación activa y voluntaria de muchos ciudadanos y de personajes públicos hizo que continuamente se generaran notas periodísticas en la mayoría de los medios escritos y electrónicos.
- La libertad de elección de los certificados entre los productos ofrecidos por los diferentes grupos de productores promovió el incremento y la competitividad de la calidad de los productos ofrecidos por parte de éstos. El café de «Comercio justo» dejó de tener como cualidad central la solidaridad, sino empezó a cumplir con las altas normas de calidad que marcaba el mercado de consumo masivo.

La expansión de los sellos de «Comercio justo» y la ampliación del concepto

El modelo del sello de Comercio Justo «Max Havelaar» se encontró con una buena resonancia en otros países. En el transcurso de la década de los años noventa se crearon 17 sellos de Comercio Justo, bajo diferentes nombres¹¹; 14 en países europeos, el resto en Canadá, los Estados Unidos de Norteamérica y Japón. A nivel internacional los sellos constituyeron en 1997 un órgano común, llamado *Fair Trade Labelling Organisations International* (FLO), con sede en Bonn, Alemania.

Por otro lado se ha ido ampliando la gama de productos que se promueven a través de este sistema de sello. Actualmente están incluidos, aparte del café, los productos té, miel, cacao, plátano, azúcar y jugo de naranja.

Al incursionar en otros productos, en primera instancia en el té, los coordinadores optaron, por motivos de mercado¹², por ampliar el concepto de «Comercio justo». Hasta esa fecha, estaba limitado al ámbito de las organizaciones de pequeña/os productores. Se generó una nueva «modalidad» dentro del sistema de los sellos, especial para «fincas» o empresas privadas de producción. Los criterios del «Comercio justo», en el caso de las fincas privadas, se orientaba a las condiciones laborales de los trabajadores de la finca, como salario digno, representación ante los órganos de toma de decisiones de la empresa, libertad sindical, condiciones de vida dignas en las comunidades de estos trabajadores, etcétera.

Esta ampliación del término «Comercio justo» resultó en la desvinculación, de facto, del «Comercio justo» de la/os pequeños productores, a pesar del hecho que la/os consumidores generalmente sigan asociando el «Comercio justo» con la/os pequeños productores.

Actualmente el «Comercio justo» que FLO promueve se refiere a las dos modalidades en varios de los productos, particularmente el té, el plátano, el jugo de naranja y el azúcar. En los casos del café, la miel y el cacao exclusivamente han participado las organizaciones de pequeña/os productores.

No todos los países con sello de «Comercio justo» están promoviendo toda la gama de productos disponibles en el sistema. Esto debido a diferencias entre los diversos mercados y limitaciones en las capacidades y fases de desarrollo de los sellos.

Los resultados en cuanto a penetración de mercado han sido muy diversos. En algunos países los niveles de participación aún son mínimos. En otros se han logrado porcentajes considerables. En el caso del café se ha logrado hasta más del 4% del mercado en Gran Bretaña y en el caso del plátano hasta el 10% en Suiza.

Factores de éxito y limitaciones de los sellos de «Comercio justo»

Al analizar los países y los productos que han tenido más éxito en el sistema de los sellos de «Comercio justo», nosotros en «Comercio justo México, A.C.» nos hemos atrevido derivar algunas conclusiones tentativas¹³:

- Los productos de «Comercio justo» alcanzan mejores niveles de ventas mientras su precio al consumidor sea más competitivo con los productos convencionales.
- Aquellos productos que tienen pocas marcas con sello de «Comercio justo» entre las cuales hay calidad competitiva, existen mayores posibilidades de éxito¹⁴.
- Los más altos niveles de ventas sean logrando por marcas con sello de «Comercio justo» que tengan capacidad de competencia por sí solas, por su calidad intrínseca, capacidad de distribución, calidad de imagen, capacidad de promoción. Los productos cuyo valor central es el hecho que tengan un sello de «Comercio justo» no logran una aceptación amplia por la/os consumidores.
- El valor en sí de un sello de «Comercio justo» no es capaz de sustituir las cualidades intrínsecas del producto. Tal como se analizó antes de la existencia de los sellos de «Comercio justo», los sellos deben valorarse en su justa dimensión, es decir, como valor agregado, no como valor central del producto.

Empresas mixtas de «Comercio justo»

El análisis de los éxitos y limitaciones del «Comercio justo», ha llevado a la búsqueda y creación de nuevos modelos de «Comercio justo». Hace ya algunos años, la fundación «Solidaridad», con sede en Holanda, cofundadora del sello «Max Havelaar», gestó la creación de la empresa mixta¹⁵ «Agrofair». Esta empresa se formó *ex profeso* para la introducción de plátano de «Comercio justo» en el mercado europeo. Una parte de las acciones fue adquirida por los diferentes grupos de productores de plátano. Otra parte fue comprada por una empresa privada mediana, experta en la maduración y distribución de plátanos. Las demás acciones quedaron en propiedad de la fundación «Solidaridad».

Con este modelo de empresa de «Comercio justo» la/os pequeños productores no sólo obtienen buenos precios para sus productos, de acuerdo a las normas de FLO para plátanos, sino también participaban en la toma de decisiones de la empresa («palabra justa») y en el reparto de las utilidades («participación justa»). La empresa «Agrofair» ha sido administrado por un equipo de profesionales del medio altamente calificados y ha obtenido resultados sorprendentes. Esta empresa, con su marca de plátanos «Plátano OK» ha logrado una participación del mercado de arriba del 10%, dejando atrás los niveles de participación máxima de alrededor del 3% en el caso del café¹⁶.

El modelo de empresa mixta de «Comercio justo» entre pequeña/os productores y empresas y/o OCA's está teniendo réplicas en diferentes partes. En Inglaterra, por ejemplo, «TWIN-Trade» promovió la creación de una empresa mixta de este tipo que lanzó una línea de productos de cacao.

En México la recién creada empresa «Agromercados» está basado en el mismo modelo. En México se ha propuesto la creación de un sistema de certificación para «Empresas justas». Esta certificación permitiría generar un valor agregado en el mercado a estas empresas que son la materialización de un nuevo esquema de «Comercio justo».

Comercio Justo México, A.C.

A finales de 1998 un grupo de integrantes de organizaciones y redes de pequeña/os productores y de organismos civiles se reunieron para la construcción de un sello mexicano de «Comercio justo». En septiembre de 1999 se constituyó formalmente «Comercio Justo México, A.C.»¹⁷.

Esta iniciativa tiene el principal objetivo de lograr una alta participación en el mercado interno de México de los productos de la/os pequeños productores de México logren, bajo condiciones adecuados, es decir, de «Comercio justo». La función principal que adopta nuestra asociación es la promoción. Por un lado la promoción de los productos hacia la/os consumidores, haciendo campañas educativas de conscientización y de publicidad. Por otro lado apoyamos a los grupos de pequeña/os productores en la búsqueda de soluciones a su amplia problemática comercial y empresarial.

Desde su fundación, nuestra asociación ha relacionado el concepto de «Comercio justo» con la/os pequeños productores. La promoción de otras modalidades, también llamadas de «Comercio justo», como sería la modalidad «finca», tal como la maneja FLO, o el sistema de certificación «SA 8000», no forman parte lógica de los objetivos o estrategias de «Comercio Justo México, A.C.». La problemática de la/os pequeños productores tiene características muy propias y por lo tanto requieren un sistema que dé a conocer su problemática específica y promueva sus productos de manera particular.

Desde su fundación «Comercio justo México, A.C.» ha desarrollado diferentes estrategias:

La formulación de normas

Un sistema fidedigno de «Comercio justo», tanto para la/os mismos productores como para la/os consumidores, requiere de los productos de la/os pequeños productores en México. Las normas y reglamentos se elaboran a través de comités en los cuales participan tanto la/os pequeños productores como las comercializadoras involucradas, siempre vinculando la problemática de esta/os productores con las posibilidades del mercado y la solidaridad de la/os consumidores.

Actualmente se cuenta con una «Norma General de Comercio Justo» y un reglamento para el café. Los reglamentos para otros productos, como miel, cacao, granos básicos y artesanías están en proceso de desarrollo.

La certificación independiente

Desde su fase inicial Comercio Justo México ha señalado la necesidad de la creación de una certificadora de «Comercio justo» independiente. Donde creemos indispensable que la/os propios productores y comercializadoras participen en el diseño de normas de «Comercio justo», la verificación y certificación del cumplimiento de las normas por las partes involucradas tiene que ser procurados por terceros, tal como marcan normas internacionales para instancias de certificación (norma «ISO 065»).

Actualmente está avanzada la construcción de esta certificadora, en colaboración con la certificadora de productos y procesos orgánicos «Certimex». Los socios de la certificadora, llamada «Sello Mexicano de Comercio justo», no son los propios productores, sino organismos civiles con una distinguida reputación¹⁸.

La promoción de productos con el sello

Consideramos diferentes fases en la aplicación del sello a los productos de «Comercio justo»:

- La aplicación del sello a marcas propias de los grupos de pequeña/os productores.
- La aplicación del sello a marcas de empresas privadas (y/o mixtas).

En este momento se está preparando, como primera fase de introducción del sello, la aplicación del sello a las marcas propias de las organizaciones de pequeña/os productores de café.

Con la introducción de productos con el sello de «Comercio Justo México», se inicia una amplia campaña de promoción y educación sobre el «Comercio justo» en general y el sello en particular. Las redes de organismos civiles jugarán un papel importante en el buen desarrollo de estas campañas.

La promoción de empresas integradoras de «Comercio justo»

«Comercio Justo México, A.C.» promueve la creación o consolidación de empresas integradoras de «Comercio justo».

En este momento estamos preparando la norma para «Empresas Justas», es decir, empresas integradoras de «Comercio justo». La intención no es sólo promover la comercialización justa de los productos de la/os pequeños productores, sino promover nuevas maneras de concebir las empresas económicas. En las «Empresas Justas» existe una corresponsabilidad entre varios grupos de productores y/o la iniciativa privada, con el fin de lograr la mayor capacidad de alcanzar a la/os consumidores, tanto con buenos productos, como con mensajes de fondo.

Existen ya algunas empresas que cumplen con los criterios generales de «Empresas Justas». En el momento se está preparando la celebración de convenios de colaboración con estas empresas para la promoción del «Comercio justo».

La promoción de sistemas de distribución de productos de «Comercio justo»

Por otro lado «Comercio Justo México» enfoca su atención en la creación de mecanismos y sistemas de distribución de productos de «Comercio justo». Creemos indispensable la generación de diferentes formas nuevas de llevar los productos de «Comercio justo» consumidor mexicano.

Estas formas nuevas pueden variar de minisupermercados de «Comercio justo» o módulos de «Comercio justo» en las cadenas de supermercados y tiendas departamentales, hasta las tiendas solidarias de «Comercio justo» y productos orgánicos y la distribución vía Internet.

Esperamos que esta breve exposición haya aumentado el conocimiento y comprensión del lector sobre los porqués y los cómo del «Comercio justo» dentro y fuera de México. Esperamos que se sienta motivado a promover el «Comercio justo» desde su particular ámbito de trabajo y convivencia.

1Jerónimo es el Director Ejecutivo de «Comercio Justo México, A.C.» Licenciado en Antropología de la Universidad Estatal de Utrecht, Holanda. Ha trabajado en México con pequeños productores, principalmente de café, desde 1991. Comercio Justo México, A.C.; Benjamín Franklin 186, Col. Escandón; 11800, México, D.F.; México; comjustomex@laneta.apc.org; <http://www.comerciojusto.com.mx>

2En México existen millones de familias de pequeña/os productores; 280,000 producen café, varios millones producen granos básicos, más de 50,000 apicultores, cientos de miles de familias de artesanos, etcétera. En su gran mayoría se trata de familias productoras pertenecientes a las diferentes etnias de nuestro país.

3No podemos hablar de libre mercado mientras la libertad de unos implique la exclusión de otros.

4Estos costos de producción deben incluir la remuneración digna del trabajo, además de los costos involucrados en la producción ecológicamente sustentable.

5Esta llamada «inflexibilidad» es consecuencia lógica de sus sistemas económicos y culturales, y de la misma situación de marginación económica y geográfica de la/os pequeños productores.

6Recordemos el hecho que el desplome del precio de café a partir del año 1989 alentó el crecimiento acelerado del movimiento guerrillero en Chiapas, ahora conocido como el EZLN.

7«OCA», o «ATO», por sus siglas en inglés, significa «Organización de Comercio Alternativo». Muchas veces se trataba de organizaciones emanadas de organismos civiles, de carácter religioso o civil, que contaban con trabajo social en países y zonas marginadas.

8En el mercado solidario europeo, por ejemplo, existía un sinfín de pequeñas marcas de «café solidario».

9Este personaje de una de las obras clásicas de la literatura holandesa abogaba por los intereses de los pequeños productores de café de la ex colonia holandesa Indonesia en el siglo XIX.

10Por «usuarios» o «certificados» se entienden las empresas que usan el sello de «Comercio justo» en los empaques de sus productos y/o en su propaganda.

11Los nombres más utilizados son los de «Max Havelaar» y «TransFair».

12La/os consumidores de café de «Comercio justo» tenían interés en que hubiera también té de «Comercio justo». Cuando los sellos no encontraron organizaciones de pequeña/os productores de té, optaron, sin contar con el apoyo unánime de la/os pequeños productores cafetaleros, ampliar el modelo.

13Estas conclusiones deberán, en su momento, corroborarse con una investigación sistemática.

14La mala calidad de algunas marcas con sello tiene una influencia negativa sobre la imagen de calidad del sello en general.

15Por empresas mixtas se entienden empresas que se construyen de manera conjunta entre organizaciones de pequeña/os productores y la iniciativa privada.

16La única iniciativa que ha logrado una participación de más del 4% del mercado de café es la marca Cafédirect en Gran Bretaña.

17Los socios actuales son: AMACUP, ANEC, CEPCO, CNOC, Café de Nuestra Tierra, IDEAR, INVERTIR, MAJOMUT, PAUAL, SIPRO, VAMOS FDS, UCIRI

18Alianza Cívica, Centro de Estudios Ecuménicos, Red Mexicana de Acción frente al Libre Comercio y la red de Derechos Humanos «Todos los derechos para todos».

¿Por qué en México los diseñadores que se dedican a intervenir en procesos de trabajo artesanal tienen tantos problemas?

Especialmente en México, potencia mundial en la producción de artesanías, en su opinión, “los diseñadores piensan que pueden influir en cambiar el producto aun cuando no están bien informados y casi no investigan”.

La falta de resultados benéficos para los artesanos y la falta de resultados positivos en la mayor distribución de artesanía se debe, sobre todo, a que cuando los diseñadores intervienen en sus procesos de trabajo suelen actuar de manera improvisada y sin conocimiento de causa.

En su postura crítica lo necesario es -un trabajo responsable- conocer las condiciones reales de cómo se producen las artesanías en nuestro país; condiciones que son diferentes de acuerdo a la región, de acuerdo a la organización del trabajo y la producción, y en cuanto a la forma de organizar los talleres.

En el caso de las artesanías, explica, las políticas culturales están dirigidas a los objetos, no a las personas. La contradicción más profunda del sistema es ensalzar objetos diciendo que son símbolo de la identidad nacional, que son sello de mexicanidad, y bla, bla, bla... cuando quienes los están haciendo –por lo regular– están abandonados a sus suerte. Se homenajea al producto, recalca, pero a los productores no se les toma en cuenta. A esto hay que añadir la falta de organización de los mismos artesanos. Hasta ahora las organizaciones que han habido se forman para pedir créditos o para votar por determinado partido político. Así, es muy difícil trabajar, pues son personas que tienen una ideología basada en ideas muy antiguas.

Marta Turok

Fuentes Bibliográficas

Enciclopedia practica Planeta, edición 1998,tomo 1, pag:123.

Enciclopedia practica Planeta, edición 1998, tomo 3, pag:818.

Martín Juez Fernando, Contribuciones para una antropología del diseño, Edit. Gedisa: Antropología, 1ª. Edición 1999, Pág.:42-44.

Zamora Pérez Alfonso, 1999, Inventario critico de las maquinas desfibradoras en México (1830-1890), Edit. UAM-Azcapotzalco. Pag:41-42.

Fuentes Hemerográficas

Barroso Neto Eduardo / Brasil – 1999, Publicado sobre las Artesanías,

Feike de Jong / San Luis Potosí, Reportaje de la revista EXPANSION, A ponerle fibra: *Después de su época dorada, cayó en decadencia. Aun así, se vende a body shop y se exporta a china.*

León de Cermeño, Janina y Schreiner Mark, Junio 14,1998, Financiamiento para las micro y pequeñas empresas: Algunas líneas de acción.

Propuesta de proyecto ixtlero, *“Proyecto para la elaboración y comercialización de productos de ixtle”*

Fuentes electrónicas

Datos de exportación de lechuguilla
http://mx.geocities.com/gunnm_dream/20031.pdf

Manejo intensivo de plantaciones, pag. web
http://www.conafor.gob.mx/programas_nacionales_forestales/imasd/proyectos_2002/34.htm

Jorge Gemayel Elías, ¿Como integrar al desarrollo al México pobre?

<http://www.coparmex.org.mx/contenidos/publicaciones/entorno/2003/mar03/g.htm>

www.vidaruralenlinea.com

www.soyentrepreneur.com

http://www.contactopyme.gob.mx/tamano.asp?Lenguaje=0&Cve_B=5

Autor: Comunicación Social , Gob. del Edo. de San Luis Potosí 2003-2009, San Luis Potosí, S.L.P., a 18 de abril de 2004 ,entrevistas realizadas a Josefina Vázquez Mota, titular de SEDESOL y el gobernador Marcelo de los Santos Fraga.

Autor: Comunicación Social, Gobierno del Estado 2003-2009, San Luis Potosí, S.L.P., a 12 de mayo de 2004

Artículo "Contextos para un diseño Artesanal Mexicano", Victoria Novelo, Universidad de Colima, directora del Centro Nacional de Capacitación y Diseño Artesanal. CENCADAR : <http://www.ucol.mx/acerca/coordinaciones/cgpcu/>

Artículo "PROCESOS DE TRABAJO ARTESANAL": ANTECEDENTES HISTORICOS DEL ARTESANADO, Por: Victoria Novelo, <http://www.popularteflash\scriptphp.php>

Investigación de la Universidad de Nuevo León :**La talla del Agave Lechuguilla en el sur de Nuevo León (México)_Evolución de una actividad generadora de ingresos.**

Investigación realizada por el IPICYT

NORMA Oficial Mexicana NOM-008-RECNAT-1996, Que establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de cogollos. http://mx.geocities.com/gunnm_dream/20031.pdf

Programa de Manejo Integral de Recursos, Restauración y Conservación de suelos en el Dexthi, Alto Mezquital, Hgo. López G. Francisco, D. Muñoz, M. Hernández M., A. Soler A. FES-IZTACALA-UNAM, ASOCIACIÓN DE LECHUGUILLEROS DEL ALTO MEZQUITAL, SEMARNAP-HIDALGO.

Artículo informativo sobre Agronegocios: un campo de oportunidades para emprendedores que buscan cosechar grandes ganancias, autor Ana Lechuga. Fuente: Plan Sectorial de financiamiento SIFIDE 2003-2009

Entrevistas

Fuente: SAGARPA