



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO  
Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales

DOCTORADO EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL

ARTESANÍAS DE EXPORTACIÓN, DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL, 1980-2007: UN ESTUDIO  
DE CASO COMPARATIVO ENTRE LOCALIDADES MICHOACANAS Y PIURANAS



TESIS  
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:  
DOCTOR EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL

PRESENTA

M.C. RÓMULO DUARTE DUARTE

DIRECTOR DE TESIS

DR. JOSÉ ALFREDO URIBE SALAS

Morelia, Michoacán, a 25 de junio de 2012

## Dedicatoria:

*A mi esposa e hijo:*

*Lorena y Rommel*

*Ustedes son la parte de mi corazón que me hace ser feliz. Ustedes para mí son el todo. Ustedes me dan la tranquilidad, la fuerza, la paciencia y me iluminan el camino para seguir con ilusión para llegar a alcanzar mi meta. Gracias, por estar con mígo y apoyarme siempre en todos los momentos de mi vida.*

*A mis padres:*

*Heladio y María*

*Con todo mi cariño a tí mamá y papá. Es a ustedes a quien  
debo toda la persona que soy. Gracias por su guía y ejemplo  
durante todos los años de mi vida. Los quiero.*

## Agradecimientos:

### *A mi Director de Tesis:*

*Estoy muy agradecido con mi Director de Tesis, Dr. José Alfredo Uribe Salas quién me apoyó y consulté cientos de veces en el desarrollo de la tesis. Debo agradecer de manera especial y sincera por aceptarme para realizar la presente tesis doctoral bajo su dirección. Su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiar mis ideas ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de este trabajo, sino también en mi formación tal vez como futuro docente e investigador. Las ideas propias, siempre enmarcadas en su orientación y rigurosidad han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna participación. Le agradezco también el haberme facilitado siempre los medios suficientes para llevar a cabo todas las actividades propuestas durante el desarrollo de la tesis.*

*Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento a mis Doctores sinodales: Dr. Jorge Víctor Alcaráz Vera, Dr. Zoé Infante Jiménez, Dr. Jorge Silva Riquer, Dr. Joel Bonales, Dra. María Teresa Cortés Zavala y Dr. Carlos Ortiz Paniagua, por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de la presente tesis. Debo destacar, por encima de todo, su disponibilidad y paciencia que hicieron cada uno de ustedes con sus aportaciones y discusiones que ayudaron benéficamente tanto a nivel científico como en lo personal.*

*No cabe duda que su participación ha enriquecido el trabajo realizado y, además de estrechar fuertes lazos de amistad con ustedes.*

### *A mi gran amigo en especial:*

*De forma muy especial, quiero dejar constancia de mi agradecimiento al Dr. Zoé Infante Jiménez, al que nunca podré corresponder por ser una luz en mi camino, por impulsarme, apoyarme y guiarme en toda mi formación académica. Le debo todo y me honra cada día con su personal trato y afecto. Gracias, de corazón por ser un verdadero maestro y amigo.*

### *A un gran catedrático y amigo:*

*Finalmente, no quiero dejar pasar de brindar mi más sincero agradecimiento al Dr. José César Lenin Navarro porque ha sido para mí una guía y un ejemplo de valiosos aprendizajes y consejos en toda mi formación académica. Le agradezco por toda la fe que usted a puesto en mí persona. Gracias por todo el apoyo que sin recibir nada a cambio usted siempre me ha brindado.*

## *A los actores locales de artesanías:*

*Concluir un proyecto como éste requiere de un esfuerzo conjunto y de la participación de los actores locales. En Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro Michoacán, tuve la oportunidad de trabajar con una excelente muestra de productores artesanales de reconocimiento local, regional, nacional e inclusive internacional. Por eso estoy profundamente agradecido con los artesanos(as) Blanca Estela Pineda, Héctor Iván González Pineda y Ladislao Martínez de Capula; Guadalupe Hernández Cano de Zinapécuaro y Luis Manuel Morales Gámez de Tzintzúntzan, que sin su colaboración este proyecto no hubiera sido posible. Por todo su apoyo, muchas gracias por dejarme conocer sus lindas artesanías y desde luego conocer la intimidad de sus talleres artesanales.*

## *A otros actores e instituciones:*

*Esta tesis pudo ser realizada gracias al apoyo de dos instituciones: el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) que me otorgó una beca por cuatro años para realizar el proyecto, así como un complemento económico para realizar una estancia de investigación en la Universidad de Ingeniería en Lima Perú. Así mismo, el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE) me abrigó en uno de sus reconocidos programas de posgrado para cursar el Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional (DCDR).*

*También me gustaría agradecer ampliamente a las personas e instituciones que me apoyaron en mi estancia de investigación doctoral desarrollada en el Perú, especialmente al MSc. Alfredo Pezo Paredes quien fungió como co-tutor de tesis en la Universidad Nacional de Ingeniería de Lima; en el Distrito de Chulucanas igualmente agradezco al Director del Centro de Innovación Tecnológica de Artesanías (CITEs), Lic. Martín Azabache, por su amabilidad, cooperación y amplia disposición en apoyarme y facilitarme todos los medios e información a su alcance para cumplir con todas las actividades planeadas. Muchas gracias.*

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
Dedicatoria	i
Agradecimientos	iii
RESUMEN	xx
ABSTRACT	xxii
INTRODUCCIÓN	xxiii
 <b>CAPÍTULO I</b> <b>FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	
	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción del problema	1
2. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN	13
3. OBJETIVOS	13
4. HIPÓTESIS	14
5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	14
6. DELIMITACIONES DEL ESPACIO O TERRITORIO DE LA INVESTIGACIÓN	16
7. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	18
7.1 Análisis cualitativo	18
a) Fundamentos teóricos	18
b) Diagnóstico de las localidades	19
c) Estudios de caso y trabajo de campo	20
8. MATRIZ DE CONGRUENCIA	23
 <b>CAPÍTULO II</b> <b>MARCO TEÓRICO</b>	
	25
1. SIGNIFICADO DE LA ARTESANÍA: CONCEPTOS Y DEFINICIONES	26
1.1 La alfarería	30
2. FORMAS DE ORGANIZACIÓN ARTESANAL	34
3. LA ARTESANÍA COMO UNA FORMA DE REPRODUCCIÓN SIMPLE	40

4.	LA ACTIVIDAD ARTESANAL COMO UNA FORMA DE PRODUCCIÓN PRECAPITALISTA	43
5.	LA FIJACIÓN DEL PRECIO EN LA PRODUCCIÓN ARTESANAL	47
6.	LA UNIDAD EMPRESARIAL ARTESANAL (UEA) O PEQUEÑO TALLER CAPITALISTA COMO UNIDAD DE REPRODUCCIÓN Y CONSUMO	52
7.	LAS CULTURAS POPULARES EN EL CAPITALISMO Y LA GLOBALIZACIÓN: ¿HACIA DÓNDE VAMOS?	56
	7.1 Las culturas populares en el capitalismo	56
	7.2 Las culturas populares ante la globalización	62
8.	GLOBALIZACIÓN, CAMBIOS SOCIALES Y CULTURALES EN LA ARTESANÍA A PARTIR DE LOS AÑOS OCHENTA	65
9.	NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS FAMILIARES	69
	9.1 Definición de empresa familiar	75
	9.2 Particularidades de las empresas familiares mexicanas	76
10.	POLÍTICAS DE DESARROLLO Y FOMENTO DE ARTESANÍAS	78
11.	ANTECEDENTES EL DESARROLLO LOCAL	86
	11.1 Teoría del desarrollo local	89

### **CAPÍTULO III**

	<b>ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN CAPULA, TZINTZÚNTZAN, ZINAPECUARO Y CHULUCANAS</b>	91
1.	ANTECEDENTES DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN MICHOACÁN: ASPECTOS HISTÓRICOS, CULTURALES Y ECONÓMICOS	92
2.	LA ARTESANÍA PERUANA: ASPECTOS HISTÓRICOS, CULTURALES Y ECONÓMICOS	96
	2.1 Principales características de las Micros y Pequeñas Empresas (MYPES) del Perú y su inserción en el mercado internacional	96
	2.2 Oferta y demanda turística del Perú	101
	2.3 Análisis de las actividades artesanales desarrolladas en Perú	104
	2.4 La creación de los Centros de Innovación Tecnológica (CITEs) en el Perú	108

3.	CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN MICHOACÁN	108
4.	ARTESANÍAS, POBREZA Y DESARROLLO EN MICHOACÁN: 1980-2007	114
4.1	Pobreza y marginación indígena entre el sur y norte de México	114
4.2	Michoacán: indígenas, pobreza y desarrollo	117
5.	IMPORTANCIA DE LA POLÍTICA INDUSTRIAL EN MICHOACÁN, 1980-1986: UN PERIODO DE IMPULSO Y DESARROLLO EN LA ARTESANÍA MICHOACANA	120
6.	REGIONALIZACIÓN GEOGRÁFICO CULTURAL DE MICHOACÁN	126
6.1	Regiones indígenas en Michoacán	127
6.2	Regionalización cultural y ramas artesanales	131
7.	ASPECTOS HISTÓRICOS, GEOGRÁFICOS Y SOCIOECONÓMICOS DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN CAPULA	143
7.1	Aspectos históricos y geográficos	143
7.2	Aspectos socioeconómicos	144
7.3	La artesanía de Capula	155
8.	ASPECTOS HISTÓRICOS, GEOGRÁFICOS Y SOCIOECONÓMICOS DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL DE TZINTZÚNTZAN	158
8.1	Aspectos históricos y geográficos	158
8.2	Aspectos socioeconómicos	160
8.3	La artesanía de Tzintzúntzan	161
9.	ASPECTOS HISTÓRICOS, GEOGRÁFICOS Y SOCIOECONÓMICOS DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL DE ZINAPÉCUARO	163
9.1	Aspectos históricos y geográficos	163
9.2	Aspectos socioeconómicos	164
9.3	La artesanía de Zinapécuaro	166
10.	EL FACTOR EDUCATIVO DE CAPULA, TZINTZÚNTZAN Y ZINAPÉCUARO	168
11.	LA DIVISIÓN DE TRABAJO EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS ARTESANALES DE CAPULA, TZINTZÚNTZAN Y ZINAPÉCUARO	170

12.	PROBLEMÁTICA GENERAL EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS ARTESANALES DE CAPULA, TZINTZÚNTZAN Y ZINAPÉCUARO	172
-----	--	-----

#### **CAPÍTULO IV**

##### **ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS DE ARTESANÍAS ESPECIALIZADAS**

	<b>EN LOCALIDADES MICHOACANAS Y PIURANAS</b>	174
1.	ANÁLISIS DE LOS ESTUDIOS DE CASO	174
1.1	Caso uno: Vajillas Finas “El Colibrí”	174
1.2	Caso dos: Artesanías Finas “El Nuevo Colibrí”	180
1.3	Caso tres: Artesanías Finas “Ladislao Martínez”	184
1.4	Caso cuatro: Artesanías Finas “Cerámica Tzintzúntzan”	190
1.5	Caso cinco: Artesanías Finas “Hernández Cano, 1815, Tradición”	194
1.6	Caso seis: el caso del taller tradicional atrasado, “Familia Hernández” de Capula	199
1.7	Caso siete: artesanías e innovación de Chulucanas, Perú	207
1.7.1.	Chulucanas: el inicio de un conciencia del medio ambiente artesanal	223

#### **CAPÍTULO V**

	<b>RESULTADOS DE LOS ESTUDIOS DE CASO</b>	226
1.	LA ESPECIALIZACIÓN ARTESANAL COMO FACTOR DE DESARROLLO EN LOS CASOS MICHOACANOS Y PIURANOS	227
1.1	Factores de desarrollo artesanal: caso michoacano	227
1.2	Factores de desarrollo artesanal: caso piurano	230
2.	ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE FACTORES DE DESARROLLO E INNOVACIÓN ARTESANAL: CASO MICHOACANO Y PIURANO	234
3.	LIMITANTES DE LOS TALLERES ARTESANALES ESPECIALIZADOS EN ESTUDIOS DE CASO MICHOACANOS	245
4.	LIMITANTES DEL CENTRO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA ARTESANAL (CITEs) DE CHULUCANAS	246
5.	PRUEBA DE HIPÓTESIS	246

## CAPÍTULO VI

### PROPUESTAS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL A PARTIR DE LAS EXPERIENCIAS DE CASOS ESPECIALIZADOS COMO FACTORES DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL PARA LAS ARTESANÍAS DE CAPULA, TZINTZÚNTZAN Y ZINAPÉCUARO, MICHOACÁN

	249
1. PROPUESTAS DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL PARA LAS ARTESANÍAS A PARTIR DE LAS EXPERIENCIAS DE LOS CASOS ARTESANALES ESPECIALIZADOS	250
1.1 Actores intervinientes en el desarrollo local y regional de la actividad artesanal	251
1.2 Acciones específicas para el desarrollo local y regional	258
1.2.1 Asesoría y equipamiento	259
1.2.2 Diseño artesanal	259
1.2.3 Apoyos crediticios	260
1.2.4 Capacitación e innovación	260
1.2.5 Aplicación de criterios empresariales	262
1.2.6 Promoción y comercialización artesanal	263
1.2.7 Transferencia tecnológica a través de la MiPyMes	263
1.2.8 Mejora en los niveles de estudios	264
1.2.9 La calidad	264
1.2.10 Apoyo institucional y sensibilización social	264
2. PROPUESTAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL PARA LA ACTIVIDAD ARTESANAL	266
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	274
<b>Anexo</b> (disco compacto)	283
<b>Bibliografía</b>	284

## Índice de cuadros

Cuadro 1. Muestra de unidades económicas especializadas en artesanías de exportación	22
Cuadro 2. Matriz de congruencia	23
Cuadro 3. Matriz teórico metodológica	55
Cuadro 4. Principales centros alfareros de México	95
Cuadro 5. Número de familias productoras de alfarería en México	96
Cuadro 6. Perú: número de MyPyEs formales e informales a nivel nacional, 2004	99
Cuadro 7. Productores alfareros en Michoacán por municipio, 1997	109
Cuadro 8. Localidades productores de alfarería y cerámica en Michoacán	110
Cuadro 9. Requisitos de solicitud de crédito artesanal, 2009	111
Cuadro 10. Distribución de la población en municipios con más del 40% de la población indígena según niveles de marginación por entidad federativa, México, 2000	116
Cuadro 11. Índice de Desarrollo Humano por entidad, 1980-2005	118
Cuadro 12. Grado de marginación por entidad federativa, 2000, 2005 y 2010	120
Cuadro 13. Apoyo crediticio de NAFINSA, 1981-1986	122
Cuadro 14. Créditos otorgados a artesanos por el FOMICH; enero de 1983, septiembre de 1986	124
Cuadro 15. Regiones indígenas en el Estado de Michoacán	127
Cuadro 16. Regiones de Michoacán e índice de Desarrollo Humano, 2000-2005	128
Cuadro 17. Ramas artesanales en el Estado de Michoacán	132
Cuadro 18. Localidades artesanales de la Región Occidente de Michoacán	133
Cuadro 19. Localidades artesanales de la Región Lacustre de Michoacán	135
Cuadro 20. Localidades artesanales de la Región Meseta de Michoacán	137
Cuadro 21. Localidades artesanales de la Región Oriente de Michoacán	138
Cuadro 22. Localidades artesanales de la Región Costa de Michoacán	139
Cuadro 23. Localidades artesanales de la Región Centro de Michoacán	141
Cuadro 24. Localidades artesanales de la Región Tierra Caliente de	

Michoacán	142
Cuadro 25. Número de talleres artesanales de Capula y sus principales características	146
Cuadro 26. Número de reconocimientos del taller de Artesanías Finas “El Colibrí”	177
Cuadro 27. Número de empleados familiares y asalariados en el taller de Artesanías Finas “El Colibrí”	177
Cuadro 28. Competidores del taller de Artesanías Finas “El Colibrí”	180
Cuadro 29. Número de empleados familiares y asalariados en el taller de artesanías Finas “El Nuevo Colibrí”	181
Cuadro 30. Número de reconocimientos del taller de Artesanías Finas “Ladislao Martínez”	187
Cuadro 31. Número de empleados familiares y asalariados en el taller de Artesanías Finas “Ladislao Martínez”	188
Cuadro 32. Número de empleados familiares y asalariados en el taller de Artesanías Finas “Cerámica Tzintzúntzan”	191
Cuadro 33. Número de reconocimientos del taller de Artesanías Finas “Cerámica Tzintzúntzan”	193
Cuadro 34. Número de empleados familiares y asalariados en el taller de Artesanías Finas “Hernández Cano, 1815 Tradición”	194
Cuadro 35. Número de reconocimientos del taller de Artesanías Finas “Hernández Cano, 1815 Tradición”	196
Cuadro 36. Análisis FODA de la artesanía de cerámica de Chulucanas	211
Cuadro 37. Análisis comparativo de los estudios de caso de artesanías de innovación	236
Cuadro 38. Perú: número de beneficiarios en los CITEs de Artesanía y Turismo	238
Cuadro 39. Estructura conceptual de innovación en producto, en proceso y organización de las unidades artesanales especializadas	240
Cuadro 40. Tecnología utilizada en los procesos productivos en los talleres artesanales especializados y no especializados	242



Gráfica 19. Población ocupada por sectores de Zinapécuaro, 1980, 1990, 2000 y 2010	166
Gráfica 20. Variedad de alfarería de Zinapécuaro	167
Gráfica 21. Población porcentual mayor de 15 años analfabeta de Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro, 2000 y 2005	168
Gráfica 22. Grado promedio de escolaridad para Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro, 2000, 2005 y 2010	170
Gráfica 23. Destino de la comercialización de artesanías “El Colibrí”	178
Gráfica 24. Ventas mensuales de Artesanías Finas “El Colibrí”, 2007-2010	179
Gráfica 25. Destino de la comercialización de artesanías “El Nuevo Colibrí”, en (%)	183
Gráfica 26. Ventas mensuales de Artesanías Finas “Ladislao Martínez”, 2007-2010	189
Gráfica 27. Destino de la comercialización de artesanías “Ladislao Martínez” en (%)	189
Gráfica 28. Destino de la comercialización de artesanías “Cerámica Tzintzúntzan”, en (%)	192
Gráfica 29. Ventas mensuales de Artesanías Finas “Cerámica Tzintzúntzan”	193
Gráfica 30. Destino de la comercialización de artesanías “Hernández Cano, 1815 Tradición”, en (%)	196
Gráfica 31. Ventas mensuales de Artesanías Finas “Hernández Cano, 1815 Tradición”, en (%)	197
Gráfica 32. Chulucanas: comercialización de las artesanías, 2010 (%)	215

### Índice de figuras

Figura 1. Árbol del problema	4
Figura 2. Relación de la producción en la forma familiar de producción tradicional	36
Figura 3. Forma familiar de producción y aparición del pequeño taller Capitalista	38
Figura 4. La formación de la cultura	58

Figura 5. Esferas de circulación de la artesanía mexicana	155
Figura 6. Organización productiva en las unidades artesanales especializadas	199
Figura 7. Organización y desorganización de la producción de los talleres tradicionales atrasados	202
Figura 8. Canales de comercialización del taller artesanal atrasado “familia Hernández”	205
Figura 9. Organigrama del CITEs Cerámica de Chulucanas	212
Figura 10. Perú: rol y servicios de los CITEs	214
Figura 11. Vías de comercialización de la artesanía de Chulucanas	215
Figura 12. Proceso de producción tradicional de la cerámica de Chulucanas	218
Figura 13. Proceso productivo innovado de la cerámica de Chulucanas	222
Figura 14. Factor detonante de desarrollo e innovación de la actividad artesanal en los estudios de caso michoacanos	229
Figura 15. Características de éxito de la asociatividad en Chulucanas	232
Figura 16. Factor detonante de desarrollo e innovación de la actividad artesanal en Chulucanas	233
Figura 17. Agentes intervinientes en el desarrollo local y regional para la actividad artesanal	255
Figura 18. Otros agentes intervinientes en el desarrollo local y regional para la actividad artesanal	256
Figura 19. Interacción de los agentes participantes en el desarrollo local y regional para la actividad artesanal	258

### Índice de mapas

Mapa 1. Espacio geográfico sobre los estudios de caso michoacanos	17
Mapa 2. Ubicación del Distrito de Chulucanas, Piura, Perú	18
Mapa 3. Principales destinos comerciales operativos en el Perú	103
Mapa 4. Perú: exportaciones de artesanías por principales países destino, 2005	104
Mapa 5. Regiones productoras de artesanías en el Perú	106

Mapa 6. Población indígena hablante por entidad en México, 2009	115
---	-----

### Índice de siglas o abreviaturas

Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs)	2
Fondo Nacional de Artesanías (FONART)	6
Acuerdo General de Aranceles (GATT)	10
Tratado de Libre Comercio (TLC)	10
Organización Mundial de Comercio (OMC)	10
Centros de Innovación Tecnológica (CITEs)	17
Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)	19
Unidades Productivas Familiares (UPF)	35
Unidades Productivas Empresariales (UPE)	35
Unidad Empresarial Artesanal (UEA)	52
Instituto Nacional Indigenista (INI)	79
Fideicomiso para el Fomento de las Artesanías (FFA)	79
Confederación Nacional de Organizaciones Populares del PRI (CNOP)	79
Instituto Mexicano de Comercio (IMCE)	79
Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)	84
Casa de las Artesanías (CASART)	85
Fondo Nacional de Empresas Solidarias (FONAES)	85
Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES)	87
Índice de Desarrollo Humano (IDH)	91
Organizaciones No Gubernamentales (ONGs)	98
Instituciones de Micro Finanzas (IFMs)	98
Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs)	99
Centro Interregional de Artesanos del Perú (CIAP)	100
Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)	101
Promoción para las Exportaciones (PROMPEX)	103
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)	107

Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	110
Centro de Exportaciones de Michoacán (CEXPORATA)	110
Comisión Nacional de Evaluación (CONEVAL)	114
Colegio Nacional de Educación Profesional (CONALEP)	123
Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI)	123
Fondo Mixto para el Fomento Industrial de Michoacán (FOMICH)	123
Fondo Nacional de Fomento Industrial (FOMIN)	124
Plan Nacional de Desarrollo (PND)	125
Secretaría de Planeación y Desarrollo del Estado de Michoacán (SEPLADE)	126
Organización de las Naciones Unidas (ONU)	168
Instituto Nacional para la Educación de los Adultos	180
Instituto Michoacano de Ciencias de la Educación (IMCED)	190
Unión de Artesanos de Michoacán (UARM)	192
Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART)	209
Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	239
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH)	249
Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT)	252
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)	252
Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI)	276
Investigación y Desarrollo (I + D)	276

### **Glosario de términos o conceptos**

Muestreo no probabilístico o por conveniencia	21
Artesanía	26
Alfarería	29
Producción familiar o unidad económica familiar	34
El pequeño taller capitalista	36
El taller del maestro artesano independiente	38
El taller de la manufactura	39
Trabajo productivo	44
Unidad económica campesina	53

Unidad Económica Artesanal Especializada o Unidad Empresarial Artesanal (UEA)	55
Cultura	58
Artes populares	60
Globalización	62
Concepto de familia	70
Empresa familiar	75

## RESUMEN.

Ésta tesis es un estudio analítico profundo de estudios de caso de unidades económicas artesanales especializadas en 3 localidades michoacanas y una más en el Departamento de Piura, en el Perú, ubicada exactamente en el Distrito de Chulucanas.

El objetivo del estudio analizó a profundidad los factores productivos especializados de unidades artesanales pujantes y talentosas que se han destacado por obtener actualmente nuevos procesos y aprendizajes en artesanías de innovación, situación que los ha llevado a insertarse en mejores mercados, así como también el de empezar a disfrutar de mayores ingresos, pero también de mejores niveles de vida de sus ocupantes.

Para éste estudio, se obtuvo una muestra de 6 unidades artesanales destacadas distribuidas 3 en Capula, 1 en Tzintzúntzan, 1 en Zinapécuaro y 1 más en Chulucanas. La aplicación de los cuestionarios en cada uno de los casos se llevó a cabo en los meses de junio y julio del año 2010 en las localidades michoacanas; el caso internacional de Chulucanas fue estudiado en junio y julio del 2011.

Con la información obtenida en cada uno de los estudios de caso, se hizo un análisis descriptivo amplio que nos permitió identificar los principales factores de desarrollo que imperan en éstos casos considerados como exitosos, elementos determinantes que nos ayudan a tomar decisiones en establecer una estrategia de mejoramiento productivo y de política pública para mejorar los niveles de vida de la gran masa de artesanos que se han quedado en el estancamiento.

El resultado final de los estudios de caso en cada una de las localidades, nos mostraron en términos generales que el factor educativo y la asociatividad, son variables determinantes que inciden directamente en una visión estratégica que ha permitido al artesano en incrementar sus niveles de capacitación e innovación tecnológica.

Finalmente, agradecemos y damos un amplio reconocimiento a los productores de cada una de las localidades, por mostrar apertura y excelente disposición en la aplicación de los cuestionarios, pero también por permitirnos el conocer la intimidad de sus talleres, sus trabajadores y sus bellas artesanías.

## **ABSTRACT.**

This thesis is an analytical study of case studies of economic units specialist craft in 3 localities michoacanas and one more in the Department of Piura in Peru, located exactly in the District of Chulucanas.

The objective of this study was to analyze in depth the factors of production of specialized handicraft units buoyant and talented that have been highlighted by obtain currently new processes and programming in crafts of innovation, a situation that has led them to be inserted in the best markets, as well as to start to enjoy higher incomes, but also better standards of life of its occupants.

For this study, we obtained a sample of 6 prominent handicraft units distributed 3 in Capula, 1 in Tzintzuntzan, 1 in Zinapecuaro and 1 more in Chulucanas. The application of the questionnaires in each of the cases took place during the months of June and July of 2010 in the localities michoacanas; the international case of Chulucanas was studied in June and July of 2011.

With the information obtained in each of the case studies, it became a comprehensive descriptive analysis that allowed us to identify the principal factors in the development that prevail in these cases considered as successful, determinants that help us make decisions in establishing a strategy for improving productive and public policy to improve the living standards of the great mass of craftsmen who have been in a deadlock.

The final outcome of the case studies in each of the villages, we showed in general terms that the educational factor and the associativity, variables are determinants which impinge directly on a strategic vision that has allowed the craftsman to increase their levels of training and technological innovation.

Finally, we thank and give a widely recognized producers of each one of the places to show openness and excellent provision on the application of questionnaires, but also for letting us know the intimacy of their workshops, its workers and their beautiful crafts.

## **INTRODUCCION.**

En México, la producción de artículos artesanales se remonta a la época prehispánica. Se puede decir que México tiene una gran tradición artesanal de milenios. Esta parte de la cultura material la encontramos ricamente desarrollada desde la época prehispánica hasta nuestros días, en un dilatado universo de formas, técnicas y decoraciones.

La artesanía en México es diversa y ocupa un renglón importante para las economías familiar y local, toda vez que esta producción es llevada a cabo por un gran número de habitantes del país que son sobre todo indígenas, los cuales distribuyen su tiempo tanto en la producción agrícola como en la artesanal.

Así como en nuestro país, Michoacán tiene una historia cultural que resalta en el medio nacional por su importante actividad artesanal en muchos de sus municipios y localidades. Además es un estado de gran riqueza en recursos naturales, tradiciones culturales, manifestaciones artísticas; gente con tendencia a conservar las costumbres a través del cambio enriquecido con nuevos conocimientos y experiencias.

Aquí en Michoacán, la actividad artesanal absorbe una gran cantidad de mano de obra especializada y que produce artículos únicos por su belleza y calidad artística, ampliamente demandados en el exterior, muy poco conocidos y apreciados en nuestro país, pero siempre con un potencial económico enorme.

A pesar de la gran importancia económica, histórica, social y cultural que tiene el sector, la actividad artesanal está pasando por una serie de contradicciones productivas y tecnológicas que no le permiten incorporarse a mejores oportunidades de desarrollo y se ha quedado como una actividad pre-capitalista, improductiva y estancada.

Sin embargo, a pesar de las contradicciones que presenta la actividad, ésta sigue aglomerando a una gran cantidad de artesanos distribuidos en diferentes ramas artesanales que se resisten a abandonar su tradición. Debe mencionarse que

Michoacán es una de las entidades que más ramas artesanales tiene en el país. Pues se identifican por lo menos 16 ramas artesanales, de las cuales la alfarería es una de las actividades artesanales más destacadas.

La rama de la alfarería, es un oficio que se mantiene vigente en varias de las comunidades de la entidad y representa un importante ingreso familiar; la cuál se produce en pequeñas talleres artesanales llamados también unidades familiares.

El oficio de la alfarería como en todas las ramas artesanales, los conocimientos y técnicas de la actividad son transmitidas de generación en generación conservando formas antiguas de elaboración artesanal y con un casi nulo desarrollo tecnológico en la mayoría de los talleres familiares.

Las localidades de Capula<sup>1</sup>, Tzintzúntzan y Zinapécuaro<sup>2</sup>, ubicadas las dos primeras hacia el poniente del municipio de Morelia, y la tercera hacia el oriente, son parte también de esta historia cultural, son comunidades o pueblos donde la mayoría de sus habitantes son grupos indígenas, organizados en unidades económicas familiares<sup>3</sup>, con un bajo nivel educativo, dedicados también a la agricultura y en su gran mayoría a la elaboración de preciosas artesanías de barro y cerámica, actividad conocida también como alfarería (como son las vajillas, hoyas y platos, etc.). Aquí se producen artesanías tradicionales que son producto de las experiencias y habilidades de sus pobladores. Esto identifica a ellas, como un soporte cultural local, donde sus artesanos crean un producto único y donde la gran mayoría de sus productores, siguen utilizando técnicas ancestrales, dejando de lado los avances de la tecnología que los mercados exigen para la competitividad y la comercialización.

---

<sup>1</sup> Los pobladores de la localidad de Capula Michoacán, son conocidos desde su historia como alfareros de Capula, pero en este trabajo lo abordaremos como artesanos o artesanías de Capula.

<sup>2</sup> Localidades que en esta investigación interesan para analizar estudios de caso especializados.

<sup>3</sup> La unidad económica familiar o unidad económica campesina se compone por el núcleo familiar y donde el jefe de familia es el que organiza el trabajo. Se constituye como una unidad de producción y consumo, donde en primera instancia no se persiguen las ganancias, dado que lo primero es satisfacer la necesidad propia de la familia.

Ahora, toda sociedad para que pueda desarrollarse necesita poner de manifiesto sus creaciones artísticas y culturales. En este caso, las localidades en estudio, cuentan para su desarrollo económico con una gran diversidad de recursos naturales, humanos, climas, flora, y fauna que junto con sus ricos saberes y experiencias en el ramo artesanal pueden hacer de su entorno un espacio para el desarrollo económico y social. El aprovechamiento de estas riquezas endógenas, pueden cambiar la cara de la marginación y mejorar los niveles de bienestar locales.

La estructura de la tesis está diseñada por seis capítulos y de la siguiente manera:

La primera parte (Capítulo I), muestra los fundamentos de la investigación. En esta parte, señalamos los aspectos problemáticos relacionados con la producción artesanal, partiendo desde lo general hasta lo particular. Seguidamente presentamos los objetivos, las preguntas y las hipótesis propuestas en la investigación.

Finalmente, presentamos el espacio geográfico en que tendrá lugar nuestra investigación, además del instrumento metodológico propuesto.

Como Capítulo II, se delinea una amplia discusión teórica relacionada con la actividad artesanal. Su discusión se centra principalmente a que la artesanía es una actividad considerada como pre-capitalista caracterizada por contradicciones productivas en donde la gran mayoría de sus ocupantes se resisten a cambiar sus esquemas productivos situación que lleva a que obtengan bajos niveles de ganancia y por ende que sus niveles de vida sean precarios.

En este mismo capítulo, se revisan los conceptos teóricos de la artesanía así como los elementos principales que tienen que ver con el desarrollo local como herramienta alternativa de desarrollo local y regional.

La tercera parte (Capítulo III), se presenta un diagnóstico socioeconómico de los principales aspectos productivos de la producción artesanal en Michoacán y en las localidades en estudio, con el objetivo de realizar un análisis sobre algunos

indicadores económicos y sociales para conocer sus niveles de bienestar social y su problemática sobre todo en el ramo artesanal. Es decir, en este capítulo realizamos un diagnóstico integral enfocado a las localidades en estudio donde se realiza el análisis de los estudios de caso: localidades michoacanas y el estudio de caso internacional llevado a cabo en Chulucanas, Perú. Además en el desarrollo del capítulo, mostramos los antecedentes de la producción artesanal de Michoacán, sus regiones culturales y localidades estudiadas mostrando algunos indicadores productivos y sociales, resaltando la importancia que estas tienen en nuestro estado, así como los aspectos problemáticos que hoy enfrenta la artesanía michoacana en el contexto nacional e internacional.

Específico análisis de la importancia de la política industrial implementada en la década de los ochenta; política que impulsa, desarrolla y promociona la actividad artesanal michoacana.

En el Capítulo IV, se presenta un análisis comparativo de los estudios de caso estudiados en Michoacán versus el analizado en el centro de innovación de Chulucanas, en Perú. En este apartado, los estudios de caso se describen detalladamente y se destacan sus aspectos productivos como talleres innovadores y pujantes como unidades económicas generadoras de empleo diferenciadas en relación a sus procesos productivos que se han ubicado en nuevos nichos de mercado y que destacan además, por empezar a contratar mano de obra asalariada de la comunidad o de la región. Además, destacamos detalladamente cuáles han sido los factores detonantes que han llevado a que estas unidades económicas sean actualmente espacios pujantes y con futuro. Finalmente, damos a conocer algunos cambios culturales que actualmente se están originando en los consumidores como producto de la globalización a partir de los años ochenta.

La quinta parte (Capítulo V), damos a conocer los resultados cualitativos y cuantitativos obtenidos en los estudios de caso tanto michoacanos como piuranos. Cabe destacar que en este capítulo, presentamos un análisis comparativo de las unidades artesanales especializadas michoacanas y piuranas, en los cuáles se destacan los principales elementos o factores que han permitido su innovación y

desarrollo. Y finalmente, probamos las hipótesis que se plantearon en el primer capítulo para su aceptación o rechazo de las mismas.

Como Capítulo VI, se presentan las propuestas que tienen que ver con la estrategia del mejoramiento productivo de desarrollo artesanal para las localidades objeto de estudio. Dichas propuestas van encaminadas en aprovechar precisamente las experiencias exitosas y especializadas a partir de los seis estudios de caso analizados, que tienen que ver con la recuperación de los saberes culturales locales a partir de la participación de los actores.

El trabajo concluye con las conclusiones y recomendaciones que tienen que ver más bien con una serie de reflexiones finales que se construyen a partir de los resultados obtenidos en el proceso de la investigación así como la recomendación algunas sugerencias que permitan orientar el mejoramiento productivo artesanal en las localidades de estudio.

Por último, se presenta el anexo en disco compacto, el cuál muestra todo el instrumento metodológico sobre el trabajo de campo desarrollado para el análisis de los estudios de caso y las fuentes bibliográficas consultadas en el desarrollo de la tesis.

**A N E X O**

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales**  
**Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional**

**Tesista:** Rómulo Duarte Duarte

**PROYECTO:** *Artesanías de Exportación, Desarrollo Local y Regional, 1980-2007: Un Estudio Comparativo entre Localidades Michoacanas y Piuranas.*

**CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO**

**Unidad Económica Artesanal:** “El Colibrí”

**Localidad:** Capula, Michoacán

**Propietario:** Blanca Estela Pineda

**Edad:** 53 años, **Escolaridad:** Secundaria terminada

**Domicilio:** Entronque Capula (Carretera Federal a Quiroga)

**No. de integrante de la familia:** 5 hermanos (1 hermano y 4 hermanas), siendo yo la mayor de la familia.

**I. Elementos evolutivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿En qué año nace la empresa y cuál era su nombre o razón social?**

R= Nace en el año de 1981, es decir, hace 29 años, la cuál no tenía razón social. Yo nací en la Cd. de México y a los 3 años de edad me vine vivir a Capula, dado que mis padres eran originarios de aquí aunque ellos no se dedicaban a la alfarería.

**2.- ¿Cuántos años tienen laborando en su taller artesanal?**

a) 2 años: \_\_\_\_, b) 3 a 5 años: \_\_\_\_, c) 5 a 7 años \_\_\_\_, d) 7 a 10 años: \_\_\_\_,  
 e) 10 a 15 años: \_\_\_\_, f) 15 a 20 años: \_\_\_\_, g) 20 a 25: \_\_\_\_, h) 25 y más: X,

**3.- ¿Qué tipo de productos elaborabas cuando iniciaste tu negocio y cuáles produces actualmente?**

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
✓	✓						
Productos actuales							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
		✓		✓	✓		✓

**4.- ¿Cuántos miembros integraban la microempresa familiar al inicio de su fundación?**

Cantidad: 3, Familiares hombres: 2, Familiares mujeres: 1  
 No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**5.- ¿Cuántos miembros integran actualmente a la microempresa familiar?**

Cantidad: 4, Familiares hombres: 2, Familiares mujeres: 2  
 No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**6.- ¿Cuántos miembros integraban a la microempresa familiar en el 2007?**

Cantidad: 6, Familiares hombres: 2, Familiares mujeres: 2  
 No familiares hombres: 2, No familiares mujeres: \_\_\_\_\_, Niños: \_\_\_\_\_,

**7.- ¿Qué nivel de escolaridad tienen sus trabajadores tanto familiares como asalariados?**

Familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: X, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_  
 Familiares mujeres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: X, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_  
 No familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_  
 No familiares mujeres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

**8.- ¿Cuál es el calendario anual de producción de la actividad artesanal?**

Ciclo de producción											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

**9.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller (8 hrs o más) y cuál es su horario de trabajo?**

Jornada de trabajo			
Familiares hombres	Menos de 8 horas ✓	8 horas	Mas de 8 horas
Familiares mujeres	Menos de 8 horas ✓	8 horas	Mas de 8 horas
No familiares hombres	Menos de 8 horas	8 horas	Mas de 8 horas
Niños	De 1 a 3 horas	De 4 a 5 horas	Mas de 5 horas

Tiempo completo familiares: 7 horas, Tiempo completo no familiares: \_\_\_\_\_,  
 Horario de trabajo familiares: flexibles, Horario de trabajo no familiares: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Los hombres y mujeres hacen las mismas tareas?**

a) Si \_\_\_\_\_, b) No X,

Hombres: Por lo general hombres y mujeres realizan las mismas tareas dado que se trata de actividades no muy pesadas, excepto cuando es necesario acarrear el barro de la mina son los hombres quienes desempeñan esta actividad.

Mujeres: Por lo general, las mujeres realizan las mismas actividades.

Adultos mayores: Las personas mayores desempeñan las actividades más sencillas por su condición de su edad.

Niños: Los menores como su nombre lo indica realizan las actividades más sencillas del proceso productivo.

**11.- En cuanto ascienden las ventas mensuales de la empresa en promedio (año 2010)?**

a) Menos de 10,000 X, b) entre 10,000 y 20,000 \_\_\_\_\_, c) entre 20,000 y 30,000 \_\_\_\_\_,  
 d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_\_\_\_, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_,

**12.- En cuanto ascendieron las ventas mensuales de la empresa en promedio en el 2007?**

a) Menos de 10,000 \_\_\_\_\_, b) entre 10,000 y 20,000 X, c) entre 20,000 y 30,000 \_\_\_\_\_,  
 d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_\_\_\_, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_,

**13.- ¿A cuánto asciende el ingreso promedio mensual por empleado (año 2010)?**

Ingreso mensual				
Hombres familiares	\$500 a 2000 ✓	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres familiares	\$500 a 2000 ✓	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Hombres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Niños	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más

Nota: En el 2007 el ingreso promedio mensual ascendía entre \$3500 a 5000 pesos m/h.

**14.- ¿Los trabajadores empleados en su taller, tienen seguridad social (ISSSTE, IMSS, Seguro Popular, otro)?**

Si , No .

Familiares: a) ISSTE  b) IMSS  c) Seguro Popular , d) Otro ,

No familiares: a) ISSTE  b) IMSS  c) Seguro Popular , d) Otro ,

Nota: No se tiene en este momento ninguna prestación social para ningún trabajador.

**15.- ¿Cuánto influyen los factores climáticos en la producción artesanal?**

a) Mucho , b) Poco , c) Normal ,

Por qué? R= En tiempo de lluvias no se puede trabajar muy bien por las condiciones climáticas y las piezas no se secan perfectamente y se cuartean.

**II. Aspectos comunitarios**

**1.- ¿Cuántos hijos tienes?**

Hombres: 3, Mujeres: \_\_\_\_\_,

**2.- Todos tus hijos son artesanos?**

a) Si , b) No ,

**3.- ¿Tus padres y abuelos fueron artesanos?**

a) Si: \_\_\_\_\_, b) No: , Nota: pero eran campesinos.

**4.- ¿Eran originarios de esta comunidad o de la región?**

a) Si: , b) No: \_\_\_\_\_, ¿Dónde nacieron? Aquí en Capula.

¿En que año llegaron a la comunidad? \_\_\_\_\_,

**5.- ¿Tienes tierras de cultivo?**

A) Si: \_\_\_\_\_, b) No: ,

**6.- ¿Qué es lo que siembra?**

Cuadro 1. Cantidad y características de la producción agrícola					
Cultivo	Has.	Cantidad obtenida	Temporal o riego	Destino del producto	Precio (tons)
No siembra				Autoconsumo (%):	
				Comercialización (%):	
				Autoconsumo (%):	
				Comercialización (%):	

**7.- ¿Cuál es la producción por ciclos (productos agrícolas)?**

Producción		
Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3

**8.- ¿Cuál es el régimen de propiedad en la zona y de tus parcelas?**

a) Comunal \_\_\_\_, b) Ejidal \_\_\_\_, d) Otro: No tengo tierras.

**9.- ¿Quién trabaja las tierras?**

a) El dueño \_\_\_\_, b) Se rentan \_\_\_\_, c) Se prestan \_\_\_\_,

c) Otro: No tengo tierras.

**10.- ¿Produces lo suficiente para abastecerte (productos agrícolas)?**

a) Si \_\_\_\_, b) No X, Nota: Los productos agrícolas de consumo se compran.

**11.- ¿Tienes excedentes agrícolas que vender?**

a) Si \_\_\_\_, b) No X,

¿Cuánto en promedio? \_\_\_\_\_,

**12.- ¿Qué temporada se dedica al cultivo agrícola?**

Cuadro 2. Cronograma de meses que se dedica al cultivo agrícola											
Meses											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic

**13.- ¿La casa forma parte del espacio productivo artesanal?**

a) Si \_\_\_\_, b) No X,

**14.- ¿Qué tipo organización alfarera es, y cuando nace?**

a) Asociación Civil X, b) Lucrativa \_\_\_\_, c) No Lucrativa \_\_\_\_\_,

¿Cuándo nace? Año \_\_\_\_, Nota: No estoy integrada a ninguna asociación.

**15.- ¿Cuál es la función que cumple el grupo de alfareros al que perteneces?**

R= Aunque no estoy integrada a ninguna asociación, la que existe aquí en la localidad (UNIAMICH) cumple la función para las ventas y concursos en ferias.

**16.- ¿Cuántas organizaciones de alfareros existen en la comunidad?**

a) 1 X, b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_\_, e) Más de 4 \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Cómo está organizado el grupo de alfareros al que pertenece?**

R= Aunque no estoy integrada a ninguna asociación, la gran mayoría de artesanos de la localidad están integrados a dicha asociación.

**18.- ¿Intercambia usted saberes, experiencias con otros artesanos de la comunidad o de otras comunidades para mejorar su producción? ¿Con quién? a) Si \_\_\_\_\_, b) No X,**

Entre artesanos de la localidad \_\_\_\_\_,

Entre artesanos de la región \_\_\_\_\_,

Entre artesanos del interior del Estado \_\_\_\_\_,

Otros \_\_\_\_\_,

**19.- ¿Por qué crees, que en la comunidad encontramos un pequeño número de artesanos especializados y un amplio número de atrasados?**

R= Sobre todo por la falta de proyectos y falta que el gobierno se acerque con nosotros.

**20.- ¿Cuáles crees que sean los factores que han inducido a que la comunidad tenga un gran número de artesanos atrasados?**

R= Son varios los factores y como lo mencioné anteriormente por la falta de proyectos artesanales como la promoción, pero también la falta de interés de los mismo artesanos.

**21.- ¿Está usted dispuesto a intercambiar experiencias con otros productores de la localidad y de otras regiones para mejorar las condiciones productivas locales?**

**¿Con qué frecuencia?**

a) Entre artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_ X \_\_\_\_\_,

b) Entre artesanos de la región: \_\_\_\_\_ X \_\_\_\_\_,

c) Entre artesanos del interior del Estado: \_\_\_\_\_ X \_\_\_\_\_,

d) Otros \_\_\_\_\_,

¿Con qué frecuencia? Con la necesaria.

**22.- ¿Qué tipo de cambio considera que ha tenido el consumidor después de la crisis de 1982 y del Tratado de Libre Comercio?**

R= El Estado ha dejado de apoyar con créditos como lo hacía antes, y con el TLC, solo se ha favorecido a los chinos y a las empresas grandes.

**23.- ¿Cuál cree usted que sea el comportamiento del comprador en un futuro?**

a) Comportamiento conservador \_\_\_\_\_,

b) Comportamiento innovador X (aunque son pocos los clientes quienes lo pagan.

c) Comportamiento entre conservador e innovador \_\_\_\_\_,

d) Otro \_\_\_\_\_,

**24.- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del Tratado de Libre Comercio?**

- a) Ventajas: Solo favorece a empresas grandes.
- b) Desventajas: Nuestra producción es invadida por productos chinos.

**25.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios más relevantes que han hecho cambiar en la unidad productiva artesanal?**

R= Sobre todo en que se tiene que irse innovando con los cambios en el mercado.

**26.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios que se han observado con respecto a las políticas gubernamentales y el desarrollo artesanal en la comunidad?**

R= Menos apoyos gubernamentales.

**27.- ¿En el desarrollo regional (entre comunidades), como han impactado las crisis recurrentes en el desarrollo artesanal?**

R= Hemos visto que muchos artesanos han estado desapareciendo y dedicándose a otras actividades y los que quedan vemos a artesanos mas empobrecidos.

**28.- ¿Cuál es el cambio en los impuestos, tomando en cuenta la historia de su taller?**

R= Se pagan impuestos a partir de cuando el artesano se registra o se da de alta en Hacienda, en mi caso a partir del año 2007.

**29.- ¿Cuáles han sido los cambios recientes en la mano de obra familiar o asalariada en el ramo artesanal?**

- a) Se mantiene con mano de obra familiar:   X
- b) Se combina mano de obra familiar y asalariada:   X
- c) Otro cambio: \_\_\_\_\_

**30.- ¿Cree usted, que las políticas públicas han fracasado, al no ser las adecuadas para impulsar el desarrollo artesanal? ¿Por qué?**

Si   X  , No \_\_\_\_\_

- a) No hay una política de fomento artesanal: \_\_\_\_\_
- b) No toman en cuenta a la comunidad: \_\_\_\_\_
- c) Se diseñan sin conocer el ramo artesanal: \_\_\_\_\_
- d) Los recursos se quedan en el camino:   X
- e) Otro: \_\_\_\_\_

**31.- ¿Qué tipo de apoyos/acciones se necesitan para atender la problemática de los artesanos en la localidad?**

- a) Proyectos: \_\_\_\_\_
- b) Créditos:   X
- c) Capacitación: \_\_\_\_\_
- d) Innovación:   X
- e) Promoción   X
- f) Asistencia Técnica \_\_\_\_\_
- g) Otros \_\_\_\_\_

**32.- ¿Qué institución tendría más credibilidad para ayudar a los artesanos en la colaboración de proyectos productivos para mejorar las condiciones de vida?**

- a) Institución gubernamental \_\_\_\_\_
- b) Universidad   X
- c) Organizaciones no gubernamentales   X  , otras \_\_\_\_\_

**33.- ¿Qué factores han incidido para que un importante porcentaje de la población local en edad de trabajar, se desplace a los centros urbanos más cercanos ya sea a trabajar o a buscar un mejor empleo (caso de Morelia o Morolón)?**

- a) Falta de mercado:   X
- b) Bajos precios: \_\_\_\_\_
- c) Altos costos: \_\_\_\_\_

- d) Falta de materia prima: \_\_\_\_, e) Alta competencia: X, f) Falta de promoción: \_\_\_\_, g) Alto intermediarismo: \_\_\_\_,  
h) Otros: \_\_\_\_\_,

### III. Elementos descriptivos de la Unidad Económica Artesanal

#### 1.- ¿Qué cantidad de capital calcula que tiene invertido actualmente en su taller en promedio?

- a) \$10,000 pesos: \_\_\_\_\_, b) de 10,000 a 20,000 pesos \_\_\_\_\_,  
c) de 20,000 a 40,000 pesos: X, d) de 40,000 a 60,000 pesos \_\_\_\_\_,  
f) de 60,000 a 100,000 \_\_\_\_\_, g) de 100,000 a 150,000 \_\_\_\_\_,  
h) de 150,000 a 200,000 \_\_\_\_\_, i) de 200,000 a 300,000 \_\_\_\_\_,  
j) de 300,000 a 400,000 \_\_\_\_\_, k) de 400,000 o más \_\_\_\_\_,

#### 2.- ¿En qué tipo de artesanía te has especializado?

- a) Vajillas: X, b) Cazuelas \_\_\_\_\_, c) Ollas \_\_\_\_\_, d) Platos \_\_\_\_\_, e) Tarros X,  
f) Ensaladeras \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros \_\_\_\_\_, h) Cafeteras \_\_\_\_\_,  
i) Otras: ceniceros, salseras, macetas y lámparas.

#### 3.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería?

- a) De tus padres \_\_\_\_\_, b) familiares \_\_\_\_\_, c) Otro: Con la vivencia de la comunidad, observando con los mimos alfareros y gracias a la especialización de mi hijo.

#### 4.- ¿Cómo aprendiste la técnica especializada que utilizas en la producción?

- a) De tus padres \_\_\_\_\_, b) familiares \_\_\_\_\_, c) Otro: Gracias a mi hijo que es especialista en artesanía a la alta temperatura.

#### 5.- ¿Dónde y con quien te has capacitado para mejorar el oficio de la alfarería?

- a) Con artesanos de la localidad: X,  
b) Con artesanos de la región: \_\_\_\_\_,  
c) Con artesanos del Estado: \_\_\_\_\_,  
d) En Casa de las Artesanías del Estado: \_\_\_\_\_,  
f) En Escuelas especializadas en artesanía: X, Cuáles? En la Escuela Japonesa a la alta temperatura en Toluca, Estado de México.  
g) Otros: \_\_\_\_\_,

#### 6.- ¿Qué diferencia tiene la técnica que utilizas hoy a la que utilizabas cuando iniciaste?

R= La técnica sigue siendo la misma, pero ahora buscamos diseños mas innovados se invierte mas en la materia prima.

#### 7.- ¿Cuáles fueron los factores que motivaron a que cambiaras de técnica?

- a) Por el mercado: X, b) cliente más exigente: \_\_\_\_\_,  
c) Otro: \_\_\_\_\_,

#### 8.- ¿La técnica que utilizas actualmente sigue siendo tradicional o ésta ha sido modificada? ¿Domina alguna otra?

- a) Tradicional: X, b) Innovada: \_\_\_\_\_, c) Tradicional e innovada: \_\_\_\_\_,  
d) Otra: \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Anteriormente, que tipo de horno tenías? ¿Ahora qué tipo de hornos tienes?**

Horno anterior		
Leña	Gas	Ambos
✓		
Horno actual		
Leña	Gas	Ambos
	✓ (1500 °C)	

**10.- ¿Qué fue lo que influyó, a que cambiaras el tipo horno y cuando fue?**

R= Por la exigencia de la cerámica y ahora con horno a la alta temperatura.

**11.- ¿Cuándo iniciaste tu taller, cuáles eran las herramientas con los que contabas para producir? ¿Y cuáles son las de ahora?**

Antes: Antes tenía solo herramienta básica e incipiente.

Ahora: Poco a poco hemos ido cambiando y remplazando herramienta que ayuda a producir mejores productos como moldes, hornos de gas a 1500 °C, mejores esmaltes, etc.

**12.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos? ¿Qué tipo de productos?**

Si: \_\_\_\_\_, No:   X  

Nota: Mis productos solo contienen esmalte que sirve para fijar los colores. La greta solo es para el barro, la cerámica no lleva greta.

¿Qué tipo de productos? \_\_\_\_\_

**13.- ¿Aproximadamente, cuantos kg., de greta utilizas en cada hornada?**

a) De 1 a 3: \_\_\_\_\_, b) de 3 a 5: \_\_\_\_\_, c) de 5 a 10: \_\_\_\_\_, d) de 10 o más: \_\_\_\_\_,

Nota: No se utiliza.

**14.- ¿A partir de cuando empiezas a utilizar la materia prima (cerámica) y por qué?**

Año: 2000, ¿Por qué? Por la exigencia del mercado.

**15.- ¿Cuáles son los cambios que ha originado la crisis de 1982, con respecto a los insumos?**

R= Para trabajar la cerámica se requieren más insumos.

**IV.- Factores competitivos y de demanda actual**

**1.- ¿Qué tipo de productos vende?**

- a) Vajillas:   X   b) Cazuelas: \_\_\_\_\_, c) Ollas: \_\_\_\_\_, d) Platos: \_\_\_\_\_, e) Jarros: \_\_\_\_\_,  
 f) Ensaladeras: \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros: \_\_\_\_\_, h) Cafeteras: \_\_\_\_\_, i) Tazas: \_\_\_\_\_,  
 j) Otras: salseras.

**2.- ¿Quiénes son sus compradores?**

Cuadro 3. Demanda, precio, y tipos de productos artesanales			
Producto	Precio	Costo total	Mercado/destino
			CASART
			FONART
			Ferias, Gob., del Estado
			Restaurantes nacionales
			Mercado Local (taller)

**3.- ¿Cómo determinas tus diseños?**

- a) Catálogos: \_\_\_\_, b) Mercado: \_\_\_\_, c) Por creatividad: X, d) Revistas: \_\_\_\_\_,  
 e) Otro: No utilizo ningún catálogo, ninguna muestra, solo utilizo mi propia imaginación observando la naturaleza.

**4.- ¿Cada cuando rediseña o hace variación en sus productos?**

Cuadro 4. Rediseño de productos artesanales			
Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño
Cada vez que lo pide el cliente	Cada vez que lo pide el cliente	Cada vez que lo pide el cliente	Cada vez que lo pide el cliente

**5.- ¿Cuáles son las principales características que tiene tu producto con respecto a los demás?**

- a) El pintado manual: X, b) El diseño cultural: X, c) Innovación: X,  
 d) Modelo \_\_\_\_\_, e) Otro \_\_\_\_\_,

**6.- ¿Al empacar el producto, quién se encarga de empacar?**

- a) Usted mismo X, b) Casart X, c) Fonart \_\_\_\_\_, d) Sedeco \_\_\_\_\_,  
 e) Otro \_\_\_\_\_,

**7.- ¿Qué importancia tiene para usted el empacado o embalaje del producto?**

- a) Tiene importancia X, b) No tiene importancia \_\_\_\_\_,  
 c) Por que? Porque el empacado se hace dependiendo a donde se comercialice el producto.

**8.- ¿Cómo ve el precio de su producto, con relación a las ofertas de la competencia?**

- a) Igual: X, b) Mayor: \_\_\_\_\_, c) Menor: \_\_\_\_\_,  
 O cómo? \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación?**

- a) Concursos regionales: X, No de veces: \_\_\_\_\_, donde? \_\_\_\_\_  
 b) Concursos estatales: X, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_  
 c) Concursos nacionales: X, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_

**10.- Cuantas premios has ganado y en qué tipo de productos?**

- a) Premios regionales 3, tipo de producto Vajillas Año \_\_\_\_\_,  
 b) Premios estatales: 15, tipo de producto: Vajillas Año \_\_\_\_\_,  
 c) Premios nacionales: 15, tipo de producto: Vajillas Año \_\_\_\_\_,

**11.- ¿Cómo fue que tú empezaste a producir productos de exportación? ¿Cuánto tiempo llevas y qué actores te ayudaron?**

R= Empiezo a exportar desde el año 2000, producto de que mandé a mi hijo a estudiar la cerámica a la alta temperatura.

**12.- ¿Por qué cree que sus productos son demandados en la región, a nivel nacional e incluso internacional?**

- a) Por su calidad: \_\_\_\_, b) Su diseño cultural: \_\_\_\_, c) Innovación: \_\_\_\_,  
d) Por su materia prima local: \_\_X\_\_, e) Precio \_\_X\_\_,  
f) Otro \_\_\_\_\_,

**13.- ¿A partir de qué año observas cambios en la demanda de sus productos?**

Año: 2000, Por que? Es a partir de este año cuando ofrecemos productos de mayor calidad.

**14.- ¿Sus clientes, al comprar su producto, que tipo de financiamiento utilizan?**

- a) Al contado: \_\_X\_\_, b) Financiado: \_\_X\_\_, c) Otro: \_\_\_\_\_,

**15.- ¿Quiénes son sus competidores y qué características tienen?**

- a) Regionales: \_\_X\_\_, características: Fernando Ruiz de Capula.  
b) Nacionales: \_\_X\_\_, características: Empresa LAVATEL (Dolores, Hgo. Gto).  
c) Internacionales: \_\_X\_\_, características: Productos chinos.  
c) Otros: \_\_\_\_\_,

**16.- ¿Cómo enfrenta usted la competencia de precios de otros productores?**

- a) Con mejores precios: \_\_X\_\_, b) Mayor calidad: \_\_X\_\_, c) Variedad en diseños: \_\_\_\_,  
d) Promoción: \_\_\_\_, Otro: \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Qué criterios crees que toma en cuenta el cliente para comprar un producto?**

- a) Diseño: \_\_\_\_, b) Precio: \_\_X\_\_, c) Calidad: \_\_X\_\_, d) Innovación: \_\_\_\_,  
e) Financiamiento \_\_\_\_, f) Otro \_\_\_\_\_,

**18.- Mandas maquilar parte de tu producción con otros artesanos?**

Sí: \_\_X\_\_, No: \_\_\_\_,

Cuando y con quien? Cuando la demanda lo requiere, mando maquilar en el taller de mi hijo.

## **V. Aspectos de comercialización de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Los productos que vende, son para otras familias campesinas o para los productores mismos? ¿Es para las clases populares en general? ¿Para el turismo nacional o internacional? ¿Son pedidos para clientes especiales en México u otros países europeos o norteamericanos? Especifique:**

- a) Para familias campesina: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
b) Clases populares: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
c) Para el intermediario: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
d) Para el turismo nacional: \_\_X\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
e) Para el turismo internacional: \_\_X\_\_, De donde \_\_\_\_\_,

**2.- De las repuestas mencionadas en la pregunta anterior ¿Cuál o cuáles son sus clientes potenciales?**

- a) Las clases populares: \_\_\_\_, b) El intermediario: \_\_\_\_, c) El turismo local: \_\_\_\_,

- d) El turismo regional: \_\_\_\_, e) El turismo o clientes nacionales: X,  
 f) El turismo o clientes internacionales: X,

**3.- ¿Cómo conoció usted a sus clientes potenciales? ¿Quién lo ayudó?**

- a) Por merito propio: X, b) Por amigos artesanos: \_\_\_\_\_,  
 c) Por Casart: X, d) Por Fonart: \_\_\_\_\_, e) Por medio de ferias: X,  
 f) Otro \_\_\_\_\_,

**4.- ¿Cuáles son las ferias locales, regionales y nacionales más tradicionales en donde asiste a vender sus productos?**

Ferias		
Locales	Regionales	Nacionales
(Nombre y mes)	(Nombre y mes)	(Nombre y mes)
Nota: ahorita no asisto a ninguna feria.		

**5.- ¿Cuál es el destino de la comercialización artesanal (%)?**

Volúmenes de venta (%)			
Mercado local	Mercado regional	Mercado nacional	Mercado internacional
10%	20%	40% CASART, FONART	30% clientes internacionales

**6.- ¿Le interesa la exportación o venta a otros mercados nacionales o internacionales?**

- a) Sí: X, No: \_\_\_\_, ¿A cuales? Vincularme con clientes nacionales e internacionales.

**7.- ¿Usted le vende al intermediario? ¿A cual?**

Si \_\_\_\_, No X,

Intermediario	
Local	Foráneo

**8.- ¿Usted intercambia productos artesanales por bienes de consumo con otros productores, lo que conocemos como trueque? ¿Con quién?**

Intercambio de productos				
Con artesanos	Con clientes	Con tiendas de autoservicio	Con Casart	Otros
		✓		

Nota: En ocasiones con algunas tiendas de autoservicio de Morelia que manaron hacer algunas placas con los números de calle y nombres familiares realizamos algunas transacciones con vajillas de exportación.

**9.- ¿Cuáles son las políticas o elementos que usted utiliza para fijar los precios?**

- a) Por el costo invertido: X, b) Por los precios de la competencia: \_\_\_\_\_,  
 Otros: Calculando los costos invertidos aproximados.

**10.- ¿Qué importancia tiene para usted la garantía de sus productos hacia el cliente?**

R= Importa mucho, porque con la garantía del producto el cliente regresa.

**11.- Cuáles son los porcentajes que se gastan para cubrir empaques, transporte, gastos en administración, investigación y desarrollo y capacitación?**

Empaques % \_\_\_\_, Transporte % \_\_\_\_, Gastos en administración % \_\_\_\_, Capacitación % \_\_\_\_, Investigación y desarrollo % \_\_\_\_, Otro: Depende del pedido que se haga.

**12.- ¿Cuál es el medio de canalización que usted utiliza para hacer llegar sus productos hasta el consumidor final?**

**¿Quién lo ayuda?**

- a) Transporte particular \_\_\_\_, b) Transporte público \_\_\_\_, c) Paquetería \_\_\_\_,  
d) Casart \_\_\_\_, e) Otro \_\_\_\_\_,

Quien lo ayuda? Nadie, lo hacemos por nuestra propia cuenta.

**13.- ¿Cuáles son los aspectos que han cambiado en la comercialización después de la crisis de 1982?**

R= Anteriormente el gobierno apoyaba para la comercialización y esos apoyos poco a poco se han perdido y el afectado es el productor y el cliente.

**14.- ¿Qué tipo de clientes tenía antes y después de la crisis de 1982? ¿Cuáles eran mejores?**

Clientes antes de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
Clientes después de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
¿Quién era mejor? Eran mucho mejor los de antes.			

**15.- ¿Qué impacto económico ha tenido la competencia extranjera en el producto artesanal?**

- a) Negativa: \_\_X\_\_, b) Positiva: \_\_\_\_\_,

Por qué? Estamos invadidos de productos chinos de mala calidad y más baratos.

**16.- ¿Qué impacto económico tienen los intermediarios tanto locales como externos en la comercialización artesanal?**

- a) Negativa: \_\_X\_\_, b) Positiva \_\_\_\_\_, c) Da igual \_\_\_\_\_,

Otra \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Qué factores han incidido a que actualmente exista un alto grado de intermediarismo tanto local como externo en la localidad?**

- a) Falta de organización de los productores: \_\_\_\_\_,  
b) Falta de proyectos productivos para la localidad: \_\_X\_\_,  
c) Falta de financiamiento a la artesanía \_\_X\_\_,  
d) Falta de promoción: \_\_\_\_\_,  
e) Otro: \_\_\_\_\_,

**18.- ¿Qué impacto económico ha tenido el TLC, en la comercialización, local, regional y nacional?**

Impacto económico		
Local	Regional	Nacional
Nota: Negativo en todo sentido por los productos chinos.		

**VI. Aspectos de promoción y difusión de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Existe algún programa actual de promoción por parte del municipio o el Estado o federación? ¿Cuál?**

a) Si: \_\_\_\_, b) No: X, ¿Por quién?

Promoción		
Municipio	Estado	Federación
<input checked="" type="checkbox"/> Solo cuando hay feria local		

**2.- ¿Qué tipo de promoción artesanal se esta realizando actualmente?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por Internet	Anuncios espectaculares	Otro
¿Quien la paga? Nota: Actualmente, ninguna.			

**3.- ¿Qué papel puede jugar la promoción para estimular la demanda?**

R= La promoción es muy buena y que se difunda el producto mexicano.

**4.- ¿Cuál será la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por el Municipio	Por internet	Otro
<input checked="" type="checkbox"/>			
¿Y quien debe pagarlo?: Gobierno del Estado y Federal.			

**5.- ¿Qué papel juega la institución gubernamental actualmente en la promoción?**

R= Desde luego debe jugar un papel importante.

**6.- ¿Qué diferencia tiene la promoción gubernamental que se hacía antes de la crisis de 1982 y la que actualmente se tiene hacia la producción artesanal?**

Promoción antes de 1982: Antes se hacia en todos los sentidos.

Promoción actual: Ahora no hay nada.

**7.- ¿Qué importancia tiene el mercado internacional (exportación), tomando en cuenta el volumen de ventas que tiene?**

R= Tiene importancia porque es ahí donde queda mas ingreso.

**8.- ¿Cuál es la imagen de su negocio en el entorno local, regional, nacional e internacional (quién lo conoce)?**

Local, a) Buena: X, b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular: \_\_\_\_,

Regional, a) Buena: \_\_\_\_, b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular: X,

Nacional, a) Buena: \_\_\_\_, b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular: X,

Internacional, a) Buena: X, b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular: \_\_\_\_,

Quien lo conoce? \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Tiene marca registrada en Hacienda? ¿Cuál es?**

R= Si tengo a nombre de mi hijo Oscar René Hernández Pineda, como pequeño contribuyente "El Colibrí".

10.- ¿Tiene usted, algún promocional, en alguna página de Internet? ¿Cuál?

R= Ninguno.

11.- ¿Le gustaría a usted, que sus productos se promocionaran en alguna página de Internet? ¿Qué tipo de productos promocionaría?

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Otros	Otros
✓	✓	✓	✓				

¿12.- Qué factores han influido a que se tengan mejores o peores condiciones de comercialización actualmente?

- a) Escasos apoyos del gobierno  X , b) Mejores apoyos del gobierno  ,  
 c) Falta de promoción  , d) Suficiente promoción  ,  
 e) Otro  .

**VII. Aspectos culturales de la Unidad Económica Artesanal**

1.- ¿Qué aspectos culturales están cambiando en la localidad? A partir de qué año se empiezan a observar estos cambios culturales?

- a) En el pintado artesanal:  , Año:  ,  
 b) En el diseño artesanal:  X , Año:  2005 ,  
 c) En el tipo de producto:  , Año:  ,  
 d) La innovación artesanal:  , Año:  ,  
 e) Otro:  , Año:  ,

2.- ¿Cuál son los factores más relevantes, que han incidido sobre los cambios culturales en la comunidad?

R= El mismo cliente esta cambiando de gustos y preferencias constantemente.

3.- ¿En qué aspectos han cambiado las fiestas tradicionales, tomando en cuenta antes y después de los años ochenta?

Antes: Se vendían solo productos tradicionales.  
 Después: Ahora hasta en nuestras mismas fiestas se venden productos chinos.

4.- ¿Cree usted que a partir de la firma del TLC, se han acelerado los cambios culturales en la comunidad?

- a) Si:  X , b) No:  ,

5.- ¿Qué impacto económico tiene para la comunidad, el que se pierdan valores culturales?

- a) Bueno:  , b) Malo:  X , c) Regular:  , d) No tiene importancia:  ,

6.- ¿Cuáles son los cambios culturales en la artesanía, a la que se producía antes y después de la crisis de 1982?

Antes: Creo que se valoraba más lo tradicional y cultural.  
 Después. Ahora se valora menos lo local.

7.- Los cambios culturales en la comunidad, ¿Desde donde se promueven? ¿Del interior del país o de otros países?

- a) Desde la política nacional:  ,  
 b) Desde las políticas globales:  ,  
 c) Desde la economía globalizada:  X ,  
 d) Otro  .

**8.- ¿Qué ventajas o desventajas tiene la cultura de la comunidad, el ubicarse cerca de la capital del Estado?**

R= El estar cerca de la ciudad creo que se pierden más rápido lo valores culturales.

**9.- ¿Hacia donde cree que va la cultura de la comunidad ante los cambios globalizados de la economía?**

- a) Hacia la destrucción de valores locales: \_\_\_\_\_,
- b) Hacia una producción de artesanía homogénea: \_\_\_\_\_,
- c) Hacia la desaparición del artesano:  X ,
- d) Hacia un futuro incierto: \_\_\_\_\_,
- e) Otro: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Cree usted que la artesanía tenga una tendencia hacia la desaparición?**

- a) Si  X , b) No \_\_\_\_\_,

Por qué?  Al desaparecer el artesano, puede desaparecer la artesanía.

**11.- ¿Qué debemos hacer la sociedad en su conjunto para preservar nuestra cultura y costumbres?**

R= Ayudar con programas a preservar lo valores.

**VIII. Aspectos ambientales de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Si tienes horno de leña, cuanta leña utilizas por quema (toneladas al mes o por semana) y ha cuanto asciende el volumen de producción artesanal?**

Leña consumida mes/semana			
Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Tons =	Tons =	Tons =	Tons =
Volumen de producción			
Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas
25	25	25	25

Nota: Se realiza una quema cada 3 meses con un costo de \$2,000.00 pesos M/N, es decir, 300kgs de leña en 3 meses.

**2.- ¿En promedio cuantas quemas de gas y leña haces al mes?**

- GAS... a) 1 \_\_\_\_\_, b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4  X , e) 5 \_\_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_\_,
- LEÑA... a) 1  X , b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_\_, e) 5 \_\_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_\_,

**3.- ¿Dónde compra o extrae su materia prima (leña, barro, greta, arcilla, colores, gas), etc.?**

- a) De mi parcela: \_\_\_\_\_,
- b) De la mina comunal: \_\_\_\_\_,
- c) Otro: Con los ejidatarios compro la leña y el barro, la greta, arcilla y colores se compran en la tienda FERRO-MEXICANA de Monterrey por pedido.

**4.- ¿Qué tipo de vegetales (leña) utilizas?**

- a) Leña de pino: \_\_\_\_\_, b) Leña de encino: \_\_\_\_\_, c) Leña de eucalipto: \_\_\_\_\_,
- d) Otro \_\_\_\_\_,

**5.- ¿La leña la extraes o la compras y cuanto pagas por camión o tonelada?**

- a) Si:  X , b) No: \_\_\_\_\_,
- \$ Por camión:  1/2 (300 kgs a \$2000.00 pesos). \$ Por tonelada \_\_\_\_\_, \$ por costal \_\_\_\_\_,

**6.- ¿El uso de horno para artesanía consume leña en casa para diferentes usos? ¿Cuánta por hornada?**

a) Si: \_\_\_\_\_, b) No:  X , ¿Cuánta? \_\_\_\_\_,

**7.- El horno de leña es para quema de artesanía de barro o cerámica?**

Para barro: a) Si:  X , b) No: \_\_\_\_\_,

Para cerámica: a) Si:  X , b) No: \_\_\_\_\_,

**8.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro? ¿Lo extraes o lo compras y cuanto pagas (por costal, tonelada o camión)?**

Problemas: Ninguno, se compra con los mismos ejidatarios de la localidad y el costal tiene un precio en promedio de 30 a 80 pesos M/N, según el tamaño, en promedio cada costal contiene 35 kgs.

Precio del barro		
Por costal	Por tonelada	Por camión
\$30 a 80 pesos	\$	\$

**9.- ¿Con qué periodicidad lo abastece y qué volumen compra?**

Periodicidad de abastecimiento del barro	
A la semana	Al mes
	✓
Volumen de compra	
A la semana	Al mes
	4 costales al mes

**10.- ¿Estimación de volumen anual por zona o región?**

Volumen anual de barro por región o zona	
Por semana	Por mes
Nota: no tiene datos.	

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales**  
**Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional**

*Tesista:* Rómulo Duarte Duarte

**PROTECTO:** *Artesanías de Exportación, Desarrollo Local y Regional, 1980-2007: Un Estudio Comparativo entre Localidades Michoacanas y Piuranas.*

**CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO**

**Unidad Económica Artesanal:** "El Nuevo Colibrí"

**Localidad:** Capula, Michoacán

**Propietario:** Iván González Pineda

**Edad:** 33 años, **Escolaridad:** Secundaria terminada

**Domicilio:** Atrás de la Secundaria de Capula.

**No. de integrante de la familia:** 3 hermanos (el mayor de la familia).

**I. Elementos evolutivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿En qué año nace la empresa y cuál era su nombre o razón social?**

R= Nace hace 6 años y con la razón social "El Nuevo Colibrí", pero con la experiencia de más de 20 años.

**2.- ¿Cuántos años tienen laborando en su taller artesanal?**

a) 2 años: \_\_\_\_, b) 3 a 5 años: \_\_\_\_, c) 5 a 7 años: X, d) 7 a 10 años \_\_\_\_,  
 e) 10 a 15 años: \_\_\_\_, f) 15 a 20 años \_\_\_\_, g) 20 a 25 \_\_\_\_, h) 25 y más \_\_\_\_,

**3.- ¿Qué tipo de productos elaborabas cuando iniciaste tu negocio y cuáles produces actualmente?**

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
						Plato corriente, con esmalte sin plomo	
Productos actuales							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
✓		✓	✓	✓	✓		

**4.- ¿Cuántos miembros integraban la microempresa familiar al inicio de su fundación?**

Cantidad: 5, Familiares hombres: 4, Familiares mujeres: 1  
 No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**5.- ¿Cuántos miembros integran actualmente a la microempresa familiar?**

Cantidad: 5, Familiares hombres: 2, Familiares mujeres: 1,  
 No familiares hombres: 2 No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**6.- ¿Cuántos miembros integraban a la microempresa familiar en el 2007?**

Cantidad: 7, Familiares hombres: 2, Familiares mujeres: 2,  
 No familiares hombres: 2, No familiares mujeres: 1, Niños: \_\_\_\_\_

**7.- ¿Qué nivel de escolaridad tienen sus trabajadores tanto familiares como asalariados?**

Familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: X, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_  
 Familiares mujeres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: X, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_  
 No familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: X, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_  
 No familiares mujeres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: X, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

**8.- ¿Cuál es el calendario anual de producción de la actividad artesanal?**

Ciclo de producción											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

**9.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller (8 hrs o más) y cuál es su horario de trabajo?**

Jornada de trabajo			
Familiares hombres: 2	Menos de 8 horas ✓	8 horas	Mas de 8 horas
Familiares mujeres: 1	Menos de 8 horas ✓	8 horas	Mas de 8 horas
No familiares hombres: 2	Menos de 8 horas	8 horas	Mas de 8 horas
Niños	De 1 a 3 horas	De 4 a 5 horas	Mas de 5 horas

Tiempo completo familiares: 7 horas, Tiempo completo no familiares: \_\_\_\_\_,  
 Horario de trabajo familiares: flexibles, Horario de trabajo no familiares: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Los hombres y mujeres hacen las mismas tareas?**

a) Si \_\_\_\_\_, b) No X.

Hombres: Por lo general hombres y mujeres realizan las mismas tareas dado que se trata de actividades no muy pesadas, excepto cuando es necesario acarrear el barro de la mina son los hombres quienes desempeñan esta actividad.

Mujeres: Por lo general, las mujeres realizan las mismas actividades.

Adultos mayores: Las personas mayores desempeñan las actividades más sencillas por su condición de su edad.

Niños: Los menores como su nombre lo indica realizan las actividades más sencillas del proceso productivo.

Nota: Todos los hombres y mujeres pueden desarrollar lo mismo, dado que las actividades son sencillas.

**11.- En cuanto ascienden las ventas mensuales de la empresa en promedio (año 2010)?**

a) Menos de 10,000 X, b) entre 10,000 y 20,000 \_\_\_\_\_, c) entre 20,000 y 30,000 \_\_\_\_\_,  
 d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_\_\_\_, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_,

**12.- En cuanto ascendieron las ventas mensuales de la empresa en promedio en el 2007?**

a) Menos de 10,000 \_\_\_\_\_, b) entre 10,000 y 20,000 X, c) entre 20,000 y 30,000 \_\_\_\_\_,  
 d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_\_\_\_, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_,

**13.- ¿A cuánto asciende el ingreso promedio mensual por empleado (año 2010)?**

Ingreso mensual				
Hombres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500 ✓	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500 ✓	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Hombres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Niños	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más

Nota: En el 2007 el ingreso promedio mensual estuvo por encima con respecto al 2010, dado que actualmente la crisis de 2009 ha golpeado mucho las ventas.

**14.- ¿Los trabajadores empleados en su taller, tienen seguridad social (ISSSTE, IMSS, Seguro Popular, otro)?**

Si , No ,

Familiares: a) ISSSTE  b) IMSS  c) Seguro Popular , d) Otro ,

No familiares: a) ISSSTE  b) IMSS  c) Seguro Popular , d) Otro ,

Nota: No se tiene en este momento ninguna prestación social para ningún trabajador, dado que no existen las condiciones porque es un trabajo que no produce riesgos.

**15.- ¿Cuánto influyen los factores climáticos en la producción artesanal?**

a) Mucho , b) Poco , c) Normal ,

Por qué? R= En tiempo de lluvias no se puede trabajar muy bien por las condiciones climáticas y las piezas no se secan perfectamente y se cuartean.

**II. Aspectos comunitarios**

**1.- ¿Cuántos hijos tienes?**

Hombres:   1  , Mujeres:   1  ,

**2.- Todos tus hijos son artesanos?**

a) Si , b) No , Nota: Son todavía menores de 5 años.

**3.- ¿Tus padres y abuelos fueron artesanos?**

a) Si: , b) No: ,

**4.- ¿Eran originarios de esta comunidad o de la región?**

a) Si: , b) No: , ¿Dónde nacieron? Aquí en Capula.

¿En que año llegaron a la comunidad? \_\_\_\_\_,

**5.- ¿Tienes tierras de cultivo?**

A) Si: , b) No: ,

**6.- ¿Qué es lo que siembra?**

Cuadro 1. Cantidad y características de la producción agrícola					
Cultivo	Has.	Cantidad obtenida	Temporal o riego	Destino del producto	Precio (tons)
No siembra				Autoconsumo (%):  Comercialización (%):	
				Autoconsumo (%):  Comercialización (%):	

**7.- ¿Cuál es la producción por ciclos (productos agrícolas)?**

Producción		
Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3

**8.- ¿Cuál es el régimen de propiedad en la zona y de tus parcelas?**

a) Comunal \_\_\_\_, b) Ejidal \_\_\_\_, d) Otro: No tengo tierras.

**9.- ¿Quién trabaja las tierras?**

a) El dueño \_\_\_\_, b) Se rentan \_\_\_\_, c) Se prestan \_\_\_\_,

c) Otro: No tengo tierras.

**10.- ¿Produces lo suficiente para abastecerte (productos agrícolas)?**

a) Si \_\_\_\_, b) No X, Nota: Los productos agrícolas de consumo se compran.

**11.- ¿Tienes excedentes agrícolas que vender?**

a) Si \_\_\_\_, b) No X,

¿Cuánto en promedio? \_\_\_\_\_,

**12.- ¿Qué temporada se dedica al cultivo agrícola?**

Cuadro 2. Cronograma de meses que se dedica al cultivo agrícola											
Meses											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic

**13.- ¿La casa forma parte del espacio productivo artesanal?**

a) Si \_\_\_\_, b) No X,

**14.- ¿Qué tipo organización alfarera es, y cuando nace?**

a) Asociación Civil X, b) Lucrativa \_\_\_\_, c) No Lucrativa \_\_\_\_,

¿Cuándo nace? Año: Ya tiene muchos años. Nota: No estoy integrada a ninguna asociación.

**15.- ¿Cuál es la función que cumple el grupo de alfareros al que perteneces?**

R= Estoy integrado a la asociación Unión de Artesanos de Michoacán (UNIAMICH) con sede aquí en la localidad de Capula y cumple la función para las ventas y concursos en ferias, es decir, apoyo mutuo entre los artesanos..

**16.- ¿Cuántas organizaciones de alfareros existen en la comunidad?**

a) 1   X  , b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_\_, e) Más de 4 \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Cómo está organizado el grupo de alfareros al que pertenece?**

R= Cada productor es independiente, pero nos apoyamos para las ventas y concursos cuando hay.

**18.- ¿Intercambia usted saberes, experiencias con otros artesanos de la comunidad o de otras comunidades para mejorar su producción? ¿Con quién? a) Si   X  , b) No \_\_\_\_\_,**

Entre artesanos de la localidad:           X          ,

Entre artesanos de la región: \_\_\_\_\_,

Entre artesanos del interior del Estado: \_\_\_\_\_,

Otros \_\_\_\_\_,

**19.- ¿Por qué crees, que en la comunidad encontramos un pequeño número de artesanos especializados y un amplio número de atrasados?**

R= Sobre todo por la falta de proyectos y falta que el gobierno se acerque con nosotros, pero también por la falta de interés de sobresalir de algunos artesanos.

**20.- ¿Cuáles crees que sean los factores que han inducido a que la comunidad tenga un gran número de artesanos atrasados?**

R= Son varios los factores y como lo mencioné anteriormente por la falta de proyectos artesanales como la promoción, pero también la falta de interés de los mismo artesanos.

**21.- ¿Está usted dispuesto a intercambiar experiencias con otros productores de la localidad y de otras regiones para mejorar las condiciones productivas locales?**

**¿Con qué frecuencia?**

a) Entre artesanos de la localidad:           X          ,

b) Entre artesanos de la región:           X          ,

c) Entre artesanos del interior del Estado:       X      ,

d) Otros \_\_\_\_\_,

¿Con qué frecuencia? Con la necesaria.

**22.- ¿Qué tipo de cambio considera que ha tenido el consumidor después de la crisis de 1982 y del Tratado de Libre Comercio?**

R= El Estado ha dejado de apoyar con créditos como lo hacía antes, y con el TLC, solo se ha favorecido a los chinos y a las empresas grandes.

**23.- ¿Cuál cree usted que sea el comportamiento del comprador en un futuro?**

a) Comportamiento conservador       X      ,

b) Comportamiento innovador   X   (aunque son pocos los clientes quienes lo pagan.

c) Comportamiento entre conservador e innovador \_\_\_\_\_,

d) Otro \_\_\_\_\_,

**24.- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del Tratado de Libre Comercio?**

- a) Ventajas: Solo favorece a empresas grandes.
- b) Desventajas: Nuestra producción es invadida por productos chinos.

**25.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios más relevantes que han hecho cambiar en la unidad productiva artesanal?**

R= Sobre todo en que se tiene que irse innovando con los cambios en el mercado.

**26.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios que se han observado con respecto a las políticas gubernamentales y el desarrollo artesanal en la comunidad?**

R= Menos apoyos gubernamentales.

**27.- ¿En el desarrollo regional (entre comunidades), como han impactado las crisis recurrentes en el desarrollo artesanal?**

R= Hemos visto que muchos artesanos han estado desapareciendo y dedicándose a otras actividades y los que quedan vemos a artesanos mas empobrecidos.

**28.- ¿Cuál es el cambio en los impuestos, tomando en cuenta la historia de su taller?**

R= Se pagan impuestos a partir de cuando el artesano se registra o se da de alta en Hacienda, en mi caso a partir del año 2007.

**29.- ¿Cuáles han sido los cambios recientes en la mano de obra familiar o asalariada en el ramo artesanal?**

- a) Se mantiene con mano de obra familiar:   X
- b) Se combina mano de obra familiar y asalariada:   X
- c) Otro cambio: \_\_\_\_\_

**30.- ¿Cree usted, que las políticas públicas han fracasado, al no ser las adecuadas para impulsar el desarrollo artesanal? ¿Por qué?**

Si   X  , No \_\_\_\_\_

- a) No hay una política de fomento artesanal: \_\_\_\_\_
- b) No toman en cuenta a la comunidad: \_\_\_\_\_
- c) Se diseñan sin conocer el ramo artesanal: \_\_\_\_\_
- d) Los recursos se quedan en el camino:   X
- e) Otro: \_\_\_\_\_

**31.- ¿Qué tipo de apoyos/acciones se necesitan para atender la problemática de los artesanos en la localidad?**

- a) Proyectos: \_\_\_\_\_, b) Créditos:   X  , c) Capacitación: \_\_\_\_\_, d) Innovación:   X  ,
- e) Promoción   X  , f) Asistencia Técnica \_\_\_\_\_, g) Otros \_\_\_\_\_,

**32.- ¿Qué institución tendría más credibilidad para ayudar a los artesanos en la colaboración de proyectos productivos para mejorar las condiciones de vida?**

- a) Institución gubernamental \_\_\_\_\_, b) Universidad   X  ,
- c) Organizaciones no gubernamentales   X  , otras \_\_\_\_\_,

**33.- ¿Qué factores han incidido para que un importante porcentaje de la población local en edad de trabajar, se desplace a los centros urbanos más cercanos ya sea a trabajar o a buscar un mejor empleo (caso de Morelia o Morolón)?**

- a) Falta de mercado:  X , b) Bajos precios: \_\_\_\_\_, c) Altos costos: \_\_\_\_\_,  
d) Falta de materia prima: \_\_\_\_\_, e) Alta competencia:  X , f) Falta de promoción: \_\_\_\_\_, g) Alto intermediarismo: \_\_\_\_\_,  
h) Otros: \_\_\_\_\_,

### **III. Elementos descriptivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Qué cantidad de capital calcula que tiene invertido actualmente en su taller en promedio?**

- a) \$10,000 pesos \_\_\_\_\_, b) de 10,000 a 20,000 pesos \_\_\_\_\_,  
c) de 20,000 a 40,000 pesos: \_\_\_\_\_, d) de 40,000 a 60,000 pesos:  X ,  
f) de 60,000 a 100,000 \_\_\_\_\_, g) de 100,000 a 150,000 \_\_\_\_\_,  
h) de 150,000 a 200,000 \_\_\_\_\_, i) de 200,000 a 300,000 \_\_\_\_\_,  
j) de 300,000 a 400,000 \_\_\_\_\_, k) de 400,000 o más \_\_\_\_\_,

**2.- ¿En qué tipo de artesanía te has especializado?**

- a) Vajillas:  X , b) Cazuelas:  X , c) Ollas: \_\_\_\_\_, d) Platos:  X , e) Tarros \_\_\_\_\_,  
f) Ensaladeras \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros \_\_\_\_\_, h) Cafeteras \_\_\_\_\_,  
i) Otras:  Es decir, en pieza utilitaria.

**3.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería?**

- a) De tus padres  X , b) familiares \_\_\_\_\_, c) Otro: Con la vivencia de la comunidad, observando con los mimos alfareros y gracias a la especialización de mi hijo.

**4.- ¿Cómo aprendiste la técnica especializada que utilizas en la producción?**

- a) De tus padres  X , b) familiares \_\_\_\_\_, c) Otro: Estudié en una Escuela Japonesa a la Alta Temperatura en Toluca, Estado de México (torno manual, técnicas de vaciado y otros).

**5.- ¿Dónde y con quien te has capacitado para mejorar el oficio de la alfarería?**

- a) Con artesanos de la localidad:  X ,  
b) Con artesanos de la región: \_\_\_\_\_,  
c) Con artesanos del Estado: \_\_\_\_\_,  
d) En Casa de las Artesanías del Estado: \_\_\_\_\_,  
f) En Escuelas especializadas en artesanía:  X , Cuáles? Escuela Japonesa a la alta temperatura en Toluca, Estado de México.  
g) Otros: \_\_\_\_\_,

**6.- ¿Qué diferencia tiene la técnica que utilizas hoy a la que utilizabas cuando iniciaste?**

R= La técnica sigue siendo la misma, pero ahora buscamos diseños mas innovados se invierte más en la materia prima.

**7.- ¿Cuáles fueron los factores que motivaron a que cambiaras de técnica?**

- a) Por el mercado:  X , b) cliente más exigente: \_\_\_\_\_,  
c) Otro: \_\_\_\_\_,

8.- ¿La técnica que utilizas actualmente sigue siendo tradicional o ésta ha sido modificada? ¿Dominas alguna otra?

- a) Tradicional: , b) Innovada: \_\_\_\_\_, c) Tradicional e innovada: \_\_\_\_\_,  
 d) Otra: \_\_\_\_\_.

9.- ¿Anteriormente, que tipo de horno tenías? ¿Ahora qué tipo de hornos tienes?

Horno anterior		
Leña	Gas	Ambos
✓		
Horno actual		
Leña	Gas	Ambos
	✓ (entre 1200 °C y 1500 °C)	

10.- ¿Qué fue lo que influyó, a que cambiaras el tipo horno y cuando fue?

R= Por la exigencia de la cerámica y ahora con horno a la alta temperatura, pero sobre todo la exigencia del mercado.

11.- ¿Cuándo iniciaste tu taller, cuáles eran las herramientas con los que contabas para producir? ¿Y cuáles son las de ahora?

Antes: Antes tenía solo herramienta básica e incipiente.

Ahora: Ahora manejo herramienta mas sofisticada como 4 tornos (para la elaboración de piezas, además contamos con un "estructor" (amasador), una mezcladora (motor que mezcla los materiales en líquido), una revolvedora que revuelve los materiales en polvo.

12.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos? ¿Qué tipo de productos?

Si: \_\_\_\_\_, No: .

Nota: Todo lo que produzco no contiene greta.

¿Qué tipo de productos? \_\_\_\_\_

13.- ¿Aproximadamente, cuantos kg., de greta utilizas en cada hornada?

a) De 1 a 3 \_\_\_\_\_, b) de 3 a 5 \_\_\_\_\_, c) de 5 a 10 \_\_\_\_\_, d) de 10 o más \_\_\_\_\_.

Nota: No se utiliza.

14.- ¿A partir de cuando empiezas a utilizar la materia prima (cerámica) y por qué?

Año: 2002, ¿Por qué? Por que la cerámica es mas manejable y se cuartean menos los productos.

15.- ¿Cuáles son los cambios que ha originado la crisis de 1982, con respecto a los insumos?

R= Para trabajar la cerámica se requieren más insumos y más inversión.

#### IV.- Factores competitivos y de demanda actual

1.- ¿Qué tipo de productos vende?

- a) Vajillas: , b) Cazuelas: , c) Ollas \_\_\_\_\_, d) Platos: , e) Jarros \_\_\_\_\_,  
 f) Ensaladeras: \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros: \_\_\_\_\_, h) Cafeteras: \_\_\_\_\_, i) Tazas ,  
 j) Otras: Todo lo relacionado con la utilería (piezas sueltas).

**2.- ¿Quiénes son sus compradores?**

Cuadro 3. Demanda, precio, y tipos de productos artesanales			
Producto	Precio	Costo total	Mercado/destino
			CASART
			FONART
			Ferias, Gob., del Estado
			Restaurantes nacionales
			Mercado Local (taller)

**3.- ¿Cómo determinas tus diseños?**

- a) Catálogos: \_\_\_\_, b) Mercado: \_\_\_\_, c) Por creatividad: X, d) Revistas: \_\_\_\_\_,  
 e) Otro: Por medio de decoraciones tradicionales combinada con la moderna (la decoración a mano).

**4.- ¿Cada cuando rediseña o hace variación en sus productos?**

Cuadro 4. Rediseño de productos artesanales			
Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño
Cada vez que lo pide el cliente	Cada vez que lo pide el cliente	Cada vez que lo pide el cliente	Cada vez que lo pide el cliente

**5.- ¿Cuáles son las principales características que tiene tu producto con respecto a los demás?**

- a) El pintado manual: X, b) El diseño cultural: X, c) Innovación: \_\_\_\_,  
 d) Modelo \_\_\_\_\_, e) Otro: Precio y calidad.

**6.- ¿Al empacar el producto, quién se encarga de empacar?**

- a) Usted mismo: X, b) Casart: X, c) Fonart: X, d) Sedeco: \_\_\_\_\_,  
 e) Otro \_\_\_\_\_,

**7.- ¿Qué importancia tiene para usted el empaque o embalaje del producto?**

- a) Tiene importancia X, b) No tiene importancia \_\_\_\_\_,  
 c) Por que? Porque el producto debe llevar seguridad hasta su destino.

**8.- ¿Cómo ve el precio de su producto, con relación a las ofertas de la competencia?**

- a) Igual: X, b) Mayor: \_\_\_\_, c) Menor: \_\_\_\_\_,  
 O cómo? \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación?**

- a) Concursos regionales: \_\_\_\_\_, No de veces: \_\_\_\_\_, donde? \_\_\_\_\_  
 b) Concursos estatales: \_\_\_\_\_, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_  
 c) Concursos nacionales: \_\_\_\_\_, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_

Nota: No he participado en concursos dado que estos se los dejo a mi madre (Blanca Estela Pineda).

**10.- Cuantas premios has ganado y en qué tipo de productos?**

- a) Premios regionales \_\_\_\_, tipo de producto \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_,  
 b) Premios estatales: \_\_\_\_, tipo de producto: \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_,  
 c) Premios nacionales: \_\_\_\_, tipo de producto: \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_,

Nota: Solo el reconocimiento de FONART y de mis clientes.

**11.- ¿Cómo fue que tú empezaste a producir productos de exportación? ¿Cuánto tiempo llevas y qué actores te ayudaron?**

R= Llevo desde el año 2002 a la fecha y fue por relaciones de mi madre.

**12.- ¿Por qué cree que sus productos son demandados en la región, a nivel nacional e incluso internacional?**

- a) Por su calidad: X, b) Su diseño cultural: \_\_\_\_, c) Innovación: \_\_\_\_,  
d) Por su materia prima local: \_\_\_\_, e) Precio X,  
f) Otro \_\_\_\_\_,

**13.- ¿A partir de qué año observas cambios en la demanda de sus productos?**

Año: 2000, Por que? Es a partir de este año cuando ofrecemos productos de mayor calidad.

**14.- ¿Sus clientes, al comprar su producto, que tipo de financiamiento utilizan?**

- a) Al contado: X, b) Financiado: \_\_\_\_, c) Otro: \_\_\_\_\_,

**15.- ¿Quiénes son sus competidores y qué características tienen?**

- a) Regionales: X, características: \_\_\_\_\_,  
b) Nacionales: X, características: \_\_\_\_\_,  
c) Internacionales: X, características: \_\_\_\_\_,  
d) Otros: No tengo competidores, mi preocupación es la competencia internacional, sobre todo la china.

**16.- ¿Cómo enfrenta usted la competencia de precios de otros productores?**

- a) Con mejores precios: X, b) Mayor calidad: X, c) Variedad en diseños: \_\_\_\_,  
d) Promoción: \_\_\_\_, Otro: \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Qué criterios crees que toma en cuenta el cliente para comprar un producto?**

- a) Diseño: \_\_\_\_, b) Precio: X, c) Calidad: X, d) Innovación: \_\_\_\_,  
e) Financiamiento \_\_\_\_, f) Otro \_\_\_\_\_,

**18.- Mandas maquilar parte de tu producción con otros artesanos?**

Sí: X, No: \_\_\_\_,

Cuando y con quien? Cuando la demanda lo requiere, con artesanos de la localidad y se les paga por pieza.

## **V. Aspectos de comercialización de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Los productos que vende, son para otras familias campesinas o para los productores mismos? ¿Es para las clases populares en general? ¿Para el turismo nacional o internacional? ¿Son pedidos para clientes especiales en México u otros países europeos o norteamericanos? Especifique:**

- a) Para familias campesina: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
b) Clases populares: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
c) Para el intermediario: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
d) Para el turismo nacional: X, De donde \_\_\_\_\_,  
e) Para el turismo internacional: X, De donde \_\_\_\_\_,

**2.- De las repuestas mencionadas en la pregunta anterior ¿Cuál o cuáles son sus clientes potenciales?**

- a) Las clases populares: \_\_\_\_, b) El intermediario: \_\_\_\_, c) El turismo local: \_\_\_\_,

- d) El turismo regional: \_\_\_\_, e) El turismo o clientes nacionales: X,  
 f) El turismo o clientes internacionales: X,

**3.- ¿Cómo conoció usted a sus clientes potenciales? ¿Quién lo ayudó?**

- a) Por merito propio: \_\_\_\_\_, b) Por amigos artesanos: \_\_\_\_\_,  
 c) Por Casart: X, d) Por FONART: X, e) Por medio de ferias: \_\_\_\_\_,  
 f) Otro: Por medio de mi madre.

**4.- ¿Cuáles son las ferias locales, regionales y nacionales más tradicionales en donde asiste a vender sus productos?**

Ferias		
Locales	Regionales	Nacionales
(Nombre y mes)	(Nombre y mes)	(Nombre y mes)
Nota: Asisto solo a la feria nacional de Domingo de Ramos realizada cada año en Uruapan, Michoacán.		

**5.- ¿Cuál es el destino de la comercialización artesanal (%)?**

Volúmenes de venta (%)			
Mercado local	Mercado regional	Mercado nacional	Mercado internacional
35%	15%	20% FONART	30% clientes internacionales

**6.- ¿Le interesa la exportación o venta a otros mercados nacionales o internacionales?**

- a) Sí: X, No: \_\_\_\_, ¿A cuales? Vincularme con clientes nacionales e internacionales.

**7.- ¿Usted le vende al intermediario? ¿A cual?**

Si \_\_\_\_, No X,

Intermediario	
Local	Foráneo

**8.- ¿Usted intercambia productos artesanales por bienes de consumo con otros productores, lo que conocemos como trueque? ¿Con quién?**

Intercambio de productos				
Con artesanos	Con clientes	Con tiendas de autoservicio	Con Casart	Otros
		✓		

Nota: En ocasiones con algunas tiendas de autoservicio de Morelia que manaron hacer algunas placas con los números de calle y nombres familiares realizamos algunas transacciones con vajillas de exportación.

**9.- ¿Cuáles son las políticas o elementos que usted utiliza para fijar los precios?**

- a) Por el costo invertido: X, b) Por los precios de la competencia: \_\_\_\_\_,  
 Otros: Me baso en el costo de producción.

**10.- ¿Qué importancia tiene para usted la garantía de sus productos hacia el cliente?**

R= Importa mucho, porque con la garantía del producto el cliente regresa.

**11.- Cuáles son los porcentajes que se gastan para cubrir empaques, transporte, gastos en administración, investigación y desarrollo y capacitación?**

Empaques % \_\_\_\_, Transporte % \_\_\_\_, Gastos en administración % \_\_\_\_, Capacitación % \_\_\_\_, Investigación y desarrollo % \_\_\_\_, Otro: Depende del pedido que se haga.

**12.- ¿Cuál es el medio de canalización que usted utiliza para hacer llegar sus productos hasta el consumidor final?**

**¿Quién lo ayuda?**

- a) Transporte particular \_\_\_\_, b) Transporte público \_\_\_\_, c) Paquetería \_\_\_\_,  
d) Casart \_\_\_\_, e) Otro \_\_\_\_\_,

Quien lo ayuda? Nadie, lo hacemos por nuestra propia cuenta.

**13.- ¿Cuáles son los aspectos que han cambiado en la comercialización después de la crisis de 1982?**

R= Anteriormente el gobierno apoyaba para la comercialización y esos apoyos poco a poco se han perdido y el afectado es el productor y el cliente.

**14.- ¿Qué tipo de clientes tenía antes y después de la crisis de 1982? ¿Cuáles eran mejores?**

Clientes antes de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
Clientes después de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
¿Quién era mejor? Lo que puedo decir, es que eran mucho mejor los de antes.			

**15.- ¿Qué impacto económico ha tenido la competencia extranjera en el producto artesanal?**

- a) Negativa:   X  , b) Positiva: \_\_\_\_\_,

Por qué? Estamos invadidos de productos chinos de mala calidad y más baratos.

**16.- ¿Qué impacto económico tienen los intermediarios tanto locales como externos en la comercialización artesanal?**

- a) Negativa:   X  , b) Positiva \_\_\_\_\_, c) Da igual \_\_\_\_\_,

Otra \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Qué factores han incidido a que actualmente exista un alto grado de intermediarismo tanto local como externo en la localidad?**

- a) Falta de organización de los productores: \_\_\_\_\_,  
b) Falta de proyectos productivos para la localidad:   X  ,  
c) Falta de financiamiento a la artesanía   X  ,  
d) Falta de promoción: \_\_\_\_\_,  
e) Otro: \_\_\_\_\_,

**18.- ¿Qué impacto económico ha tenido el TLC, en la comercialización, local, regional y nacional?**

Impacto económico		
Local	Regional	Nacional
Nota: Negativo en todo sentido por los productos chinos.		

**VI. Aspectos de promoción y difusión de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Existe algún programa actual de promoción por parte del municipio o el Estado o federación? ¿Cuál?**

a) Si: \_\_\_\_, b) No:   X  , ¿Por quién?

Promoción		
Municipio	Estado	Federación
<input checked="" type="checkbox"/> Solo cuando hay feria local		

**2.- ¿Qué tipo de promoción artesanal se esta realizando actualmente?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por Internet	Anuncios espectaculares	Otro
¿Quien la paga? Nota: Actualmente, ninguna.			

**3.- ¿Qué papel puede jugar la promoción para estimular la demanda?**

R= La promoción es muy buena y que se difunda el producto mexicano.

**4.- ¿Cuál será la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por el Municipio	Por internet	Otro
<input checked="" type="checkbox"/>			
¿Y quien debe pagarlo?: Gobierno del Estado y Federal.			

**5.- ¿Qué papel juega la institución gubernamental actualmente en la promoción?**

R= Desde luego debe jugar un papel importante.

**6.- ¿Qué diferencia tiene la promoción gubernamental que se hacía antes de la crisis de 1982 y la que actualmente se tiene hacia la producción artesanal?**

Promoción antes de 1982: Antes se hacia en todos los sentidos.

Promoción actual: Ahora no hay nada.

**7.- ¿Qué importancia tiene el mercado internacional (exportación), tomando en cuenta el volumen de ventas que tiene?**

R= Tiene importancia porque es ahí donde queda mas ingreso.

**8.- ¿Cuál es la imagen de su negocio en el entorno local, regional, nacional e internacional (quién lo conoce)?**

Local, a) Buena:   X  , b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular: \_\_\_\_,

Regional, a) Buena: \_\_\_\_, b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular:   X  ,

Nacional, a) Buena: \_\_\_\_, b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular:   X  ,

Internacional, a) Buena:   X  , b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular: \_\_\_\_,

Quien lo conoce? \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Tiene marca registrada en Hacienda? ¿Cuál es?**

R= En este momento no, pero cuando facturo lo hago a nombre de la razón social de mi madre del taller "El Colibrí", (la cuál está registrada a nombre de mi hermano con la razón social "Tzintzuni").

10.- ¿Tiene usted, algún promocional, en alguna página de Internet? ¿Cuál?

R= Ninguno.

11.- ¿Le gustaría a usted, que sus productos se promocionaran en alguna página de Internet? ¿Qué tipo de productos promocionaría?

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Otros	Otros
✓	✓	✓	✓				

¿12.- Qué factores han influido a que se tengan mejores o peores condiciones de comercialización actualmente?

- a) Escasos apoyos del gobierno   X  , b) Mejores apoyos del gobierno   ,  
 c) Falta de promoción   , d) Suficiente promoción   ,  
 e) Otro   .

**VII. Aspectos culturales de la Unidad Económica Artesanal**

1.- ¿Qué aspectos culturales están cambiando en la localidad? A partir de qué año se empiezan a observar estos cambios culturales?

- a) En el pintado artesanal:   , Año:   ,  
 b) En el diseño artesanal:   X  , Año:   2000  ,  
 c) En el tipo de producto:   , Año:   ,  
 d) La innovación artesanal:   , Año:   ,  
 e) Otro:   , Año:   ,

2.- ¿Cuál son los factores más relevantes, que han incidido sobre los cambios culturales en la comunidad?

R= El mismo cliente esta cambiando de gustos y preferencias constantemente.

3.- ¿En qué aspectos han cambiado las fiestas tradicionales, tomando en cuenta antes y después de los años ochenta?

Antes: Se vendían solo productos tradicionales.  
 Después: Ahora hasta en nuestras mismas fiestas se venden productos chinos.

4.- ¿Cree usted que a partir de la firma del TLC, se han acelerado los cambios culturales en la comunidad?

- a) Si:   X  , b) No:   ,

5.- ¿Qué impacto económico tiene para la comunidad, el que se pierdan valores culturales?

- a) Bueno:   , b) Malo:   X  , c) Regular:   , d) No tiene importancia:   ,

6.- ¿Cuáles son los cambios culturales en la artesanía, a la que se producía antes y después de la crisis de 1982?

Antes: Creo que se valoraba más lo tradicional y cultural.  
 Después. Ahora se valora menos lo local.

7.- Los cambios culturales en la comunidad, ¿Desde donde se promueven? ¿Del interior del país o de otros países?

- a) Desde la política nacional:   ,  
 b) Desde las políticas globales:   ,  
 c) Desde la economía globalizada:   X  ,

d) Otro \_\_\_\_\_,

**8.- ¿Qué ventajas o desventajas tiene la cultura de la comunidad, el ubicarse cerca de la capital del Estado?**

R= El estar cerca de la ciudad creo que se pierden más rápido los valores culturales.

**9.- ¿Hacia donde cree que va la cultura de la comunidad ante los cambios globalizados de la economía?**

- a) Hacia la destrucción de valores locales: \_\_\_\_\_,
- b) Hacia una producción de artesanía homogénea: \_\_\_\_\_,
- c) Hacia la desaparición del artesano:  X ,
- d) Hacia un futuro incierto: \_\_\_\_\_,
- e) Otro: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Cree usted que la artesanía tenga una tendencia hacia la desaparición?**

- a) Si  X , b) No \_\_\_\_\_,
- Por qué?  Al desaparecer el artesano, puede desaparecer la artesanía.

**11.- ¿Qué debemos hacer la sociedad en su conjunto para preservar nuestra cultura y costumbres?**

R= Ayudar con programas a preservar los valores.

**VIII. Aspectos ambientales de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Si tienes horno de leña, cuanto leña utilizas por quema (toneladas al mes o por semana) y ha cuanto asciende el volumen de producción artesanal?**

Leña consumida mes/semana			
Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Tons =	Tons =	Tons =	Tons =
Volumen de producción			
Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas
25	25	25	25

Nota: Se realiza una quema cada 3 meses con un costo de \$2,000.00 pesos M/N, es decir, 300kgs de leña en 3 meses.

**2.- ¿En promedio cuantas quemas de gas y leña haces al mes?**

- GAS...a) 1 \_\_\_\_\_, b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4  X , e) 5 \_\_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_\_,
- LEÑA...a) 1  X , b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_\_, e) 5 \_\_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_\_,

Nota: Según la demanda, pero en promedio se hacen entre 4 y 5 quemas de gas a la semana, es decir entre 20 quemas al mes.

**3.- ¿Dónde compra o extrae su materia prima (leña, barro, greta, arcilla, colores, gas), etc.?**

- a) De mi parcela: \_\_\_\_\_,
- b) De la mina comunal: \_\_\_\_\_,
- c) Otro: El gas se compra en Morelia por pedido, el barro se compra en el Banco de Barro de la localidad, la greta, arcilla y colores los compramos en Guadalajara y Monterrey con proveedores.

**4.- ¿Qué tipo de vegetales (leña) utilizas?**

- a) Leña de pino: \_\_\_\_\_, b) Leña de encino: \_\_\_\_\_, c) Leña de eucalipto: \_\_\_\_\_,
- d) Otro: Utilizo solo gas.,

**5.- ¿La leña la extraes o la compras y cuanto pagas por camión o tonelada?**

a) Si: , b) No: , Nota: Utilizo solo gas.

\$ Por camión: \_\_\_\_\_, \$ Por tonelada \_\_\_\_\_, \$ por costal \_\_\_\_\_,

**6.- ¿El uso de horno para artesanía consume leña en casa para diferentes usos? ¿Cuánta por hornada?**

a) Si: \_\_\_\_\_, b) No: , ¿Cuánta? \_\_\_\_\_, Nota: Utilizo solo gas.

**7.- El horno de leña es para quema de artesanía de barro o cerámica?**

Para barro: a) Si: \_\_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_\_,

Para cerámica: a) Si: \_\_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_\_, Nota: Utilizo solo gas.

**8.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro? ¿Lo extraes o lo compras y cuanto pagas (por costal, tonelada o camión)?**

Problemas: No existe ninguno, se compra molido. De todo el material que utilizo, el barro solo ocupa un 5%, esto quiere decir que el 95% de la producción es de cerámica.

Precio del barro		
Por costal	Por tonelada	Por camión
\$30 pesos M/N	\$	\$

**9.- ¿Con qué periodicidad lo abastece y qué volumen compra?**

Periodicidad de abastecimiento del barro	
A la semana	Al mes
Volumen de compra	
A la semana	Al mes
	4 costales al mes

**10.- ¿Estimación de volumen anual por zona o región?**

Volumen anual de barro por región o zona	
Por semana	Por mes
Nota: no tiene datos.	

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales**  
**Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional**

**Tesista:** Rómulo Duarte Duarte

**PROYECTO:** *Artesanías de Exportación, Desarrollo Local y Regional, 1980-2007: Un Estudio Comparativo entre Localidades Michoacanas y Piuranas.*

**CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO**

**Unidad Económica Artesanal:** "Ladislao Martínez".

**Localidad:** Capula, Michoacán

**Propietario:** Ladislao Martínez.

**Edad:** 72 años. **Escolaridad:** Sin escolaridad.

**Domicilio:** Juan Aldama No. 262, Col Barrio de San Miguel, Capula, Michoacán.

**No. de integrante de la familia:** 5 hermanos (3 hombres y 2 mujeres), siendo yo el más pequeño de los hijos.

**I. Elementos evolutivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿En qué año nace la empresa y cuál era su nombre o razón social?**

R= Nace por herencia de mis padres, hace 40 años que yo empecé a decorar. En mis inicios se hacían ollas coloradas sin pintar, esto porque en Capula anteriormente se producían artesanías sin pintar y fueron los maestros artesanos de Tlaquepaque, Jalisco los que vinieron aquí y se empezó a pintar la artesanía punteada (1916 aproximadamente). En cuanto a mi negocio, no he registrado una razón social, todos aquí y en todos lados me conocen como Ladislao Martínez y el motivo que no tenga una marca registrada en Hacienda es en el sentido de que a mi no me gusta andar reclamando si por ejemplo otro artesano me copia algunos de mis productos, al contrario me siento contento si alguno de iguala e inclusive lo ayudo a que mejore su producto.

**2.- ¿Cuántos años tienen laborando en su taller artesanal?**

a) 2 años \_\_\_\_, b) 3 a 5 años \_\_\_\_, c) 5 a 7 años \_\_\_\_, d) 7 a 10 años \_\_\_\_,  
 e) 10 a 15 años \_\_\_\_, f) 15 a 20 años \_\_\_\_, g) 20 a 25 \_\_\_\_, h) 25 y más: 40 años aprox.

**3.- ¿Qué tipo de productos elaborabas cuando iniciaste tu negocio y cuáles produces actualmente?**

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
	✓	✓					✓ Juegos de te
Productos actuales							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
✓	✓	✓				✓	

**4.- ¿Cuántos miembros integraban la microempresa familiar al inicio de su fundación?**

Cantidad: 7, Familiares hombres: 4, Familiares mujeres: 3,  
 No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**5.- ¿Cuántos miembros integran actualmente a la microempresa familiar?**

Cantidad: 12, Familiares hombres: 6, Familiares mujeres: 6,

No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**6.- ¿Cuántos miembros integraban a la microempresa familiar en el 2007?**

Cantidad: 10, Familiares hombres: 5, Familiares mujeres: 5

No familiares hombres: \_\_\_\_\_, No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**7.- ¿Qué nivel de escolaridad tienen sus trabajadores tanto familiares como asalariados?**

Familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: X, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

Familiares mujeres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: X, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

No familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

No familiares mujeres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

**8.- ¿Cuál es el calendario anual de producción de la actividad artesanal?**

Ciclo de producción											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

**9.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller (8 hrs o más) y cuál es su horario de trabajo?**

Jornada de trabajo			
	Menos de 8 horas	8 horas	Mas de 8 horas
Familiares hombres	✓		
Familiares mujeres	✓		
No familiares hombres			
Niños	De 1 a 3 horas	De 4 a 5 horas	Mas de 5 horas

Tiempo completo familiares: 7 y 8 horas, Tiempo completo no familiares: \_\_\_\_\_,

Horario de trabajo familiares: flexibles, Horario de trabajo no familiares: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Los hombres y mujeres hacen las mismas tareas?**

a) Si \_\_\_\_\_, b) No X,

Hombres: Por lo general hombres y mujeres realizan las mismas tareas dado que se trata de actividades no muy pesadas, excepto cuando es necesario acarrear el barro de la mina son los hombres quienes desempeñan esta actividad.

Mujeres: Por lo general, las mujeres realizan las mismas actividades.

Adultos mayores: Las personas mayores desempeñan las actividades más sencillas por su condición de su edad.

Niños: Los menores como su nombre lo indica realizan las actividades más sencillas del proceso productivo.

**11.- En cuanto ascienden las ventas mensuales de la empresa en promedio (año 2010)?**

a) Menos de 10,000 \_\_\_\_\_, b) entre 10,000 y 20,000 \_\_\_\_\_, c) entre 20,000 y 30,000 X,

d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_\_\_\_, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_,

**12.- En cuanto ascendieron las ventas mensuales de la empresa en promedio en el 2007?**

a) Menos de 10,000 \_\_\_\_\_, b) entre 10,000 y 20,000 \_\_\_\_\_, c) entre 20,000 y 30,000 \_\_\_\_\_,

d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 X, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_,

**13.- ¿A cuánto asciende el ingreso promedio mensual por empleado (año 2010)?**

Ingreso mensual				
Hombres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500 ✓	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500 ✓	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Hombres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Niños	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más

Nota: En el 2007 el ingreso promedio mensual ascendía entre \$3500 a 5000 pesos m/n.

**14.- ¿Los trabajadores empleados en su taller, tienen seguridad social (ISSSTE, IMSS, Seguro Popular, otro)? Si \_\_\_\_\_, No X,**

Familiares: a) ISSTE \_\_\_\_\_ b) IMSS \_\_\_\_\_ c) Seguro Popular \_\_\_\_\_, d) Otro \_\_\_\_\_,

No familiares: a) ISSTE \_\_\_\_\_ b) IMSS \_\_\_\_\_ c) Seguro Popular \_\_\_\_\_, d) Otro \_\_\_\_\_,

Nota: No se tiene en este momento ninguna prestación social dado que todos son familiares.

**15.- ¿Cuánto influyen los factores climáticos en la producción artesanal?**

a) Mucho \_\_\_\_\_, b) Poco \_\_\_\_\_, c) Normal X,

Por qué? R= Cuando llueve si afecta porque no permite que el sol alumbre para secar las piezas y estas se rompen.

**II. Aspectos comunitarios**

**1.- ¿Cuántos hijos tienes?**

Hombres: 3, Mujeres: 3,

**2.- Todos tus hijos son artesanos?**

a) Si X, b) No \_\_\_\_\_,

**3.- ¿Tus padres y abuelos fueron artesanos?**

a) Si: X, b) No: \_\_\_\_\_, Nota: pero eran campesinos.

**4.- ¿Eran originarios de esta comunidad o de la región?**

a) Si: X, b) No: \_\_\_\_\_, ¿Dónde nacieron? Aquí en Capula.

¿En que año llegaron a la comunidad? Todos ellos eran de aquí.

**5.- ¿Tienes tierras de cultivo?**

A) Si: X, b) No: \_\_\_\_\_,

**6.- ¿Qué es lo que siembra?**

Cuadro 1. Cantidad y características de la producción agrícola					
Cultivo	Has.	Cantidad obtenida	Temporal o riego	Destino del producto	Precio (tons)
Maíz, calabaza	3 has de maíz	3 y media tons de	No tengo	Autoconsumo (%):	

	8 has de pastura	maíz al año.		100% consumo Comercialización (%) :	
				Autoconsumo (%) :  Comercialización (%) :	

**7.- ¿Cuál es la producción por ciclos (productos agrícolas)?**

Producción		
Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3
Marzo, Abril, Mayo, Junio y Julio (maíz y calabaza)		

**8.- ¿Cuál es el régimen de propiedad en la zona y de tus parcelas?**

a) Comunal \_\_\_\_, b) Ejidal \_\_\_\_, d) Otro: Pequeña propiedad.

**9.- ¿Quién trabaja las tierras?**

a) El dueño X, b) Se rentan \_\_\_\_, c) Se prestan \_\_\_\_,  
c) Otro: \_\_\_\_\_.

**10.- ¿Produces lo suficiente para abastecerte (productos agrícolas)?**

a) Si \_\_\_\_, b) No X, Nota: Los productos agrícolas de consumo se compran.

**11.- ¿Tienes excedentes agrícolas que vender?**

a) Si X, b) No \_\_\_\_\_,  
¿Cuánto en promedio? Solo es para el consumo familiar.

**12.- ¿Qué temporada se dedica al cultivo agrícola?**

Cuadro 2. Cronograma de meses que se dedica al cultivo agrícola											
Meses											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
		✓	✓	✓	✓	✓					

**13.- ¿La casa forma parte del espacio productivo artesanal?**

a) Si X, b) No \_\_\_\_\_,

**14.- ¿Qué tipo organización alfarera es, y cuando nace?**

a) Asociación Civil X, b) Lucrativa \_\_\_\_\_, c) No Lucrativa \_\_\_\_\_,  
¿Cuándo nace? Año \_\_\_\_\_, Nota: No estoy y integrado, pero existen mas o menos 200 miembros.

**15.- ¿Cuál es la función que cumple el grupo de alfareros al que perteneces?**

R= Aunque no estoy integrada a ninguna asociación, la que existe aquí en la localidad (UNIAMICH) cumple la función de ayuda mutua para exposiciones y concursos.

**16.- ¿Cuántas organizaciones de alfareros existen en la comunidad?**

a) 1 , b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_\_, e) Más de 4 \_\_\_\_\_,

**Nota:** Unión de Artesanos de Capula, integrado a la Casart.

**17.- ¿Cómo está organizado el grupo de alfareros al que pertenece?**

R= Pues es una unión entre artesanos (mas de 200).

**18.- ¿Intercambia usted saberes, experiencias con otros artesanos de la comunidad o de otras comunidades para mejorar su producción? ¿Con quién? a) Si , b) No \_\_\_\_\_,**

Entre artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_ ,

Entre artesanos de la región: \_\_\_\_\_,

Entre artesanos del interior del Estado: \_\_\_\_\_,

Otros: \_\_\_\_\_,

**19.- ¿Por qué crees, que en la comunidad encontramos un pequeño número de artesanos especializados y un amplio número de atrasados?**

R= Se debe a la falta de proyectos y falta que el gobierno se acerque con nosotros.

**20.- ¿Cuáles crees que sean los factores que han inducido a que la comunidad tenga un gran número de artesanos atrasados?**

R= Se debe a las escasas oportunidades de proyectos y escaza comercialización. A partir del gobierno de Zedillo se cae el presupuesto para la Casart y Fonart.

**21.- ¿Está usted dispuesto a intercambiar experiencias con otros productores de la localidad y de otras regiones para mejorar las condiciones productivas locales?**

**¿Con qué frecuencia?**

a) Entre artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_ ,

b) Entre artesanos de la región: \_\_\_\_\_ ,

c) Entre artesanos del interior del Estado: \_\_\_\_\_ ,

d) Otros \_\_\_\_\_,

¿Con qué frecuencia? Con la necesaria.

**22.- ¿Qué tipo de cambio considera que ha tenido el consumidor después de la crisis de 1982 y del Tratado de Libre Comercio?**

R= Se da poca atención desde el gobierno de Zedillo con recortes al presupuesto. El TLC perjudica a los artesanos por invasión de productos chinos y bajos precios y producción hecha en serie.

**23.- ¿Cuál cree usted que sea el comportamiento del comprador en un futuro?**

a) Comportamiento conservador \_\_\_\_\_,

b) Comportamiento innovador \_\_\_\_\_,

c) Comportamiento entre conservador e innovador \_\_\_\_\_ ,

d) Otro \_\_\_\_\_,

**24.- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del Tratado de Libre Comercio?**

a) Ventajas: Ninguna, solo favorece a empresas grandes.

b) Desventajas: Invasión de artesanía china.

**25.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios más relevantes que han hecho cambiar en la unidad productiva artesanal?**

R= Pues ahora tiene innovarse y adaptarse a los cambios globalizados.

**26.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios que se han observado con respecto a las políticas gubernamentales y el desarrollo artesanal en la comunidad?**

R= Menos apoyos gubernamentales, menos proyectos y esto se da desde el gobierno de Zedillo.

**27.- ¿En el desarrollo regional (entre comunidades), como han impactado las crisis recurrentes en el desarrollo artesanal?**

R= Hemos visto que muchos artesanos han estado desapareciendo y dedicándose a otras actividades y los que quedan vemos a artesanos mas empobrecidos.

**28.- ¿Cuál es el cambio en los impuestos, tomando en cuenta la historia de su taller?**

R= No se pagan impuestos, dado que el Gral. Lázaro Cárdenas del Río exentó de ello a los artesanos.

**29.- ¿Cuáles han sido los cambios recientes en la mano de obra familiar o asalariada en el ramo artesanal?**

a) Se mantiene con mano de obra familiar:  X

b) Se combina mano de obra familiar y asalariada:  X

c) Otro cambio: \_\_\_\_\_,

**30.- ¿Cree usted, que las políticas públicas han fracasado, al no ser las adecuadas para impulsar el desarrollo artesanal? ¿Por qué?**

Si  X , No \_\_\_\_\_,

a) No hay una política de fomento artesanal:  X

b) No toman en cuenta a la comunidad:  X

c) Se diseñan sin conocer el ramo artesanal:  X

d) Los recursos se quedan en el camino: \_\_\_\_\_,

e) Otro: \_\_\_\_\_,

**31.- ¿Qué tipo de apoyos/acciones se necesitan para atender la problemática de los artesanos en la localidad?**

a) Proyectos:  X , b) Créditos:  X , c) Capacitación: \_\_\_\_\_, d) Innovación:  X ,

e) Promoción  X , f) Asistencia Técnica  X , g) Otros \_\_\_\_\_,

**32.- ¿Qué institución tendría más credibilidad para ayudar a los artesanos en la colaboración de proyectos productivos para mejorar las condiciones de vida?**

a) Institución gubernamental \_\_\_\_\_, b) Universidad  X ,

c) Organizaciones no gubernamentales  X , otras \_\_\_\_\_,

Nota: Ladislao Martínez que la institución gubernamental debe apoyar a los artesanos pero no cumple con sus funciones.

**33.- ¿Qué factores han incidido para que un importante porcentaje de la población local en edad de trabajar, se desplace a los centros urbanos más cercanos ya sea a trabajar o a buscar un mejor empleo (caso de Morelia o Morolón)?**

a) Falta de mercado:  X , b) Bajos precios: \_\_\_\_\_, c) Altos costos: \_\_\_\_\_,

d) Falta de materia prima: \_\_\_\_\_, e) Alta competencia: \_\_\_\_\_, f) Falta de promoción: \_\_\_\_\_, g) Alto intermediarismo: \_\_\_\_\_,

h) Otros: \_\_\_\_\_,

**III. Elementos descriptivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Qué cantidad de capital calcula que tiene invertido actualmente en su taller en promedio?**

- a) \$10,000 pesos \_\_\_\_\_, b) de 10,000 a 20,000 pesos \_\_\_\_\_,  
 c) de 20,000 a 40,000 pesos: \_\_\_\_\_, d) de 40,000 a 60,000 pesos \_\_\_\_\_,  
 f) de 60,000 a 100,000 \_\_\_\_\_, g) de 100,000 a 150,000 \_\_\_\_\_,  
 h) de 150,000 a 200,000   X  , i) de 200,000 a 300,000 \_\_\_\_\_,  
 j) de 300,000 a 400,000 \_\_\_\_\_, k) de 400,000 o más \_\_\_\_\_,

**2.- ¿En qué tipo de artesanía te has especializado?**

- a) Vajillas:   X  , b) Cazuelas \_\_\_\_\_, c) Ollas   X  , d) Platos \_\_\_\_\_, e) Tarros \_\_\_\_\_,  
 f) Ensaladeras \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros \_\_\_\_\_, h) Cafeteras \_\_\_\_\_,  
 i) Otras: Platos y macetas.

**3.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería?**

- a) De tus padres   X  , b) familiares \_\_\_\_\_, c) Otro: Con mi propia imaginación y compitiendo en concursos.

**4.- ¿Cómo aprendiste la técnica especializada que utilizas en la producción?**

- a) De tus padres:   X  , b) Familiares: \_\_\_\_\_, c) Otro: Como lo dije anteriormente, compitiendo en concursos y asistiendo a capacitaciones por medio del Congreso de la Unión.

**5.- ¿Dónde y con quien te has capacitado para mejorar el oficio de la alfarería?**

- a) Con artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_,  
 b) Con artesanos de la región: \_\_\_\_\_,  
 c) Con artesanos del Estado: \_\_\_\_\_,  
 d) En Casa de las Artesanías del Estado: \_\_\_\_\_,  
 f) En Escuelas especializadas en artesanía:   X  , Cuáles? En el Congreso de la Unión.  
 g) Otros:   Por mi propia creatividad  .

**6.- ¿Qué diferencia tiene la técnica que utilizas hoy a la que utilizabas cuando iniciaste?**

R= Sigue siendo tradicional, pero la técnica del punteado ha bajado en venta y ahora es la flor de capulín (es un punteado mas grande).

**7.- ¿Cuáles fueron los factores que motivaron a que cambiaras de técnica?**

- a) Por el mercado: \_\_\_\_\_, b) Cliente más exigente:   X  ,  
 c) Otro: \_\_\_\_\_,

**8.- ¿La técnica que utilizas actualmente sigue siendo tradicional o ésta ha sido modificada? ¿Dominas alguna otra?**

- a) Tradicional: \_\_\_\_\_, b) Innovada: \_\_\_\_\_, c) Tradicional e innovada:   X  ,  
 d) Otra: Técnica punteada (en mariposas, peces, colibrí y margaritas).

**9.- ¿Anteriormente, que tipo de horno tenías? ¿Ahora qué tipo de hornos tienes?**

Horno anterior		
Leña	Gas	Ambos
<input checked="" type="checkbox"/> (de adobe)		
Horno actual		

Leña	Gas	Ambos
✓ (de adobe)	✓ (1050 °C)	✓

10.- ¿Qué fue lo que influyó, a que cambiaras el tipo horno y cuando fue?

R= Tengo de los dos.

11.- ¿Cuándo iniciaste tu taller, cuáles eran las herramientas con los que contabas para producir? ¿Y cuáles son las de ahora?

Antes: Antes tenía solo herramienta básica e incipiente.

Ahora: Moldes de diferentes tipos, laja de piedra para amasar el barro (hechos manualmente, pero poco a poco hemos ido cambiando y remplazando herramienta que ayuda a producir mejores productos como moldes, hornos de gas a 1050 °C, mejores insumos, esmaltes, etc.

12.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos? ¿Qué tipo de productos?

Si:  X, No: \_\_\_\_\_,

Nota: Mis productos si contienen greta, pero al quemarse a más de 1000 °C de temperatura el producto queda con gran calidad.

¿Qué tipo de productos? Ollas, cazuelas, tazas, etc.

13.- ¿Aproximadamente, cuantos kg., de greta utilizas en cada hornada?

a) De 1 a 3  X, b) de 3 a 5 \_\_\_\_\_, c) de 5 a 10 \_\_\_\_\_, d) de 10 o más \_\_\_\_\_,

Nota: Por cada quema.

14.- ¿A partir de cuando empiezas a utilizar la materia prima (cerámica) y por qué?

Año: \_\_\_\_\_, ¿Por qué? \_\_\_\_\_,

Nota: Yo utilizo solo barro.

15.- ¿Cuáles son los cambios que ha originado la crisis de 1982, con respecto a los insumos?

R= Ahora se utiliza un nuevo esmalte sin plomo sobre todo y los demás insumos siguen siendo los mismos, pero ahora más caros.

#### IV.- Factores competitivos y de demanda actual

1.- ¿Qué tipo de productos vende?

a) Vajillas:  X, b) Cazuelas: \_\_\_\_\_, c) Ollas  X, d) Platos: \_\_\_\_\_, e) Jarros \_\_\_\_\_,

f) Ensaladeras: \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros: \_\_\_\_\_, h) Cafeteras: \_\_\_\_\_, i) Tazas \_\_\_\_\_,

j) Otras: Platones.

2.- ¿Quiénes son sus compradores?

Cuadro 3. Demanda, precio, y tipos de productos artesanales			
Producto	Precio	Costo total	Mercado/destino
Olla	\$1000.00 pesos		Mercado Local
Cazuela grande	\$1000.00		CASART, FONART
Platón			Clientes internac.
			Ferias nacionales como las

			de Tlaquepaque y Tonalá
--	--	--	-------------------------

**3.- ¿Cómo determinas tus diseños?**

- a) Catálogos: \_\_\_\_, b) Mercado: \_\_\_\_, c) Por creatividad: X, d) Revistas: \_\_\_\_\_,  
 e) Otro: Solo por mi creatividad e imaginación.

**4.- ¿Cada cuando rediseña o hace variación en sus productos?**

Cuadro 4. Rediseño de productos artesanales			
Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño
Depende de la demanda	Depende de la demanda	Depende de la demanda	Depende de la demanda

**5.- ¿Cuáles son las principales características que tiene tu producto con respecto a los demás?**

- a) El pintado manual: X, b) El diseño cultural: \_\_\_\_, c) Innovación: \_\_\_\_\_,  
 d) Modelo \_\_\_\_\_, e) Otro: La calidad.

**6.- ¿Al empacar el producto, quién se encarga de empacar?**

- a) Usted mismo X, b) Casart \_\_\_\_, c) Fonart \_\_\_\_\_, d) Sedeco \_\_\_\_\_,  
 e) Otro: Nosotros mismos lo empacamos, no tenemos problemas en ese sentido.

**7.- ¿Qué importancia tiene para usted el empaçado o embalaje del producto?**

- a) Tiene importancia X, b) No tiene importancia \_\_\_\_\_,  
 c) Por que? Porque el empaçado da seguridad al producto cuando llegue a su destino.

**8.- ¿Cómo ve el precio de su producto, con relación a las ofertas de la competencia?**

- a) Igual: \_\_\_\_\_, b) Mayor: \_\_\_\_, c) Menor: X,  
 O cómo? \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación?**

- a) Concursos regionales: X, No de veces: \_\_\_\_, donde? \_\_\_\_\_  
 b) Concursos estatales: X, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_  
 c) Concursos nacionales: X, No de veces: \_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_

**10.- Cuantas premios has ganado y en qué tipo de productos?**

- a) Premios regionales 5, tipo de producto Ollas y cazuelas Año \_\_\_\_\_,  
 b) Premios estatales: 50, tipo de producto: Ollas y cazuelas Año \_\_\_\_\_,  
 c) Premios nacionales: 1, tipo de producto: Ollas Año 1994,

**11.- ¿Cómo fue que tú empezaste a producir productos de exportación? ¿Cuánto tiempo llevas y qué actores te ayudaron?**

R= Hace más o menos 30 años, es cuando se empieza a reconocer mi trabajo precisamente por medio de un concurso con CASART, FONART, Soriana, etc.

**12.- ¿Por qué cree que sus productos son demandados en la región, a nivel nacional e incluso internacional?**

- a) Por su calidad: \_\_\_\_, b) Su diseño cultural: \_\_\_\_, c) Innovación: \_\_\_\_\_,  
 d) Por su materia prima local: \_\_\_\_, e) Precio \_\_\_\_\_,  
 f) Otro: Por la calidad.

**13.- ¿A partir de qué año observas cambios en la demanda de sus productos?**

Año: 1970, Por que? A partir de que empiezo a participar en los concursos (mejor calidad).

**14.- ¿Sus clientes, al comprar su producto, que tipo de financiamiento utilizan?**

a) Al contado: X, b) Financiado: \_\_\_\_\_, c) Otro: \_\_\_\_\_,

**15.- ¿Quiénes son sus competidores y qué características tienen?**

- a) Regionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,
- b) Nacionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,
- c) Internacionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,
- c) Otros: No tengo competencia.

**16.- ¿Cómo enfrenta usted la competencia de precios de otros productores?**

- a) Con mejores precios: X, b) Mayor calidad: X, c) Variedad en diseños: \_\_\_\_\_,
- d) Promoción: \_\_\_\_\_, Otro: \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Qué criterios crees que toma en cuenta el cliente para comprar un producto?**

- a) Diseño: \_\_\_\_\_, b) Precio: X, c) Calidad: X, d) Innovación: \_\_\_\_\_,
- e) Financiamiento \_\_\_\_\_, f) Otro \_\_\_\_\_,

**18.- Mandas maquilar parte de tu producción con otros artesanos?**

Sí: \_\_\_\_\_, No: X,

Cuando y con quien? Cuando la demanda lo requiere, mando maquilar en el taller de mi hijo.

**V. Aspectos de comercialización de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Los productos que vende, son para otras familias campesinas o para los productores mismos? ¿Es para las clases populares en general? ¿Para el turismo nacional o internacional? ¿Son pedidos para clientes especiales en México u otros países europeos o norteamericanos? Especifique:**

- a) Para familias campesina: X, De donde \_\_\_\_\_,
- b) Clases populares: X, De donde \_\_\_\_\_,
- c) Para el intermediario: \_\_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,
- d) Para el turismo nacional: X, De donde \_\_\_\_\_,
- e) Para el turismo internacional: X, De donde \_\_\_\_\_,

**2.- De las repuestas mencionadas en la pregunta anterior ¿Cuál o cuáles son sus clientes potenciales?**

- a) Las clases populares: \_\_\_\_\_, b) El intermediario: \_\_\_\_\_, c) El turismo local: \_\_\_\_\_,
- d) El turismo regional: X, e) El turismo o clientes nacionales: X,
- f) El turismo o clientes internacionales: X,

**3.- ¿Cómo conoció usted a sus clientes potenciales? ¿Quién lo ayudó?**

- a) Por merito propio: \_\_\_\_\_, b) Por amigos artesanos: \_\_\_\_\_,
- c) Por Casart: X, d) Por Fonart: X, e) Por medio de ferias: \_\_\_\_\_,
- f) Otro \_\_\_\_\_,

4.- ¿Cuáles son las ferias locales, regionales y nacionales más tradicionales en donde asiste a vender sus productos?

Ferias		
Locales	Regionales	Nacionales
(Nombre y mes)	(Nombre y mes)	(Nombre y mes)
Feria a Santiago Capula, en Capula (julio de cada año)		Tlaquepaque (junio de cada año) y Tonalá (julio de cada año)

5.- ¿Cuál es el destino de la comercialización artesanal (%)?

Volúmenes de venta (%)			
Mercado local	Mercado regional	Mercado nacional	Mercado internacional
10%	20%	30% CASART, FONART	40% clientes internacionales

6.- ¿Le interesa la exportación o venta a otros mercados nacionales o internacionales?

a) Sí: X, No: \_\_, ¿A cuales? Alemania, Estados Unidos y Holanda.

7.- ¿Usted le vende al intermediario? ¿A cual?

Si \_\_, No X,

Intermediario	
Local	Foráneo

8.- ¿Usted intercambia productos artesanales por bienes de consumo con otros productores, lo que conocemos como trueque? ¿Con quién?

Intercambio de productos				
Con artesanos	Con clientes	Con tiendas de autoservicio	Con Casart	Otros
		✓		

Nota: Con nadie, porque los bienes de consumo básicos (maíz, calabaza, leche) yo los produzco.

9.- ¿Cuáles son las políticas o elementos que usted utiliza para fijar los precios?

a) Por el costo invertido: X, b) Por los precios de la competencia: \_\_\_\_\_,

Otros: Se basa solo en la calidad y a la mano de obra invertida.

10.- ¿Qué importancia tiene para usted la garantía de sus productos hacia el cliente?

R= Importa mucho, porque la garantía habla muy bien del productor.

11.- Cuáles son los porcentajes que se gastan para cubrir empaques, transporte, gastos en administración, investigación y desarrollo y capacitación?

Empaques % \_\_, Transporte % \_\_, Gastos en administración % \_\_, Capacitación % \_\_, Investigación y desarrollo % \_\_, Otro: Es un dato difícil de dar, pero se que invierto para mejorar mi producto dado que asisto a cursos nacionales.

12.- ¿Cuál es el medio de canalización que usted utiliza para hacer llegar sus productos hasta el consumidor final? ¿Quién lo ayuda?

a) Transporte particular \_\_, b) Transporte público \_\_, c) Paquetería \_\_,

d) Casart \_\_, e) Otro \_\_\_\_\_,

Quien lo ayuda? Todo mi producto lo recogen aquí en mi taller, si el cliente lo quiere empacado yo lo hago.

**13.- ¿Cuáles son los aspectos que han cambiado en la comercialización después de la crisis de 1982?**

R= Anteriormente había promoción por parte del gobierno, ahora todo eso se ha terminado.

**14.- ¿Qué tipo de clientes tenía antes y después de la crisis de 1982? ¿Cuáles eran mejores?**

Clientes antes de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
Clientes después de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
¿Quién era mejor? Eran mejores los de antes.			

**15.- ¿Qué impacto económico ha tenido la competencia extranjera en el producto artesanal?**

a) Negativa: \_\_X\_\_, b) Positiva: \_\_\_\_\_,

Por qué? Estamos invadidos de productos chinos de mala calidad y más baratos.

**16.- ¿Qué impacto económico tienen los intermediarios tanto locales como externos en la comercialización artesanal?**

a) Negativa: \_\_X\_\_, b) Positiva \_\_\_\_\_, c) Da igual \_\_\_\_\_,

Otra: Sobre todo por la invasión de productos extranjeros.

**17.- ¿Qué factores han incidido a que actualmente exista un alto grado de intermediarismo tanto local como externo en la localidad?**

a) Falta de organización de los productores: \_\_\_\_\_,

b) Falta de proyectos productivos para la localidad: \_\_X\_\_,

c) Falta de financiamiento a la artesanía \_\_\_\_\_,

d) Falta de promoción: \_\_\_\_\_,

e) Otro: Falta de ventas.

**18.- ¿Qué impacto económico ha tenido el TLC, en la comercialización, local, regional y nacional?**

Impacto económico		
Local	Regional	Nacional
Nota: Destrucción del sistema productivo local.		

**VI. Aspectos de promoción y difusión de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Existe algún programa actual de promoción por parte del municipio o el Estado o federación? ¿Cuál?**

a) Si: \_\_X\_\_, b) No: \_\_X\_\_, ¿Por quién? Nadie se hace responsable.

Promoción		
Municipio	Estado	Federación
✓ Solo cuando hay feria local	Estamos olvidados por el gobierno.	

**2.- ¿Qué tipo de promoción artesanal se esta realizando actualmente?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por Internet	Anuncios espectaculares	Otro
Ocasionalmente			
¿Quien la paga? El Municipio.			

**3.- ¿Qué papel puede jugar la promoción para estimular la demanda?**

R= Juega un papel importante, pero no hay quien se responsabilice en hacerla.

**4.- Cuál será la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por el Municipio	Por internet	Otro
✓			
¿Y quien debe pagarlo?: La base principal debe de estar en el gobierno que apoye y sea el rector de la promoción.			

**5.- ¿Qué papel juega la institución gubernamental actualmente en la promoción?**

R= La institución gubernamental debe de ser la encargada directamente, con ello se jugaría un papel de suma importancia para que nuestros productos se conozcan en otros mercados.

**6.- ¿Qué diferencia tiene la promoción gubernamental que se hacía antes de la crisis de 1982 y la que actualmente se tiene hacia la producción artesanal?**

Promoción antes de 1982: Había apoyos.

Promoción actual: Ahora son escasos.

**7.- ¿Qué importancia tiene el mercado internacional (exportación), tomando en cuenta el volumen de ventas que tiene?**

R= Para mi tiene gran importancia, es lo mejor, porque es ahí donde uno como productor puede ganar mas, principalmente aprovechando el turismo internacional.

**8.- ¿Cuál es la imagen de su negocio en el entorno local, regional, nacional e internacional (quién lo conoce)?**

Local, a) Buena:  X , b) Mala:     , c) Regular:  X ,

Regional, a) Buena:     , b) Mala:     , c) Regular:  X ,

Nacional, a) Buena:     , b) Mala:     , c) Regular:  X ,

Internacional, a) Buena:  X , b) Mala:     , c) Regular:     ,

Quien lo conoce? \_\_\_\_\_.

**9.- ¿Tiene marca registrada en Hacienda? ¿Cuál es?**

R= Ninguna, no es necesaria.

**10.- ¿Tiene usted, algún promocional, en alguna página de Internet? ¿Cuál?**

R= Ninguno, pero me gustaría tenerlo.

11.- ¿Le gustaría a usted, que sus productos se promocionaran en alguna página de Internet? ¿Qué tipo de productos promocionaría?

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platones	Otros
	✓	✓				✓	

¿12.- Qué factores han influido a que se tengan mejores o peores condiciones de comercialización actualmente?

- a) Escasos apoyos del gobierno , b) Mejores apoyos del gobierno ,  
 c) Falta de promoción , d) Suficiente promoción ,  
 e) Otro \_\_\_\_\_,

## VII. Aspectos culturales de la Unidad Económica Artesanal

1.- ¿Qué aspectos culturales están cambiando en la localidad? A partir de qué año se empiezan a observar estos cambios culturales?

- a) En el pintado artesanal: , Año: 2000,  
 b) En el diseño artesanal: , Año: 2000,  
 c) En el tipo de producto: , Año: \_\_\_\_\_,  
 d) La innovación artesanal: , Año: \_\_\_\_\_,  
 e) Otro: \_\_\_\_\_, Año: \_\_\_\_\_,

2.- ¿Cuál son los factores más relevantes, que han incidido sobre los cambios culturales en la comunidad?

R= A los cambios globalizados.

3.- ¿En qué aspectos han cambiado las fiestas tradicionales, tomando en cuenta antes y después de los años ochenta?

Antes: Las fiestas eran cuidadosamente tradicionales.

Después: A cambiado porque el artesano trata de adaptarse a los cambios.

4.- ¿Cree usted que a partir de la firma del TLC, se han acelerado los cambios culturales en la comunidad?

- a) Si: , b) No: ,

5.- ¿Qué impacto económico tiene para la comunidad, el que se pierdan valores culturales?

- a) Bueno: , b) Malo: , c) Regular: , d) No tiene importancia: ,

6.- ¿Cuáles son los cambios culturales en la artesanía, a la que se producía antes y después de la crisis de 1982?

Antes: Creo que se valoraba más lo tradicional y cultural.

Después. Ahora se hacen nuevos diseños.

7.- Los cambios culturales en la comunidad, ¿Desde donde se promueven? ¿Del interior del país o de otros países?

- a) Desde la política nacional: ,  
 b) Desde las políticas globales: ,  
 c) Desde la economía globalizada: ,  
 d) Otro \_\_\_\_\_,

**8.- ¿Qué ventajas o desventajas tiene la cultura de la comunidad, el ubicarse cerca de la capital del Estado?**

R= El estar cerca de la ciudad creo que se pierden más rápido los valores culturales.

**9.- ¿Hacia donde cree que va la cultura de la comunidad ante los cambios globalizados de la economía?**

- a) Hacia la destrucción de valores locales:   X  ,
- b) Hacia una producción de artesanía homogénea:   X  ,
- c) Hacia la desaparición del artesano:       ,
- d) Hacia un futuro incierto:       ,
- e) Otro: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Cree usted que la artesanía tenga una tendencia hacia la desaparición?**

- a) Si       , b) No   X  ,

Por qué? Lo que tiene que pasar es que va ir cambiando lo manual hacia lo industrializado.

**11.- ¿Qué debemos hacer la sociedad en su conjunto para preservar nuestra cultura y costumbres?**

R= Luchar por nuestras costumbres y tradiciones.

**VIII. Aspectos ambientales de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Si tienes horno de leña, cuanta leña utilizas por quema (toneladas al mes o por semana) y ha cuanto asciende el volumen de producción artesanal?**

Leña consumida mes/semana			
Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Tons = 2 cargas (200 kgs)	Tons =2 cargas (200 kgs)	Tons =2 cargas (200 kgs)	Tons = 2 cargas (200kgs)
Volumen de producción			
Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas
40 docenas	40 docenas	40 docenas	40 docenas

**2.- ¿En promedio cuantas quemas de gas y leña haces al mes?**

- GAS...a) 1       , b) 2       , c) 3       , d) 4   X  , e) 5       , f) 6       , g) Más de 6:   10 quemas  ,  
 LEÑA...a) 1   X  , b) 2       , c) 3   X  , d) 4       , e) 5       , f) 6       , g) Más de 6       ,

**3.- ¿Dónde compra o extrae su materia prima (leña, barro, greta, arcilla, colores, gas), etc.?**

- a) De mi parcela:       ,
- b) De la mina comunal:       ,
- c) Otro: Se extrae de propiedad privada.

Nota: La greta, colores, celite, esmaltes, se compran en Morelia y Guadalajara.

**4.- ¿Qué tipo de vegetales (leña) utilizas?**

- a) Leña de pino:   X  , b) Leña de encino:       , c) Leña de eucalipto:       ,
- d) Otro: La leña se trae de aserraderos de la región.

**5.- ¿La leña la extraes o la compras y cuanto pagas por camión o tonelada?**

- a) Si:   X  , b) No:       ,
- \$ Por camión: 1/2 (300 kgs a \$2000.00 pesos), \$ Por tonelada       , \$ por costal       ,
- Nota: Se compra por carga a \$70.00 pesos M/N (una carga equivale a 100 kgrs).

**6.- ¿El uso de horno para artesanía consume leña en casa para diferentes usos? ¿Cuánta por hornada?**

a) Si: \_\_\_\_, b) No:  X . ¿Cuánta? Se consumen 4 cargas por hornada (400 kgrs).

**7.- El horno de leña es para quema de artesanía de barro o cerámica?**

Para barro: a) Si:  X , b) No: \_\_\_\_\_,

Para cerámica: a) Si: \_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_\_,

**8.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro? ¿Lo extraes o lo compras y cuanto pagas (por costal, tonelada o camión)?**

Problemas: Ninguno, aquí en Capula existen suficientes bancos de barro.

Precio del barro		
Por costal	Por tonelada	Por camión
\$40 pesos de 70 kgrs	\$	\$

**9.- ¿Con qué periodicidad lo abastece y qué volumen compra?**

Periodicidad de abastecimiento del barro	
A la semana	Al mes
	✓
Volumen de compra	
A la semana	Al mes
1 costal por semana de 70 kgrs	4 costales al mes (280 kgrs)

**10.- ¿Estimación de volumen anual por zona o región?**

Volumen anual de barro por región o zona	
Por semana	Por mes
	4 costales (280 kgrs).

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales**  
**Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional**

**Tesista:** Rómulo Duarte Duarte

**PROYECTO:** *Artesanías de Exportación, Desarrollo Local y Regional, 1980-2007: Un Estudio Comparativo entre Localidades Michoacanas y Piuranas.*

**CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO**

**Unidad Económica Artesanal:** "Cerámica Tzintzúntzan"

**Localidad:** Tzintzúntzan, Michoacán

**Propietario:** Luis Manuel Morales Gámez

**Edad:** 47 años, **Escolaridad:** 5º semestre de Economía y Lic. En Psicología Educativa.

**Domicilio:** Tariácuri y Hospital S7N, Interior de la Capilla Abierta.

**No. de integrante de la familia:** 6 hermanos (4 hermanos y 2 hermanas), siendo yo el segundo de la familia.

**I. Elementos evolutivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿En qué año nace la empresa y cuál era su nombre o razón social?**

R= Nace en el año de 1984, pero con la experiencia de mis padres y abuelos con mas y varias generaciones mas atrás. Sin embargo el taller donde actualmente trabajo surge en este año de 1984 con el apoyo de CASART lo que anteriormente se llamaba "talleres escuela" en el gobierno de Cuauhtémoc Cárdenas y con el apoyo del Arq. Jorge Solórzano Director de ese entonces de Casa de las Artesanías.

**2.- ¿Cuántos años tienen laborando en su taller artesanal?**

a) 2 años \_\_\_\_, b) 3 a 5 años \_\_\_\_, c) 5 a 7 años \_\_\_\_, d) 7 a 10 años \_\_\_\_,  
 e) 10 a 15 años \_\_\_\_, f) 15 a 20 años \_\_\_\_, g) 20 a 25 \_\_\_\_, h) 25 y más: 26 \_\_\_\_\_,

**3.- ¿Qué tipo de productos elaborabas cuando iniciaste tu negocio y cuáles produces actualmente?**

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
							✓
Productos actuales							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
							✓

Nota: se producen productos decorativos y fruteros en cerámica y barro a la alta temperatura a más de 1250 °C.

**4.- ¿Cuántos miembros integraban la microempresa familiar al inicio de su fundación?**

Cantidad: 7, Familiares hombres: \_\_\_\_\_, Familiares mujeres: \_\_\_\_\_,

No familiares hombres: 7 No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_,

Nota: Cuando iniciamos era un taller escuela con 7 alumnos y 2 maestros de la Cd. de México especialistas en torneado y en alta temperatura y era comunitario para toda la comunidad.

**5.- ¿Cuántos miembros integran actualmente a la microempresa familiar?**

Cantidad: 5, Familiares hombres: 2, Familiares mujeres: 2  
 No familiares hombres: 1 No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_  
 Nota: En otro taller está su hija, su ex esposa y 2 trabajadores más.

**6.- ¿Cuántos miembros integraban a la microempresa familiar en el 2007?**

Cantidad: 5, Familiares hombres: 2, Familiares mujeres: 2  
 No familiares hombres: 1, No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**7.- ¿Qué nivel de escolaridad tienen sus trabajadores tanto familiares como asalariados?**

Familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: X, otro 1  
 Familiares mujeres: primaria: X, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: X, otro \_\_\_\_\_  
 No familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_  
 No familiares mujeres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

**8.- ¿Cuál es el calendario anual de producción de la actividad artesanal?**

Ciclo de producción											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

**9.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller (8 hrs o más) y cuál es su horario de trabajo?**

Jornada de trabajo			
Familiares hombres	Menos de 8 horas ✓	8 horas	Mas de 8 horas
Familiares mujeres	Menos de 8 horas ✓	8 horas	Mas de 8 horas
No familiares hombres	Menos de 8 horas	8 horas	Mas de 8 horas
Niños	De 1 a 3 horas	De 4 a 5 horas	Mas de 5 horas

Tiempo completo familiares: 7 horas, Tiempo completo no familiares: \_\_\_\_\_,  
 Horario de trabajo familiares: flexibles, Horario de trabajo no familiares: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Los hombres y mujeres hacen las mismas tareas?**

a) Si \_\_\_\_\_, b) No X,

Hombres: Por lo general hombres y mujeres realizan las mismas tareas dado que se trata de actividades no muy pesadas, excepto cuando es necesario acarrear el barro de la mina son los hombres quienes desempeñan esta actividad.

Mujeres: Por lo general, las mujeres realizan las mismas actividades.

Adultos mayores: Las personas mayores desempeñan las actividades más sencillas por su condición de su edad.

Niños: Los menores como su nombre lo indica realizan las actividades más sencillas del proceso productivo.

Nota: En este taller aunque se observa una división de trabajo en sexo y edad nos comentan que todos los trabajadores están capacitados para realizar todas las actividades de la producción.

**11.- En cuanto ascienden las ventas mensuales de la empresa en promedio (año 2010)?**

a) Menos de 10,000 \_\_\_\_\_, b) entre 10,000 y 20,000 X, c) entre 20,000 y 30,000 \_\_\_\_\_,  
 d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_\_\_\_, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_.

**12.- En cuanto ascendieron las ventas mensuales de la empresa en promedio en el 2007?**

a) Menos de 10,000 \_\_\_\_\_, b) entre 10,000 y 20,000 X, c) entre 20,000 y 30,000 X,

d) entre 30,000 y 40,000 \_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_, f) mas de 50,000 \_\_,

**13.- ¿A cuánto asciende el ingreso promedio mensual por empleado (año 2010)?**

Ingreso mensual				
Hombres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más ✓
Mujeres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Hombres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Niños	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más

Nota: El ingreso promedio mensual de los trabajadores no familiares asciende en promedio a \$1000.00 pesos semanales trabajando 8 horas diarias.

**14.- ¿Los trabajadores empleados en su taller, tienen seguridad social (ISSSTE, IMSS, Seguro Popular, otro)?**

Si \_\_, No X,

Familiares: a) ISSTE \_\_ b) IMSS \_\_ c) Seguro Popular \_\_, d) Otro \_\_,

No familiares: a) ISSTE \_\_ b) IMSS \_\_ c) Seguro Popular \_\_, d) Otro \_\_,

Nota: No se tiene en este momento ninguna prestación social para ningún trabajador.

**15.- ¿Cuánto influyen los factores climáticos en la producción artesanal?**

a) Mucho X, b) Poco \_\_, c) Normal \_\_,

Por qué? R= El proceso de secado se alarga y hay menos producción.

**II. Aspectos comunitarios**

**1.- ¿Cuántos hijos tienes?**

Hombres: 2, Mujeres: 3,

**2.- Todos tus hijos son artesanos?**

a) Si X, b) No \_\_,

**3.- ¿Tus padres y abuelos fueron artesanos?**

a) Si: X, b) No: X, Nota: pero eran campesinos.

**4.- ¿Eran originarios de esta comunidad o de la región?**

a) Si: X, b) No: \_\_, ¿Dónde nacieron? Aquí en Capula.

¿En que año llegaron a la comunidad? Han sido siempre originarios de la localidad.

**5.- ¿Tienes tierras de cultivo?**

A) Si: \_\_, b) No: X,

6.- ¿Qué es lo que siembra?

Cuadro 1. Cantidad y características de la producción agrícola					
Cultivo	Has.	Cantidad obtenida	Temporal o riego	Destino del producto	Precio (tons)
No siembra				Autoconsumo (%):  Comercialización (%):	
				Autoconsumo (%):  Comercialización (%):	

7.- ¿Cuál es la producción por ciclos (productos agrícolas)?

Producción		
Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3

8.- ¿Cuál es el régimen de propiedad en la zona y de tus parcelas?

a) Comunal X, b) Ejidal \_\_\_\_\_, d) Otro: No tengo tierras.

9.- ¿Quién trabaja las tierras?

a) El dueño \_\_\_\_\_, b) Se rentan \_\_\_\_\_, c) Se prestan \_\_\_\_\_,

c) Otro: No tengo tierras.

10.- ¿Produces lo suficiente para abastecerte (productos agrícolas)?

a) Si \_\_\_\_\_, b) No X, Nota: Los productos agrícolas de consumo se compran.

11.- ¿Tienes excedentes agrícolas que vender?

a) Si \_\_\_\_\_, b) No X,

¿Cuánto en promedio? \_\_\_\_\_,

12.- ¿Qué temporada se dedica al cultivo agrícola?

Cuadro 2. Cronograma de meses que se dedica al cultivo agrícola											
Meses											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
				✓	✓	✓	✓				

13.- ¿La casa forma parte del espacio productivo artesanal?

a) Si \_\_\_\_\_, b) No X,

**14.- ¿Qué tipo organización alfarera es, y cuando nace?**

a) Asociación Civil , b) Lucrativa \_\_\_\_\_, c) No Lucrativa \_\_\_\_\_,

¿Cuándo nace? Año \_\_\_\_\_, Nota: Fui Presidente de la UNUAMICH en Tzintzúntzan en 1989-2006 y Presidente Estatal de Artesanos de 1996-1998 (UNUAMICH).

**15.- ¿Cuál es la función que cumple el grupo de alfareros al que perteneces?**

R= Su función e el apoyo mutuo entre los artesanos para las ferias, créditos, etc.

**16.- ¿Cuántas organizaciones de alfareros existen en la comunidad?**

a) 1 , b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_\_, e) Más de 4 \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Cómo está organizado el grupo de alfareros al que pertenece?**

R= Pues para ello tienen que estar inscritos en la asociación y se realizan asambleas periódicamente, existen aproximadamente en la organización como de 70 productores.

**18.- ¿Intercambia usted saberes, experiencias con otros artesanos de la comunidad o de otras comunidades para mejorar su producción? ¿Con quién? a) Si , b) No \_\_\_\_\_,**

Entre artesanos de la localidad ,

Entre artesanos de la región ,

Entre artesanos del interior del Estado ,

Otros \_\_\_\_\_,

**19.- ¿Por qué crees, que en la comunidad encontramos un pequeño número de artesanos especializados y un amplio número de atrasados?**

R= Porque hay otras actividades que hace la persona y no se especializa en una sola cosa y otros son comerciantes y artesanos.

**20.- ¿Cuáles crees que sean los factores que han inducido a que la comunidad tenga un gran número de artesanos atrasados?**

R= Son varios los factores y como lo mencioné anteriormente por la falta de proyectos artesanales como la promoción.

**21.- ¿Está usted dispuesto a intercambiar experiencias con otros productores de la localidad y de otras regiones para mejorar las condiciones productivas locales?**

**¿Con qué frecuencia?**

a) Entre artesanos de la localidad: ,

b) Entre artesanos de la región: ,

c) Entre artesanos del interior del Estado: ,

d) Otros \_\_\_\_\_,

¿Con qué frecuencia? Con la necesaria.

**22.- ¿Qué tipo de cambio considera que ha tenido el consumidor después de la crisis de 1982 y del Tratado de Libre Comercio?**

R= Ahora el turista que viene consume piezas mas pequeñas y ahora el turismo que llega son personas mas maduras de mayores de 50 años.

**23.- ¿Cuál cree usted que sea el comportamiento del comprador en un futuro?**

a) Comportamiento conservador \_\_\_\_\_,

- b) Comportamiento innovador \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- c) Comportamiento entre conservador e innovador \_\_\_\_\_,
- d) Otro: Es mas innovador procurando siempre lo mejor.

**24.- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del Tratado de Libre Comercio?**

- a) Ventajas: Ninguna, solo para empresas grandes.
- b) Desventajas: Innovación de productos chinos.

**25.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios más relevantes que han hecho cambiar en la unidad productiva artesanal?**

R= Son los materiales y materias primas, ahora yo utilizo 50% de barro blanco local, 50% de materia prima procesada (combinada: sílice, caolín, feldespato, bióxidos).

**26.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios que se han observado con respecto a las políticas gubernamentales y el desarrollo artesanal en la comunidad?**

R= Es a partir de los años noventas se retiraron los apoyos.

**27.- ¿En el desarrollo regional (entre comunidades), como han impactado las crisis recurrentes en el desarrollo artesanal?**

R= Mucho porque no hay políticas hacia el desarrollo artesanal.

**28.- ¿Cuál es el cambio en los impuestos, tomando en cuenta la historia de su taller?**

R= No se pagan impuestos y solo paga aquel artesano que se da de alta en Hacienda.

**29.- ¿Cuáles han sido los cambios recientes en la mano de obra familiar o asalariada en el ramo artesanal?**

- a) Se mantiene con mano de obra familiar: \_\_\_\_\_,
- b) Se combina mano de obra familiar y asalariada: \_\_\_\_\_,
- c) Otro cambio: Todo igual o en mi caso se mantiene igual.

**30.- ¿Cree usted, que las políticas públicas han fracasado, al no ser las adecuadas para impulsar el desarrollo artesanal? ¿Por qué?**

Si  No \_\_\_\_\_,

- a) No hay una política de fomento artesanal: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- b) No toman en cuenta a la comunidad: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- c) Se diseñan sin conocer el ramo artesanal: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- d) Los recursos se quedan en el camino: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- e) Otro: \_\_\_\_\_,

**31.- ¿Qué tipo de apoyos/acciones se necesitan para atender la problemática de los artesanos en la localidad?**

- a) Proyectos: \_\_\_\_\_, b) Créditos: \_\_\_\_\_, c) Capacitación: , d) Innovación: ,
- e) Promoción , f) Asistencia Técnica , g) Otros: Educación especializada.

**32.- ¿Qué institución tendría más credibilidad para ayudar a los artesanos en la colaboración de proyectos productivos para mejorar las condiciones de vida?**

- a) Institución gubernamental , b) Universidad \_\_\_\_\_,
- c) Organizaciones no gubernamentales \_\_\_\_\_, otras \_\_\_\_\_,

Nota: La CASART puede incidir en proyectos hacia los artesanos pero carece de programas acordes a los artesanos.

**33.- ¿Qué factores han incidido para que un importante porcentaje de la población local en edad de trabajar, se desplace a los centros urbanos más cercanos ya sea a trabajar o a buscar un mejor empleo (caso de Morelia o Morolón)?**

- a) Falta de mercado: , b) Bajos precios: , c) Altos costos: \_\_\_\_\_,  
d) Falta de materia prima: \_\_\_\_\_, e) Alta competencia: \_\_\_\_\_, f) Falta de promoción: \_\_\_\_\_, g) Alto intermediarismo: \_\_\_\_\_, h)  
Otros: Ahora los jóvenes quieren ganarse el dinero fácilmente.

### **III. Elementos descriptivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Qué cantidad de capital calcula que tiene invertido actualmente en su taller en promedio?**

- a) \$10,000 pesos \_\_\_\_\_, b) de 10,000 a 20,000 pesos \_\_\_\_\_,  
c) de 20,000 a 40,000 pesos: \_\_\_\_\_, d) de 40,000 a 60,000 pesos \_\_\_\_\_,  
f) de 60,000 a 100,000 \_\_\_\_\_, g) de 100,000 a 150,000 ,  
h) de 150,000 a 200,000 \_\_\_\_\_, i) de 200,000 a 300,000 \_\_\_\_\_,  
j) de 300,000 a 400,000 \_\_\_\_\_, k) de 400,000 o más \_\_\_\_\_,

**2.- ¿En qué tipo de artesanía te has especializado?**

- a) Vajillas: \_\_\_\_\_, b) Cazuelas \_\_\_\_\_, c) Ollas \_\_\_\_\_, d) Platos \_\_\_\_\_, e) Tarros \_\_\_\_\_,  
f) Ensaladeras \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros \_\_\_\_\_, h) Cafeteras \_\_\_\_\_,  
i) Otras: Jarrones y fuentes (ensaladeras).

**3.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería?**

- a) De tus padres , b) familiares \_\_\_\_\_, c) Otro: \_\_\_\_\_,

**4.- ¿Cómo aprendiste la técnica especializada que utilizas en la producción?**

- a) De tus padres , b) familiares \_\_\_\_\_, c) Otro: En el "taller escuela".

**5.- ¿Dónde y con quien te has capacitado para mejorar el oficio de la alfarería?**

- a) Con artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_,  
b) Con artesanos de la región: \_\_\_\_\_,  
c) Con artesanos del Estado: \_\_\_\_\_,  
d) En Casa de las Artesanías del Estado: \_\_\_\_\_,  
f) En Escuelas especializadas en artesanía: \_\_\_\_\_, Cuáles? Escuela Japonesa a la alta temperatura en Toluca, Estado de México.  
g) Otros: Cursos de diseño artesanal internacionales: Curso "Daniel Rubín de la Borbolla" realizado en Pátzcuaro en 1995 por CASART y otros realizados en varias instituciones como CIDAP (Centro Internacional de Desarrollo Artesanal) y otros de mano de obra de la PYME por CASART y del Banco Mundial por CASART en Guadalajara.

**6.- ¿Qué diferencia tiene la técnica que utilizas hoy a la que utilizabas cuando iniciaste?**

R= Antes producía la alfarería con técnica tradicional en Cerámica Tradicional y ahora es una técnica internacional generalizada aprendida entre artesanos de varios países, "cerámica de alta temperatura pintada a mano" con diseños regionales y generalizaos.

**7.- ¿Cuáles fueron los factores que motivaron a que cambiaras de técnica?**

- a) Por el mercado: \_\_\_\_\_, b) cliente más exigente: \_\_\_\_\_,  
c) Otro: De desarrollo personal.

**8.- ¿La técnica que utilizas actualmente sigue siendo tradicional o ésta ha sido modificada? ¿Dominas alguna otra?**

- a) Tradicional: \_\_\_\_\_, b) Innovada: \_\_\_\_\_, c) Tradicional e innovada:  X ,  
 d) Otra: \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Anteriormente, que tipo de horno tenías? ¿Ahora qué tipo de hornos tienes?**

Horno anterior		
Leña	Gas	Ambos
✓	✓	
Horno actual		
Leña	Gas	Ambos
	✓ (1250 °C)	

**10.- ¿Qué fue lo que influyó, a que cambiaras el tipo horno y cuando fue?**

R= Por la cerámica a la alta temperatura y el deseo de innovar y desarrollar el proceso productivo.

**11.- ¿Cuándo iniciaste tu taller, cuáles eran las herramientas con los que contabas para producir? ¿Y cuáles son las de ahora?**

Antes: Horno de leña, moldes, pinceles, etc.

Ahora: Horno de gas, horno, torno y tarraja, batidora eléctrica, molino para moler esmaltes y barro principalmente.

**12.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos? ¿Qué tipo de productos?**

Si: \_\_\_\_\_, No:  X ,

Nota: Mis productos solo contienen esmalte que sirve para fijar los colores. La greta solo es para el barro, la cerámica no lleva greta.

¿Qué tipo de productos? Utilizo esmalte que no contiene plomo y se usa desde hace 25 años.

**13.- ¿Aproximadamente, cuantos kg., de greta utilizas en cada hornada?**

- a) De 1 a 3 \_\_\_\_\_, b) de 3 a 5 \_\_\_\_\_, c) de 5 a 10 \_\_\_\_\_, d) de 10 o más \_\_\_\_\_,

Nota: Utilizo esmalte sin plomo.

**14.- ¿A partir de cuando empiezas a utilizar la materia prima (cerámica) y por qué?**

Año: 1984, ¿Por qué? Por la exigencia del mercado.

**15.- ¿Cuáles son los cambios que ha originado la crisis de 1982, con respecto a los insumos?**

R= Poco a poco se han ido cambiando por mejores insumos.

#### **IV.- Factores competitivos y de demanda actual**

**1.- ¿Qué tipo de productos vende?**

- a) Vajillas: \_\_\_\_\_, b) Cazuelas: \_\_\_\_\_, c) Ollas \_\_\_\_\_, d) Platos: \_\_\_\_\_, e) Jarros \_\_\_\_\_,  
 f) Ensaladeras: \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros: \_\_\_\_\_, h) Cafeteras: \_\_\_\_\_, i) Tazas \_\_\_\_\_,  
 j) Otras: Jarrones y fuentes de diferentes tamaños, tazas, platos y vasos.

**2.- ¿Quiénes son sus compradores?**

Cuadro 3. Demanda, precio, y tipos de productos artesanales			
Producto	Precio	Costo total	Mercado/destino
Jarrón	\$600.00		E.U.A
Tasas	100.00		E.U.A
Platos	500.00		E.U.A
Vasos	100.00		E.U.A

**3.- ¿Cómo determinas tus diseños?**

- a) Catálogos: \_\_\_\_, b) Mercado: \_\_\_\_, c) Por creatividad: X, d) Revistas: \_\_\_\_\_,  
 e) Otro: \_\_\_\_\_,

**4.- ¿Cada cuando rediseña o hace variación en sus productos?**

Cuadro 4. Rediseño de productos artesanales			
Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño
Continuamente	Continuamente	Continuamente	Continuamente

**5.- ¿Cuáles son las principales características que tiene tu producto con respecto a los demás?**

- a) El pintado manual: X, b) El diseño cultural: X, c) Innovación: X,  
 d) Modelo \_\_\_\_\_, e) Otro \_\_\_\_\_,

**6.- ¿Al empacar el producto, quién se encarga de empacar?**

- a) Usted mismo X, b) Casart X, c) Fonart \_\_\_\_\_, d) Sedeco \_\_\_\_\_,  
 e) Otro: Cuando el cliente se lo lleva directamente de aquí del taller lo empaco yo, pero cuando el pedido es en importante cantidad, el cliente se hace responsable de empacarlo.

**7.- ¿Qué importancia tiene para usted el empacado o embalaje del producto?**

- a) Tiene importancia X, b) No tiene importancia \_\_\_\_\_,  
 c) Por que? Por la seguridad del producto producto.

**8.- ¿Cómo ve el precio de su producto, con relación a las ofertas de la competencia?**

- a) Igual: X, b) Mayor: \_\_\_\_\_, c) Menor: \_\_\_\_\_,  
 O cómo? Hasta ahorita no conozco la competencia.

**9.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación?**

- a) Concursos regionales: X, No de veces: \_\_\_\_\_, donde? \_\_\_\_\_  
 b) Concursos estatales: X, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_  
 c) Concursos nacionales: X, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_

**10.- Cuantas premios has ganado y en qué tipo de productos?**

- a) Premios regionales 17, tipo de producto \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_,  
 b) Premios estatales: 20, tipo de producto: \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_,  
 c) Premios nacionales: 3, tipo de producto: \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_,

**11.- ¿Cómo fue que tú empezaste a producir productos de exportación? ¿Cuánto tiempo llevas y qué actores te ayudaron?**

R= Por la especialización que tengo y por un interés de expresión artística.

**12.- ¿Por qué cree que sus productos son demandados en la región, a nivel nacional e incluso internacional?**

- a) Por su calidad: \_\_\_\_, b) Su diseño cultural: \_\_\_\_, c) Innovación: \_\_X\_\_,  
d) Por su materia prima local: \_\_\_\_, e) Precio \_\_\_\_,  
f) Otro: Por su identidad cultural.

**13.- ¿A partir de qué año observas cambios en la demanda de sus productos?**

Año: 1985, Por que? Y es que ahora el turismo que compra como lo dijimos s un turismo de mayor edad.

**14.- ¿Sus clientes, al comprar su producto, que tipo de financiamiento utilizan?**

- a) Al contado: \_\_X\_\_, b) Financiado: \_\_\_\_, c) Otro: \_\_\_\_\_,

**15.- ¿Quiénes son sus competidores y qué características tienen?**

- a) Regionales: \_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,  
b) Nacionales: \_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,  
c) Internacionales: \_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,  
d) Otros: Tal vez si tengo competencia pero prefiero no verlas.

**16.- ¿Cómo enfrenta usted la competencia de precios de otros productores?**

- a) Con mejores precios: \_\_\_\_, b) Mayor calidad: \_\_X\_\_, c) Variedad en diseños: \_\_\_\_,  
d) Promoción: \_\_\_\_, Otro: Originalidad e innovación en las piezas.

**17.- ¿Qué criterios crees que toma en cuenta el cliente para comprar un producto?**

- a) Diseño: \_\_\_\_, b) Precio: \_\_X\_\_, c) Calidad: \_\_X\_\_, d) Innovación: \_\_X\_\_,  
e) Financiamiento \_\_\_\_, f) Otro: \_\_\_\_\_,

**18.- Mandas maquilar parte de tu producción con otros artesanos?**

Sí: \_\_\_\_, No: \_\_X\_\_,

Cuando y con quien? \_\_\_\_\_,

**V. Aspectos de comercialización de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Los productos que vende, son para otras familias campesinas o para los productores mismos? ¿Es para las clases populares en general? ¿Para el turismo nacional o internacional? ¿Son pedidos para clientes especiales en México u otros países europeos o norteamericanos? Especifique:**

- a) Para familias campesina: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
b) Clases populares: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
c) Para el intermediario: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
d) Para el turismo nacional: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
e) Para el turismo internacional: \_\_X\_\_, De donde \_\_\_\_\_,

NOTA: También vendo para el intermediario llamado de cuello blanco (CASART) un 10% y un 90% es para el turismo internacional.

**2.- De las repuestas mencionadas en la pregunta anterior ¿Cuál o cuáles son sus clientes potenciales?**

- a) Las clases populares: \_\_\_\_, b) El intermediario: \_\_\_\_, c) El turismo local: \_\_\_\_,  
d) El turismo regional: \_\_\_\_, e) El turismo o clientes nacionales: \_\_\_\_,  
f) El turismo o clientes internacionales: \_\_X\_\_,

Nota: Vendo también para CASART.

**3.- ¿Cómo conoció usted a sus clientes potenciales? ¿Quién lo ayudó?**

- a) Por merito propio: \_\_\_\_\_, b) Por amigos artesanos: \_\_\_\_\_,  
 c) Por Casart: \_\_\_\_\_, d) Por Fonart: \_\_\_\_\_, e) Por medio de ferias: X \_\_\_\_\_,  
 f) Otro: Por medio de exposiciones.

**4.- ¿Cuáles son las ferias locales, regionales y nacionales más tradicionales en donde asiste a vender sus productos?**

Ferias		
Locales	Regionales	Nacionales
(Nombre y mes)	(Nombre y mes)	(Nombre y mes)
No hay feria local	Noche de muertos en Pátzcuaro y Uruapan en Domingo e Ramos	Antes yo iba al World Center en México.

**5.- ¿Cuál es el destino de la comercialización artesanal (%)?**

Volúmenes de venta (%)			
Mercado local	Mercado regional	Mercado nacional	Mercado internacional
-	10%	10% CASART,	80% clientes internacionales

**6.- ¿Le interesa la exportación o venta a otros mercados nacionales o internacionales?**

- a) Sí: X, No: \_\_\_\_\_, ¿A cuales? Vincularme mas con clientes nacionales e internacionales.

**7.- ¿Usted le vende al intermediario? ¿A cual?**

Si X, No \_\_\_\_\_,

Intermediario	
Local	Foráneo
	Es a CASART

**8.- ¿Usted intercambia productos artesanales por bienes de consumo con otros productores, lo que conocemos como trueque? ¿Con quién?**

Intercambio de productos				
Con artesanos	Con clientes	Con tiendas de autoservicio	Con Casart	Otros

Nota: No lo hago con nadie.

**9.- ¿Cuáles son las políticas o elementos que usted utiliza para fijar los precios?**

- a) Por el costo invertido: X, b) Por los precios de la competencia: \_\_\_\_\_,  
 Otros: Por la originalidad del producto.

**10.- ¿Qué importancia tiene para usted la garantía de sus productos hacia el cliente?**

R= Importa mucho, porque con la garantía del producto el cliente regresa.

**11.- Cuáles son los porcentajes que se gastan para cubrir empaques, transporte, gastos en administración, investigación y desarrollo y capacitación?**

Empaques % 30, Transporte % 30, Gastos en administración % 30, Capacitación % 30, Investigación y desarrollo % 30, Otro: Depende del pedido que se haga.

12.- ¿Cuál es el medio de canalización que usted utiliza para hacer llegar sus productos hasta el consumidor final?

¿Quién lo ayuda?

a) Transporte particular  b) Transporte público  c) Paquetería

d) Casart  e) Otro: Cuando el cliente viene aquí ellos se lo llevan.

Quien lo ayuda? \_\_\_\_\_,

13.- ¿Cuáles son los aspectos que han cambiado en la comercialización después de la crisis de 1982?

R= Ahora el cliente viene más aquí al taller.

14.- ¿Qué tipo de clientes tenía antes y después de la crisis de 1982? ¿Cuáles eran mejores?

Clientes antes de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
Clientes después de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
¿Quién era mejor? Eran mucho mejor el de los años ochentas porque se exportaba mas y ahora el cliente o consumidor compra mas al menudeo.			

15.- ¿Qué impacto económico ha tenido la competencia extranjera en el producto artesanal?

a) Negativa:  b) Positiva:

Por qué? Estamos invadidos de productos chinos de mala calidad y más baratos.

16.- ¿Qué impacto económico tienen los intermediarios tanto locales como externos en la comercialización artesanal?

a) Negativa:  b) Positiva  c) Da igual

Otra \_\_\_\_\_,

17.- ¿Qué factores han incidido a que actualmente exista un alto grado de intermediarismo tanto local como externo en la localidad?

a) Falta de organización de los productores: \_\_\_\_\_,

b) Falta de proyectos productivos para la localidad: \_\_\_\_\_,

c) Falta de financiamiento a la artesanía \_\_\_\_\_,

d) Falta de promoción: \_\_\_\_\_,

e) Otro: Porque es un buen negocio.

18.- ¿Qué impacto económico ha tenido el TLC, en la comercialización, local, regional y nacional?

Impacto económico		
Local	Regional	Nacional
Nota: Negativo porque han bajado las ventas.		

## VI. Aspectos de promoción y difusión de la Unidad Económica Artesanal

1.- ¿Existe algún programa actual de promoción por parte del municipio o el Estado o federación? ¿Cuál?

a) Si:  b) No:  ¿Por quién?

Promoción		
Municipio	Estado	Federación
Ninguna	Ninguna	Ninguna

**2.- ¿Qué tipo de promoción artesanal se esta realizando actualmente?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por Internet	Anuncios espectaculares	Otro
Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna
¿Quien la paga? Nota: Actualmente, ninguna.			

**3.- ¿Qué papel puede jugar la promoción para estimular la demanda?**

R= Debe de ser importante por parte del gobierno para promocionar la artesanía.

**4.- Cuál será la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por el Municipio	Por internet	Otro
✓	✓	✓	
¿Y quien debe pagarlo?: Gobierno del Estado y Federal. La promoción debe tener las bases desde la educación.			

**5.- ¿Qué papel juega la institución gubernamental actualmente en la promoción?**

R= Actualmente nada hace.

**6.- ¿Qué diferencia tiene la promoción gubernamental que se hacia antes de la crisis de 1982 y la que actualmente se tiene hacia la producción artesanal?**

Promoción antes de 1982: Se editaron libros y costumbres, hubo un gran boom de promoción por parte de CASART por el gobierno del Estado en todo México y el extranjero.

Promoción actual: Ahora no hay nada.

**7.- ¿Qué importancia tiene el mercado internacional (exportación), tomando en cuenta el volumen de ventas que tiene?**

R= Es donde se obtiene mayor ingreso, pero también debería interesarnos el mercado interno.

**8.- ¿Cuál es la imagen de su negocio en el entorno local, regional, nacional e internacional (quién lo conoce)?**

Local, a) Buena:   X  , b) Mala:   , c) Regular:   ,

Regional, a) Buena:   X  , b) Mala:   , c) Regular:   ,

Nacional, a) Buena:   X  , b) Mala:   , c) Regular:   ,

Internacional, a) Buena:   X  , b) Mala:   , c) Regular:   ,

Quien lo conoce? Sobre todo clientes internacionales.

**9.- ¿Tiene marca registrada en Hacienda? ¿Cuál es?**

R= No.

**10.- ¿Tiene usted, algún promocional, en alguna página de Internet? ¿Cuál?**

R= No, pero mi taller sí aparece promocionado en el internet.

11.- ¿Le gustaría a usted, que sus productos se promocionaran en alguna página de Internet? ¿Qué tipo de productos promocionaría?

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Otros	Otros
			✓			Fuentes	Fruteros

Nota: Ya se promueven (me gustaría que todos).

¿12.- Qué factores han influido a que se tengan mejores o peores condiciones de comercialización actualmente?

- a) Escasos apoyos del gobierno , b) Mejores apoyos del gobierno ,  
 c) Falta de promoción , d) Suficiente promoción ,  
 e) Otro \_\_\_\_\_,

## VII. Aspectos culturales de la Unidad Económica Artesanal

1.- ¿Qué aspectos culturales están cambiando en la localidad? A partir de qué año se empiezan a observar estos cambios culturales?

- a) En el pintado artesanal: \_\_\_\_\_, Año: \_\_\_\_\_,  
 b) En el diseño artesanal: \_\_\_\_\_, Año: \_\_\_\_\_,  
 c) En el tipo de producto: \_\_\_\_\_, Año: \_\_\_\_\_,  
 d) La innovación artesanal: \_\_\_\_\_, Año: \_\_\_\_\_,  
 e) Otro: \_\_\_\_\_, Año: \_\_\_\_\_,

Nota: Los cambios son acordes a las necesidades de hacer un producto nuevo porque se conoce el mercado.

2.- ¿Cuál son los factores más relevantes, que han incidido sobre los cambios culturales en la comunidad?

R= El mercado cambiante y la globalización.

3.- ¿En qué aspectos han cambiado las fiestas tradicionales, tomando en cuenta antes y después de los años ochenta?

Antes: Se vendían solo productos tradicionales.

Después: Ahora han cambiado los diseños de las artesanías y el transporte también; ahora el cliente se lleva el producto tratando que le satisfaga una necesidad.

4.- ¿Cree usted que a partir de la firma del TLC, se han acelerado los cambios culturales en la comunidad?

- a) Si: , b) No: .

5.- ¿Qué impacto económico tiene para la comunidad, el que se pierdan valores culturales?

- a) Bueno: \_\_\_\_\_, b) Malo: , c) Regular: \_\_\_\_\_, d) No tiene importancia: \_\_\_\_\_,

6.- ¿Cuáles son los cambios culturales en la artesanía, a la que se producía antes y después de la crisis de 1982?

Antes: Creo que se valoraba más lo tradicional y cultural.

Después. Ahora se valora menos lo local.

7.- Los cambios culturales en la comunidad, ¿Desde donde se promueven? ¿Del interior del país o de otros países?

- a) Desde la política nacional: ,  
 b) Desde las políticas globales: \_\_\_\_\_,  
 c) Desde la economía globalizada: \_\_\_\_\_,

d) Otro \_\_\_\_\_,

**8.- ¿Qué ventajas o desventajas tiene la cultura de la comunidad, el ubicarse cerca de la capital del Estado?**

R= Para mí es s importante estar en la capital del imperio purépecha.

**9.- ¿Hacia donde cree que va la cultura de la comunidad ante los cambios globalizados de la economía?**

- a) Hacia la destrucción de valores locales: \_\_\_\_\_,
- b) Hacia una producción de artesanía homogénea:  X ,
- c) Hacia la desaparición del artesano:  X ,
- d) Hacia un futuro incierto: \_\_\_\_\_,
- e) Otro: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Cree usted que la artesanía tenga una tendencia hacia la desaparición?**

- a) Si  X , b) No \_\_\_\_\_,
- Por qué?  En los últimos años se ha reducido el número de artesanos.

**11.- ¿Qué debemos hacer la sociedad en su conjunto para preservar nuestra cultura y costumbres?**

R= La educación debe de promover los valores culturales de la comunidad y su historia.

**VIII. Aspectos ambientales de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Si tienes horno de leña, cuanta leña utilizas por quema (toneladas al mes o por semana) y ha cuanto asciende el volumen de producción artesanal?**

Leña consumida mes/semana			
Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Tons =	Tons =	Tons =	Tons =
Volumen de producción			
Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas
15	15	15	15

Nota: Se realiza una quema cada 3 meses con un costo de \$2,000.00 pesos M/N, es decir, 300kgs de leña en 3 meses.

**2.- ¿En promedio cuantas quemas de gas y leña haces al mes?**

- GAS...a) 1 \_\_\_\_\_, b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4  X , e) 5 \_\_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_\_,
- LEÑA...a) 1  X , b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_\_, e) 5 \_\_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_\_,

Nota: En promedio media quema al mes, es decir yo realizo una quema cada mes.

**3.- ¿Dónde compra o extrae su materia prima (leña, barro, greta, arcilla, colores, gas), etc.?**

- a) De mi parcela: \_\_\_\_\_,
- b) De la mina comunal: \_\_\_\_\_,
- c) Otro: El barro se extrae del cerro de la propiedad comunal. Los colores, óxidos, esmalte, fedelpato, caolín, sílice la compramos en PROMACESA en México y Guadalajara.

**4.- ¿Qué tipo de vegetales (leña) utilizas?**

- a) Leña de pino: \_\_\_\_\_, b) Leña de encino: \_\_\_\_\_, c) Leña de eucalipto: \_\_\_\_\_,
- d) Otro: No utilizo leña.

**5.- ¿La leña la extraes o la compras y cuanto pagas por camión o tonelada?**

a) Si: , b) No: \_\_\_\_\_,

\$ Por camión: \_\_\_\_\_, \$ Por tonelada \_\_\_\_\_, \$ por costal \_\_\_\_\_,

**6.- ¿El uso de horno para artesanía consume leña en casa para diferentes usos? ¿Cuánta por hornada?**

a) Si: \_\_\_\_\_, b) No: , ¿Cuánta? \_\_\_\_\_,

**7.- El horno de leña es para quema de artesanía de barro o cerámica?**

Para barro: a) Si: \_\_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_\_,

Para cerámica: a) Si: , b) No: \_\_\_\_\_,

Nota: El horno es de gas.

**8.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro? ¿Lo extraes o lo compras y cuanto pagas (por costal, tonelada o camión)?**

Problemas: Ninguno, se compra con los mismos ejidatarios de la localidad y el costal tiene un precio en promedio de 30 a 80 pesos M/N, según el tamaño, en promedio cada costal contiene 35 kgs.

Precio del barro		
Por costal	Por tonelada	Por camión
\$50 pesos de 50 kg	\$	\$

**9.- ¿Con qué periodicidad lo abastece y qué volumen compra?**

Periodicidad de abastecimiento del barro	
A la semana	Al mes
	✓
Volumen de compra	
A la semana	Al mes
	900 kg al año (16 costales de 50 kg)

**10.- ¿Estimación de volumen anual por zona o región?**

Volumen anual de barro por región o zona	
Por semana	Por mes
Nota: no tiene datos.	

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales**  
**Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional**

**Tesista:** Rómulo Duarte Duarte

**PROYECTO:** *Artesanías de Exportación, Desarrollo Local y Regional, 1980-2007: Un Estudio Comparativo entre Localidades Michoacanas y Piuranas.*

**CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO**

**Unidad Económica Artesanal:** "Hernández Cano 1815 Tradicional"

**Localidad:** Zinapécuaro, Michoacán

**Propietario:** Guadalupe Hernández Cano.

**Edad:** 39 años. **Escolaridad:** Secundaria incompleta.

**Domicilio:** Leona Vicario No. 301, Col. Revolución.

**No. de integrante de la familia:** Somos 7 hermanos y yo soy el menor de la familia.

**I. Elementos evolutivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿En qué año nace la empresa y cuál era su nombre o razón social?**

R= Este taller tiene tradición desde 1815, pero yo empiezo independientemente desde 1996, es decir, tengo aproximadamente 16 años laborando aquí.

**2.- ¿Cuántos años tienen laborando en su taller artesanal?**

a) 2 años \_\_\_\_, b) 3 a 5 años \_\_\_\_, c) 5 a 7 años \_\_\_\_, d) 7 a 10 años \_\_\_\_,  
 e) 10 a 15 años 14 años, f) 15 a 20 años \_\_\_\_, g) 20 a 25 \_\_\_\_, h) 25 y más \_\_\_\_\_,

**3.- ¿Qué tipo de productos elaborabas cuando iniciaste tu negocio y cuáles produces actualmente?**

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
✓	✓		✓			✓	
Productos actuales							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
							Floreros

Nota: Ahora produzco floreros y productos esculturales (gustos, ideas locas, figurillas, jarrones, fruteros, ensaladeras, bomboneras, es decir, productos de ornato y todos ellos tienen un éxito en el mercado.

**4.- ¿Cuántos miembros integraban la microempresa familiar al inicio de su fundación?**

Cantidad: 6, Familiares hombres: 3, Familiares mujeres: 3  
 No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**5.- ¿Cuántos miembros integran actualmente a la microempresa familiar?**

Cantidad: 18, Familiares hombres: 10, Familiares mujeres: 8  
 No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

Nota: En el taller hay 3 socios.

**6.- ¿Cuántos miembros integraban a la microempresa familiar en el 2007?**

Cantidad: 18, Familiares hombres: 10, Familiares mujeres: 8

No familiares hombres: \_\_\_\_\_, No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**7.- ¿Qué nivel de escolaridad tienen sus trabajadores tanto familiares como asalariados?**

Familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: X, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

Familiares mujeres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: X, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

No familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

No familiares mujeres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

**8.- ¿Cuál es el calendario anual de producción de la actividad artesanal?**

Ciclo de producción											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

**9.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller (8 hrs o más) y cuál es su horario de trabajo?**

Jornada de trabajo			
Familiares hombres	Menos de 8 horas ✓	8 horas	Mas de 8 horas
Familiares mujeres	Menos de 8 horas ✓	8 horas	Mas de 8 horas
No familiares hombres	Menos de 8 horas	8 horas	Mas de 8 horas
Niños	De 1 a 3 horas	De 4 a 5 horas	Mas de 5 horas

Tiempo completo familiares: 8 horas, Tiempo completo no familiares: \_\_\_\_\_,

Horario de trabajo familiares: flexibles, Horario de trabajo no familiares: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Los hombres y mujeres hacen las mismas tareas?**

a) Si X, b) No \_\_\_\_\_,

Hombres: Por lo general hombres y mujeres realizan las mismas tareas dado que se trata de actividades no muy pesadas, excepto cuando es necesario acarrear el barro de la mina son los hombres quienes desempeñan esta actividad.

Mujeres: Por lo general, las mujeres realizan las mismas actividades que los hombres.

Adultos mayores: Las personas mayores desempeñan las actividades más sencillas por su condición de su edad.

Niños: Los menores como su nombre lo indica realizan las actividades más sencillas del proceso productivo.

**11.- En cuanto ascienden las ventas mensuales de la empresa en promedio (año 2010)?**

a) Menos de 10,000 \_\_\_\_\_, b) entre 10,000 y 20,000 X, c) entre 20,000 y 30,000 \_\_\_\_\_,

d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_\_\_\_, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_,

**12.- En cuanto ascendieron las ventas mensuales de la empresa en promedio en el 2007?**

a) Menos de 10,000 \_\_\_\_\_, b) entre 10,000 y 20,000 \_\_\_\_\_, c) entre 20,000 y 30,000 X, \_\_\_\_\_,

d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_\_\_\_, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_,

**13.- ¿A cuánto asciende el ingreso promedio mensual por empleado (año 2010)?**

Ingreso mensual				
Hombres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500 ✓	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500 ✓	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Hombres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Niños	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más

Nota: En el 2007 el ingreso promedio mensual ascendía entre \$3500 a 5000 pesos m/n.

**14.- ¿Los trabajadores empleados en su taller, tienen seguridad social (ISSSTE, IMSS, Seguro Popular, otro)?**

Si , No .

Familiares: a) ISSSTE  b) IMSS  c) Seguro Popular , d) Otro .

No familiares: a) ISSSTE  b) IMSS  c) Seguro Popular , d) Otro .

Nota: Algunos familiares de nuestro taller tienen seguro popular por el gobierno.

**15.- ¿Cuánto influyen los factores climáticos en la producción artesanal?**

a) Mucho , b) Poco , c) Normal .

Por qué? R= Se sufre mucho porque las piezas tardan en secarse y la leña está húmeda.

**II. Aspectos comunitarios**

**1.- ¿Cuántos hijos tienes?**

Hombres: 4, Mujeres: 1.

**2.- Todos tus hijos son artesanos?**

a) Si , b) No .

**3.- ¿Tus padres y abuelos fueron artesanos?**

a) Si: , b) No: . Nota: pero eran campesinos.

**4.- ¿Eran originarios de esta comunidad o de la región?**

a) Si: , b) No: . ¿Dónde nacieron? Aquí en Zinapécuaro.

¿En que año llegaron a la comunidad? Pues desde antes de 1815.

**5.- ¿Tienes tierras de cultivo?**

A) Si: , b) No: .

**6.- ¿Qué es lo que siembra?**

Cuadro 1. Cantidad y características de la producción agrícola					
Cultivo	Has.	Cantidad obtenida	Temporal o riego	Destino del producto	Precio (tons)
				Autoconsumo (%):	

				Comercialización (%) :	
				Autoconsumo (%) :	
				Comercialización (%) :	

**7.- ¿Cuál es la producción por ciclos (productos agrícolas)?**

Producción		
Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3

**8.- ¿Cuál es el régimen de propiedad en la zona y de tus parcelas?**

a) Comunal \_\_\_\_, b) Ejidal \_\_X\_\_, d) Otro: No tengo tierras.

**9.- ¿Quién trabaja las tierras?**

a) El dueño \_\_\_\_, b) Se rentan \_\_\_\_, c) Se prestan \_\_\_\_,

c) Otro: No tengo tierras.

**10.- ¿Produces lo suficiente para abastecerte (productos agrícolas)?**

a) Si \_\_\_\_, b) No \_\_X\_\_, Nota: Los productos agrícolas de consumo se compran.

**11.- ¿Tienes excedentes agrícolas que vender?**

a) Si \_\_\_\_, b) No \_\_X\_\_,

¿Cuánto en promedio? \_\_\_\_\_,

**12.- ¿Qué temporada se dedica al cultivo agrícola?**

Cuadro 2. Cronograma de meses que se dedica al cultivo agrícola											
Meses											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic

**13.- ¿La casa forma parte del espacio productivo artesanal?**

a) Si \_\_\_\_, b) No \_\_X\_\_,

**14.- ¿Qué tipo organización alfarera es, y cuando nace?**

a) Asociación Civil \_\_X\_\_, b) Lucrativa\_\_\_\_\_, c) No Lucrativa\_\_\_\_\_, d) Uniones Libres: \_\_X\_\_,

¿Cuándo nace? Año 1980, Nota: Estamos integrados a la organización propia del grupo familiar, aquí en Zinapécuaro existen como 4 organizaciones de artesanos pero no estoy integrado.

**15.- ¿Cuál es la función que cumple el grupo de alfareros al que perteneces?**

R= La función que cumplen es de ser gestores de ayuda al grupo de artesanos.

**16.- ¿Cuántas organizaciones de alfareros existen en la comunidad?**

a) 1 , b) 2 \_\_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_\_, d) 4 , e) Más de 4 \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Cómo está organizado el grupo de alfareros al que pertenece?**

R= Por individuos productivos.

**18.- ¿Intercambia usted saberes, experiencias con otros artesanos de la comunidad o de otras comunidades para mejorar su producción? ¿Con quién? a) Si , b) No ,**

Entre artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_,

Entre artesanos de la región:  \_\_\_\_\_,

Entre artesanos del interior del Estado: \_\_\_\_\_,

Otros: \_\_\_\_\_,

**19.- ¿Por qué crees, que en la comunidad encontramos un pequeño número de artesanos especializados y un amplio número de atrasados?**

R= Falta de interés de ellos mismos y porque no tienen la habilidad como lo otros lo tienen.

**20.- ¿Cuáles crees que sean los factores que han inducido a que la comunidad tenga un gran número de artesanos atrasados?**

R= Falta de desarrollo e innovación dentro de los talleres y falta de apoyo de las instituciones de gobierno.

**21.- ¿Está usted dispuesto a intercambiar experiencias con otros productores de la localidad y de otras regiones para mejorar las condiciones productivas locales?**

**¿Con qué frecuencia?**

a) Entre artesanos de la localidad:  \_\_\_\_\_,

b) Entre artesanos de la región:  \_\_\_\_\_,

c) Entre artesanos del interior del Estado: \_\_\_\_\_,

d) Otros \_\_\_\_\_,

¿Con qué frecuencia? Con la necesaria. Nota: Los artesanos de aquí no aceptan que otros artesanos de la misma localidad intercambien saberes.

**22.- ¿Qué tipo de cambio considera que ha tenido el consumidor después de la crisis de 1982 y del Tratado de Libre Comercio?**

R= Ahora piden diseños diferentes e innovados y con el TLC, hemos quedado en desventaja porque no tenemos la tecnología para poder competir con los productos chinos.

**23.- ¿Cuál cree usted que sea el comportamiento del comprador en un futuro?**

a) Comportamiento conservador \_\_\_\_\_,

b) Comportamiento innovador  \_\_\_\_\_,

c) Comportamiento entre conservador e innovador \_\_\_\_\_,

d) Otro \_\_\_\_\_,

**24.- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del Tratado de Libre Comercio?**

a) Ventajas: Son pocas.

b) Desventajas: Nuestra producción es invadida por la competencia extranjera.

**25.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios más relevantes que han hecho cambiar en la unidad productiva artesanal?**

R= El cambio ha sido poco, pero hemos innovado en herramientas, en insumos y otros.

**26.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios que se han observado con respecto a las políticas gubernamentales y el desarrollo artesanal en la comunidad?**

R= Anteriormente había apoyos de la CASART, FONART y ahora no hay nada.

**27.- ¿En el desarrollo regional (entre comunidades), como han impactado las crisis recurrentes en el desarrollo artesanal?**

R= Hemos visto que muchos artesanos han estado desapareciendo y dedicándose a otras actividades y los que quedan vemos a artesanos mas empobrecidos.

**28.- ¿Cuál es el cambio en los impuestos, tomando en cuenta la historia de su taller?**

R= Pues si pagamos impuestos como pequeño contribuyente y tenemos que llevar con un contador la contabilidad.

**29.- ¿Cuáles han sido los cambios recientes en la mano de obra familiar o asalariada en el ramo artesanal?**

- a) Se mantiene con mano de obra familiar: \_\_\_\_\_,
- b) Se combina mano de obra familiar y asalariada: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- c) Otro cambio: \_\_\_\_\_,

**30.- ¿Cree usted, que las políticas públicas han fracasado, al no ser las adecuadas para impulsar el desarrollo artesanal? ¿Por qué?**

Si  No \_\_\_\_\_,

- a) No hay una política de fomento artesanal: \_\_\_\_\_,
- b) No toman en cuenta a la comunidad: \_\_\_\_\_,
- c) Se diseñan sin conocer el ramo artesanal: \_\_\_\_\_,
- d) Los recursos se quedan en el camino: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- e) Otro: Vemos que solo hay políticas públicas a zonas marginadas, pero aquí no estamos considerados como marginados.

**31.- ¿Qué tipo de apoyos/acciones se necesitan para atender la problemática de los artesanos en la localidad?**

- a) Proyectos: \_\_\_\_\_, b) Créditos: \_\_\_\_\_, c) Capacitación: \_\_\_\_\_, d) Innovación: \_\_\_\_\_,
- e) Promoción \_\_\_\_\_, f) Asistencia Técnica  \_\_\_\_\_, g) Otros: Se necesita mecanización de algunas partes de la producción (tecnología).

**32.- ¿Qué institución tendría más credibilidad para ayudar a los artesanos en la colaboración de proyectos productivos para mejorar las condiciones de vida?**

- a) Institución gubernamental \_\_\_\_\_, b) Universidad \_\_\_\_\_,
- c) Organizaciones no gubernamentales \_\_\_\_\_, Otras: Asoc. Civil.

**33.- ¿Qué factores han incidido para que un importante porcentaje de la población local en edad de trabajar, se desplace a los centros urbanos más cercanos ya sea a trabajar o a buscar un mejor empleo (caso de Morelia o Morolón)?**

- a) Falta de mercado:  \_\_\_\_\_, b) Bajos precios: \_\_\_\_\_, c) Altos costos: \_\_\_\_\_,
- d) Falta de materia prima: \_\_\_\_\_, e) Alta competencia: \_\_\_\_\_, f) Falta de promoción: \_\_\_\_\_, g) Alto intermediarismo: \_\_\_\_\_,
- h) Otros: \_\_\_\_\_,

### III. Elementos descriptivos de la Unidad Económica Artesanal

#### 1.- ¿Qué cantidad de capital calcula que tiene invertido actualmente en su taller en promedio?

- a) \$10,000 pesos \_\_\_\_\_, b) de 10,000 a 20,000 pesos \_\_\_\_\_,  
 c) de 20,000 a 40,000 pesos: \_\_\_\_\_, d) de 40,000 a 60,000 pesos \_\_\_\_\_,  
 f) de 60,000 a 100,000:  X , g) de 100,000 a 150,000 \_\_\_\_\_,  
 h) de 150,000 a 200,000: \_\_\_\_\_, i) de 200,000 a 300,000 \_\_\_\_\_,  
 j) de 300,000 a 400,000: \_\_\_\_\_, k) de 400,000 o más \_\_\_\_\_,

#### 2.- ¿En qué tipo de artesanía te has especializado?

- a) Vajillas:  X , b) Cazuelas \_\_\_\_\_, c) Ollas \_\_\_\_\_, d) Platos  X , e) Tarros \_\_\_\_\_,  
 f) Ensaladeras  X , g) Platos fruteros \_\_\_\_\_, h) Cafeteras \_\_\_\_\_,  
 i) Otras: Jarrones.

#### 3.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería?

- a) De tus padres  X , b) familiares \_\_\_\_\_, c) Otro: \_\_\_\_\_,

#### 4.- ¿Cómo aprendiste la técnica especializada que utilizas en la producción?

- a) De tus padres  X , b) familiares \_\_\_\_\_, c) Otro: Por accidente, haciendo Técnica al Negativo (hacer diapositivas en la pieza).

#### 5.- ¿Dónde y con quien te has capacitado para mejorar el oficio de la alfarería?

- a) Con artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_,  
 b) Con artesanos de la región: \_\_\_\_\_,  
 c) Con artesanos del Estado: \_\_\_\_\_,  
 d) En Casa de las Artesanías del Estado: \_\_\_\_\_,  
 f) En Escuelas especializadas en artesanía: \_\_\_\_\_, Cuáles?  
 g) Otros:  Por pura creatividad.

#### 6.- ¿Qué diferencia tiene la técnica que utilizas hoy a la que utilizabas cuando iniciaste?

R= La técnica sigue siendo la misma desde 1990.

#### 7.- ¿Cuáles fueron los factores que motivaron a que cambiaras de técnica?

- a) Por el mercado:  X , b) cliente más exigente: \_\_\_\_\_,  
 c) Otro: Pues la técnica sigue siendo la misma, es decir no se ha cambiado, ahí mismo hemos innovado.

#### 8.- ¿La técnica que utilizas actualmente sigue siendo tradicional o ésta ha sido modificada? ¿Dominas alguna otra?

- a) Tradicional: \_\_\_\_\_, b) Innovada:  X , c) Tradicional e innovada: \_\_\_\_\_,  
 d) Otra: Esta técnica es original-antigua (ya existía desde el año 1500 a.c. con innovaciones en las piezas).

#### 9.- ¿Anteriormente, que tipo de horno tenías? ¿Ahora qué tipo de hornos tienes?

Horno anterior		
Leña	Gas	Ambos
✓		
Horno actual		
Leña	Gas	Ambos

✓ 2 quemas (700 °C)		
---------------------	--	--

**10.- ¿Qué fue lo que influyó, a que cambiaras el tipo horno y cuando fue?**

R= Yo sigo teniendo horno de leña, solo que lo hemos ido acondicionando con adobe.

**11.- ¿Cuándo iniciaste tu taller, cuáles eran las herramientas con los que contabas para producir? ¿Y cuáles son las de ahora?**

Antes: Moldes, piedras (todo rudimentario).

Ahora: Torneta, molino, horno de leña, etc.

**12.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos? ¿Qué tipo de productos?**

Si: \_\_\_\_\_, No:   X  

Nota: Está exento de plomo. Por ejemplo, el barro lleva pigmento (óxidos): barro naranja de la región de Maravatío.

¿Qué tipo de productos? \_\_\_\_\_,

**13.- ¿Aproximadamente, cuantos kg., de greta utilizas en cada hornada?**

a) De 1 a 3 \_\_\_\_\_, b) de 3 a 5 \_\_\_\_\_, c) de 5 a 10 \_\_\_\_\_, d) de 10 o más \_\_\_\_\_,

Nota: No se utiliza.

**14.- ¿A partir de cuando empiezas a utilizar la materia prima (cerámica) y por qué?**

Año: \_\_\_\_, ¿Por qué? \_\_\_\_\_, Nota: Solo utilizo barro.

**15.- ¿Cuáles son los cambios que ha originado la crisis de 1982, con respecto a los insumos?**

R= Materiales de mayor calidad.

**IV.- Factores competitivos y de demanda actual**

**1.- ¿Qué tipo de productos vende?**

a) Vajillas: \_\_\_\_\_, b) Cazuelas: \_\_\_\_\_, c) Ollas \_\_\_\_\_, d) Platos: \_\_\_\_\_, e) Jarros   X  ,

f) Ensaladeras: \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros:   X  , h) Cafeteras: \_\_\_\_\_, i) Tazas \_\_\_\_\_,

j) Otras:   Productos de ornato y decoración.

**2.- ¿Quiénes son sus compradores?**

Cuadro 3. Demanda, precio, y tipos de productos artesanales			
Producto	Precio	Costo total	Mercado/destino
Jarrón	Entre \$50 y 300 pesos		Nacional

**3.- ¿Cómo determinas tus diseños?**

a) Catálogos: \_\_\_\_\_, b) Mercado:   X  , c) Por creatividad: \_\_\_\_\_, d) Revistas: \_\_\_\_\_,

e) Otro: Utilizo base de revistas.

**4.- ¿Cada cuando rediseña o hace variación en sus productos?**

Cuadro 4. Rediseño de productos artesanales			
Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño
Constantemente	Constantemente	Constantemente	Constantemente

**5.- ¿Cuáles son las principales características que tiene tu producto con respecto a los demás?**

- a) El pintado manual: X, b) El diseño cultural: X, c) Innovación: X,  
 d) Modelo X, e) Otro \_\_\_\_\_,

**6.- ¿Al empacar el producto, quién se encarga de empacar?**

- a) Usted mismo \_\_\_\_\_, b) Casart X, c) Fonart \_\_\_\_\_, d) Sedeco \_\_\_\_\_,  
 e) Otro: Cientes que van directamente a mi negocio.

**7.- ¿Qué importancia tiene para usted el empaçado o embalaje del producto?**

- a) Tiene importancia X, b) No tiene importancia \_\_\_\_\_,  
 c) Por que? Porque el empaçado se hace dependiendo a done se comercialice el producto.

**8.- ¿Cómo ve el precio de su producto, con relación a las ofertas de la competencia?**

- a) Igual: X, b) Mayor: \_\_\_\_\_, c) Menor: \_\_\_\_\_,  
 O cómo? \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación?**

- a) Concursos regionales: X, No de veces: \_\_\_\_\_, donde? \_\_\_\_\_  
 b) Concursos estatales: X, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_  
 c) Concursos nacionales: X, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_

**10.- Cuantas premios has ganado y en qué tipo de productos?**

- a) Premios regionales 30, tipo de producto decorativos Año \_\_\_\_\_,  
 b) Premios estatales: 8, tipo de producto: decorativos Año \_\_\_\_\_,  
 c) Premios nacionales: 2, tipo de producto: decorativos Año \_\_\_\_\_,

**11.- ¿Cómo fue que tú empezaste a producir productos de exportación? ¿Cuánto tiempo llevas y qué actores te ayudaron?**

R= Porque fui a CASART y por ahí empezaron las relaciones.

**12.- ¿Por qué cree que sus productos son demandados en la región, a nivel nacional e incluso internacional?**

- a) Por su calidad: X, b) Su diseño cultural: X, c) Innovación: X,  
 d) Por su materia prima local: \_\_\_\_\_, e) Precio X,  
 f) Otro \_\_\_\_\_,

**13.- ¿A partir de qué año observas cambios en la demanda de sus productos?**

Año: 1996, Por que? Es a partir de que empiezo yo a producir.

**14.- ¿Sus clientes, al comprar su producto, que tipo de financiamiento utilizan?**

- a) Al contado: X, b) Financiado: \_\_\_\_\_, c) Otro: \_\_\_\_\_,

**15.- ¿Quiénes son sus competidores y qué características tienen?**

- a) Regionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,
- b) Nacionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,
- c) Internacionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,
- c) Otros: Creo que no tengo competencia.

**16.- ¿Cómo enfrenta usted la competencia de precios de otros productores?**

- a) Con mejores precios: \_\_\_\_\_, b) Mayor calidad: X, c) Variedad en diseños: X,
- d) Promoción: \_\_\_\_\_, Otro: \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Qué criterios crees que toma en cuenta el cliente para comprar un producto?**

- a) Diseño: \_\_\_\_\_, b) Precio: X, c) Calidad: \_\_\_\_\_, d) Innovación: \_\_\_\_\_,
- e) Financiamiento \_\_\_\_\_, f) Otro \_\_\_\_\_,

**18.- Mandas maquilar parte de tu producción con otros artesanos?**

- Sí: \_\_\_\_\_, No: X,
- Cuando y con quien? \_\_\_\_\_,

**V. Aspectos de comercialización de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Los productos que vende, son para otras familias campesinas o para los productores mismos? ¿Es para las clases populares en general? ¿Para el turismo nacional o internacional? ¿Son pedidos para clientes especiales en México u otros países europeos o norteamericanos? Especifique:**

- a) Para familias campesina: \_\_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,
- b) Clases populares: \_\_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,
- c) Para el intermediario: X, De donde: Los oficiales (CASART).
- d) Para el turismo nacional: X, De donde \_\_\_\_\_,
- e) Para el turismo internacional: X, De donde \_\_\_\_\_,

**2.- De las repuestas mencionadas en la pregunta anterior ¿Cuál o cuáles son sus clientes potenciales?**

- a) Las clases populares: \_\_\_\_\_, b) El intermediario: X, c) El turismo local: \_\_\_\_\_,
- d) El turismo regional: \_\_\_\_\_, e) El turismo o clientes nacionales: \_\_\_\_\_,
- f) El turismo o clientes internacionales: X,

Nota: Uno de mis clientes importantes es CASART.

**3.- ¿Cómo conoció usted a sus clientes potenciales? ¿Quién lo ayudó?**

- a) Por merito propio: \_\_\_\_\_, b) Por amigos artesanos: \_\_\_\_\_,
- c) Por Casart: X, d) Por Fonart: \_\_\_\_\_, e) Por medio de ferias: \_\_\_\_\_,
- f) Otro \_\_\_\_\_,

4.- ¿Cuáles son las ferias locales, regionales y nacionales más tradicionales en donde asiste a vender sus productos?

Ferias		
Locales	Regionales	Nacionales
(Nombre y mes)	(Nombre y mes)	(Nombre y mes)
Semana Santa (Abril)	Día de muertos en Pátzcuaro	Ninguna

5.- ¿Cuál es el destino de la comercialización artesanal (%)?

Volúmenes de venta (%)			
Mercado local	Mercado regional	Mercado nacional	Mercado internacional
5%	10%	80% CASART, FONART	5%

6.- ¿Le interesa la exportación o venta a otros mercados nacionales o internacionales?

a) Sí: , No: , ¿A cuales? Vincularme con E.U.A, Europa y Argentina.

7.- ¿Usted le vende al intermediario? ¿A cual?

Si , No .

Intermediario	
Local	Foráneo
	<input checked="" type="checkbox"/> A CASART de Gob. del Estado

8.- ¿Usted intercambia productos artesanales por bienes de consumo con otros productores, lo que conocemos como trueque? ¿Con quién?

Intercambio de productos				
Con artesanos	Con clientes	Con tiendas de autoservicio	Con Casart	Otros
		<input checked="" type="checkbox"/>		

Nota: No, con ninguno.

9.- ¿Cuáles son las políticas o elementos que usted utiliza para fijar los precios?

a) Por el costo invertido: , b) Por los precios de la competencia: .

Otros: Calculando los costos invertidos aproximados.

10.- ¿Qué importancia tiene para usted la garantía de sus productos hacia el cliente?

R= Tiene que tener calidad el producto para dar garantía.

11.- Cuáles son los porcentajes que se gastan para cubrir empaques, transporte, gastos en administración, investigación y desarrollo y capacitación?

Empaques % , Transporte % , Gastos en administración % , Capacitación % , Investigación y desarrollo % , Otro: Depende del pedido que se haga.

Nota: Apenas estamos diseñando una idea de empaque de excelencia.

12.- ¿Cuál es el medio de canalización que usted utiliza para hacer llegar sus productos hasta el consumidor final?

¿Quién lo ayuda?

a) Transporte particular: , b) Transporte público: , c) Paquetería: .

d) Casart: , e) Otro: .

Quien lo ayuda? Es el mismo cliente quien factura.

**13.- ¿Cuáles son los aspectos que han cambiado en la comercialización después de la crisis de 1982?**

R= Pues creo que sigue igual.

**14.- ¿Qué tipo de clientes tenía antes y después de la crisis de 1982? ¿Cuáles eran mejores?**

Clientes antes de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
Clientes después de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4

¿Quién era mejor? Eran mucho mejor los de antes.  
 Nota: Anteriormente el cliente era mas local, a partir de los años noventas tenemos otro tipo de clientes mas nacionales e internacionales.

**15.- ¿Qué impacto económico ha tenido la competencia extranjera en el producto artesanal?**

a) Negativa:  b) Positiva: \_\_\_\_\_,

Por qué? Estamos invadidos de productos chinos de mala calidad y más baratos.

**16.- ¿Qué impacto económico tienen los intermediarios tanto locales como externos en la comercialización artesanal?**

a) Negativa:  b) Positiva \_\_\_\_\_, c) Da igual \_\_\_\_\_,

Otra \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Qué factores han incidido a que actualmente exista un alto grado de intermediarismo tanto local como externo en la localidad?**

a) Falta de organización de los productores: \_\_\_\_\_,

b) Falta de proyectos productivos para la localidad:  \_\_\_\_\_,

c) Falta de financiamiento a la artesanía  \_\_\_\_\_,

d) Falta de promoción: \_\_\_\_\_,

e) Otro: Yo no tengo ningún efecto con el intermediarismo aquí en Zinapécuaro.

**18.- ¿Qué impacto económico ha tenido el TLC, en la comercialización, local, regional y nacional?**

Impacto económico		
Local	Regional	Nacional

Nota: Negativo en todos los sentidos.

**VI. Aspectos de promoción y difusión de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Existe algún programa actual de promoción por parte del municipio o el Estado o federación? ¿Cuál?**

a) Si: \_\_\_\_\_, b) No:  ¿Por quién?

Promoción		
Municipio	Estado	Federación
Ninguno	Ninguno	Ninguno

**2.- ¿Qué tipo de promoción artesanal se esta realizando actualmente?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por Internet	Anuncios espectaculares	Otro
¿Quien la paga? Nota: Actualmente, ninguna.			

**3.- ¿Qué papel puede jugar la promoción para estimular la demanda?**

R= Jugaría un papel muy importante.

**4.- Cuál será la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por el Municipio	Por internet	Otro
✓			
¿Y quien debe pagarlo?: Gobierno del Estado y Federal.			

**5.- ¿Qué papel juega la institución gubernamental actualmente en la promoción?**

R= Ninguna.

**6.- ¿Qué diferencia tiene la promoción gubernamental que se hacía antes de la crisis de 1982 y la que actualmente se tiene hacia la producción artesanal?**

Promoción antes de 1982: Había mejor promoción anteriormente y ahora no hay nada.

Promoción actual: Ahora no hay nada.

**7.- ¿Qué importancia tiene el mercado internacional (exportación), tomando en cuenta el volumen de ventas que tiene?**

R= Mucha importancia.

**8.- ¿Cuál es la imagen de su negocio en el entorno local, regional, nacional e internacional (quién lo conoce)?**

Local, a) Buena:   X  , b) Mala:   , c) Regular:   ,

Regional, a) Buena:   X  , b) Mala:   , c) Regular:   ,

Nacional, a) Buena:   X  , b) Mala:   , c) Regular:   ,

Internacional, a) Buena:   X  , b) Mala:   , c) Regular:   ,

Quien lo conoce? \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Tiene marca registrada en Hacienda? ¿Cuál es?**

R= Solo como pequeño contribuyente.

**10.- ¿Tiene usted, algún promocional, en alguna página de Internet? ¿Cuál?**

R= Si tengo, pero son blog en el internet de manera gratuita.

**11.- ¿Le gustaría a usted, que sus productos se promocionaran en alguna página de Internet? ¿Qué tipo de productos promocionaría?**

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Otros	Otros

Nota: Claro que si, todos los decorativos y ornato.

**¿12.- Qué factores han influido a que se tengan mejores o peores condiciones de comercialización actualmente?**

- a) Escasos apoyos del gobierno , b) Mejores apoyos del gobierno ,  
c) Falta de promoción , d) Suficiente promoción ,  
e) Otro \_\_\_\_\_,

**VII. Aspectos culturales de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Qué aspectos culturales están cambiando en la localidad? A partir de qué año se empiezan a observar estos cambios culturales?**

- a) En el pintado artesanal: , Año: 1990,  
b) En el diseño artesanal: , Año: 1990,  
c) En el tipo de producto: , Año: \_\_\_\_\_,  
d) La innovación artesanal: , Año: 1990,  
e) Otro: \_\_\_\_\_, Año: \_\_\_\_\_,

**2.- ¿Cuál son los factores más relevantes, que han incidido sobre los cambios culturales en la comunidad?**

R= Los gustos del cliente.

**3.- ¿En qué aspectos han cambiado las fiestas tradicionales, tomando en cuenta antes y después de los años ochenta?**

Antes: Utilitarias.

Después: Decorativas.

**4.- ¿Cree usted que a partir de la firma del TLC, se han acelerado los cambios culturales en la comunidad?**

- a) Si: , b) No: , Nota: La cultura se va perdiendo.

**5.- ¿Qué impacto económico tiene para la comunidad, el que se pierdan valores culturales?**

- a) Bueno: , b) Malo: , c) Regular: , d) No tiene importancia: ,

**6.- ¿Cuáles son los cambios culturales en la artesanía, a la que se producía antes y después de la crisis de 1982?**

Antes: Creo que se valoraba más lo tradicional y cultural.

Después. Ahora se valora menos lo local.

**7.- Los cambios culturales en la comunidad, ¿Desde donde se promueven? ¿Del interior del país o de otros países?**

- a) Desde la política nacional: ,  
b) Desde las políticas globales: ,  
c) Desde la economía globalizada: ,  
d) Otro \_\_\_\_\_,

**8.- ¿Qué ventajas o desventajas tiene la cultura de la comunidad, el ubicarse cerca de la capital del Estado?**

R= Para mi, no afecta mucho.

**9.- ¿Hacia donde cree que va la cultura de la comunidad ante los cambios globalizados de la economía?**

- a) Hacia la destrucción de valores locales: ,  
b) Hacia una producción de artesanía homogénea: ,  
c) Hacia la desaparición del artesano: ,

d) Hacia un futuro incierto: \_\_\_\_\_,

e) Otro: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Cree usted que la artesanía tenga una tendencia hacia la desaparición?**

a) Si , b) No \_\_\_\_\_,

Por qué? Por los cambios culturales de la globalización.

**11.- ¿Qué debemos hacer la sociedad en su conjunto para preservar nuestra cultura y costumbres?**

R= Ayudar con programas a preservar lo valores.

### VIII. Aspectos ambientales de la Unidad Económica Artesanal

**1.- ¿Si tienes horno de leña, cuanta leña utilizas por quema (toneladas al mes o por semana) y ha cuanto asciende el volumen de producción artesanal?**

Leña consumida mes/semana			
Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Tons = 50 kgr	Tons = 50kgr	Tons = 50 kgr	Tons = 50 kgr
Volumen de producción			
Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas
25	25	25	25

Nota: 200 Kg al mes más o menos quemando 100 piezas.

**2.- ¿En promedio cuantas quemas de gas y leña haces al mes?**

GAS...a) 1 \_\_\_\_, b) 2 \_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_, e) 5 \_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_,

LEÑA...a) 1 , b) 2 \_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_, e) 5 \_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_,

Nota: se compra con los leñeros de la localidad.

**3.- ¿Dónde compra o extrae su materia prima (leña, barro, greta, arcilla, colores, gas), etc.?**

a) De mi parcela: \_\_\_\_\_,

b) De la mina comunal: \_\_\_\_\_,

c) Otro: Del ejido (con los leñeros de la localidad).

**4.- ¿Qué tipo de vegetales (leña) utilizas?**

a) Leña de pino: , b) Leña de encino: , c) Leña de eucalipto: ,

d) Otro: Todo el desperdicio del bosque.

**5.- ¿La leña la extraes o la compras y cuanto pagas por camión o tonelada?**

a) Si: , b) No: \_\_\_\_\_,

\$ Por camión: \_\_\_\_\_, \$ Por tonelada \_\_\_\_, \$ por costal \_\_\_\_\_,

Nota: A \$70 pesos la carga de 100 kg.

**6.- ¿El uso de horno para artesanía consume leña en casa para diferentes usos? ¿Cuánta por hornada?**

a) Si: , b) No: \_\_\_\_\_, ¿Cuánta? \_\_\_\_\_,

**7.- El horno de leña es para quema de artesanía de barro o cerámica?**

Para barro: a) Si: , b) No: \_\_\_\_\_,

Para cerámica: a) Si: \_\_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_\_,

**8.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro? ¿Lo extraes o lo compras y cuanto pagas (por costal, tonelada o camión)?**

Problemas: Ninguno, un 50% del barro lo regala la comunidad y se compra el otro 50% a \$20.00 pesos el costal de 60 kgrs.

Precio del barro		
Por costal	Por tonelada	Por camión
\$20 pesos	\$	\$

**9.- ¿Con qué periodicidad lo abastece y qué volumen compra?**

Periodicidad de abastecimiento del barro	
A la semana	Al mes
Volumen de compra	
A la semana	Al mes
	✓

**10.- ¿Estimación de volumen anual por zona o región?**

Volumen anual de barro por región o zona	
Por semana	Por mes
Nota: 9 costales por mes de 60 kg a \$20 pesos cada uno.	

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales**  
**Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional**

**Tesista:** Rómulo Duarte Duarte

**PROYECTO:** *Artesanías de Exportación, Desarrollo Local y Regional, 1980-2007: Un Estudio Comparativo entre Localidades Michoacanas y Piuranas.*

**CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO**

**Unidad Económica Artesanal:** Centro de Innovación Tecnológica (CITEs).

**Localidad:** Chulucanas, Piura, Perú

**Propietario:** Asociación de Artesanos de Chulucanas.

**Edad:** 10 años, **Escolaridad:** Primaria terminada

**Domicilio:** Yate Manrique Mz. X Lote 30, Chulucanas.

**No. de integrante de la familia:** Asociación de Artesanos.

**I. Elementos evolutivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿En qué año nace la empresa y cuál era su nombre o razón social?**

R= El CITEs nace en el año 2002 como Centro de Innovación Artesanal aunque este centro ya existía por la comunidad como CEDAR (Centro de Desarrollo Artesanal desde los años ochentas), Asociación Vicús.

**2.- ¿Cuántos años tienen laborando en su taller artesanal?**

a) 2 años \_\_\_\_, b) 3 a 5 años \_\_\_\_, c) 5 a 7 años \_\_\_\_, d) 7 a 10 años \_\_ 9 años \_\_,

e) 10 a 15 años \_\_\_\_, f) 15 a 20 años \_\_\_\_, g) 20 a 25 \_\_\_\_, h) 25 y más \_\_\_\_,

Nota: tiene 9 años funcionando como un CITEs, pero tiene una antigüedad de casi 30 años.

**3.- ¿Qué tipo de productos elaborabas cuando iniciaste tu negocio y cuáles produces actualmente?**

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
✓		✓					✓ Jarrones
Productos actuales							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
✓						✓	Botellas, floreros, esculturas, ceniceros.

**4.- ¿Cuántos miembros integraban la microempresa familiar al inicio de su fundación?**

Cantidad: 35, Familiares hombres: 27, Familiares mujeres: 8

No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**5.- ¿Cuántos miembros integran actualmente a la microempresa familiar?**

Cantidad: 65, Familiares hombres: 43, Familiares mujeres: 22

No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_,

**6.- ¿Cuántos miembros integran a la microempresa familiar en el 2007?**

Cantidad: 65, Familiares hombres: 43, Familiares mujeres: 22  
 No familiares hombres: \_\_\_\_\_, No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**7.- ¿Qué nivel de escolaridad tienen sus trabajadores tanto familiares como asalariados?**

Familiares hombres: primaria: X, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_  
 Familiares mujeres: primaria: X, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_  
 No familiares hombres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_  
 No familiares mujeres: primaria: \_\_\_\_\_, secundaria: \_\_\_\_\_, prepa: \_\_\_\_\_, otro \_\_\_\_\_

**8.- ¿Cuál es el calendario anual de producción de la actividad artesanal?**

Ciclo de producción											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

**9.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller (8 hrs o más) y cuál es su horario de trabajo?**

Jornada de trabajo			
Familiares hombres	Menos de 8 horas	8 horas ✓	Mas de 8 horas ✓
Familiares mujeres	Menos de 8 horas	8 horas ✓	Mas de 8 horas ✓
No familiares hombres	Menos de 8 horas	8 horas	Mas de 8 horas
Niños	De 1 a 3 horas	De 4 a 5 horas	Mas de 5 horas

Tiempo completo familiares: Hasta horas, Tiempo completo no familiares: \_\_\_\_\_,

Horario de trabajo familiares: flexibles, Horario de trabajo no familiares: \_\_\_\_\_,

Nota: En algunos talleres empieza a haber trabajadores asalariados.

**10.- ¿Los hombres y mujeres hacen las mismas tareas?**

a) Si \_\_\_\_\_, b) No X,

Hombres: Hay división de trabajo, los hombres realizan las actividades mas duras y pesadas.

Mujeres: Por lo general, las mujeres realizan las actividades menos pesadas.

Adultos mayores: Las personas mayores desempeñan las actividades más sencillas por su condición de su edad.

Niños: Los menores como su nombre lo indica realizan las actividades más sencillas del proceso productivo.

**11.- En cuanto ascienden las ventas mensuales de la empresa en promedio (año 2010)?**

a) Menos de 10,000 X, b) entre 10,000 y 20,000 \_\_\_\_\_, c) entre 20,000 y 30,000 \_\_\_\_\_,  
 d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_\_\_\_, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_,

Nota: Las ventas mensuales ascienden en promedio entre 20 mil hasta 40 mil soles peruanos.

**12.- En cuanto ascendieron las ventas mensuales de la empresa en promedio en el 2007?**

a) Menos de 10,000 \_\_\_\_\_, b) entre 10,000 y 20,000 X, c) entre 20,000 y 30,000 \_\_\_\_\_,  
 d) entre 30,000 y 40,000 \_\_\_\_\_, e) 40,000 y 50,000 \_\_\_\_\_, f) mas de 50,000 \_\_\_\_\_,

**13.- ¿A cuánto asciende el ingreso promedio mensual por empleado (año 2010)?**

Ingreso mensual				
Hombres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Hombres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Niños	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más

Nota: En ingreso promedio por empleado asciende aproximadamente entre \$1000 y 1200 soles peruanos.

**14.- ¿Los trabajadores empleados en su taller, tienen seguridad social (ISSSTE, IMSS, Seguro Popular, otro)? Si \_\_\_\_\_, No X,**

Familiares: a) ISSTE \_\_\_\_\_ b) IMSS \_\_\_\_\_ c) Seguro Popular \_\_\_\_\_, d) Otro \_\_\_\_\_,

No familiares: a) ISSTE \_\_\_\_\_ b) IMSS \_\_\_\_\_ c) Seguro Popular \_\_\_\_\_, d) Otro: Seguro Social,

Nota: Son escasos los que tienen asistencia social.

**15.- ¿Cuánto influyen los factores climáticos en la producción artesanal?**

a) Mucho X, b) Poco \_\_\_\_\_, c) Normal \_\_\_\_\_,

Por qué? R= Es un factor determinante, por ejemplo aquí hace mucho calor y las piezas se secan rápido.

**II. Aspectos comunitarios**

**1.- ¿Cuántos hijos tienes?**

Hombres: \_\_\_\_\_, Mujeres: \_\_\_\_\_, Nota: No contamos con ese dato, pero son muchos en la Asociación.

**2.- Todos tus hijos son artesanos?**

a) Si X, b) No \_\_\_\_\_,

**3.- ¿Tus padres y abuelos fueron artesanos?**

a) Si: X, b) No: \_\_\_\_\_, Nota: pero eran campesinos.

**4.- ¿Eran originarios de esta comunidad o de la región?**

a) Si: X, b) No: \_\_\_\_\_, ¿Dónde nacieron? Aquí en de la región de Chulucanas.

¿En que año llegaron a la comunidad? \_\_\_\_\_,

**5.- ¿Tienes tierras de cultivo?**

A) Si: X, b) No: \_\_\_\_\_,

6.- ¿Qué es lo que siembra?

Cuadro 1. Cantidad y características de la producción agrícola					
Cultivo	Has.	Cantidad obtenida	Temporal o riego	Destino del producto	Precio (tons)
Limón	3		✓	Autoconsumo (%): Comercialización (%):	
Maíz	3	10 quintales de 50 kgr	✓	Autoconsumo (%): 5 Comercialización (%): 95	
Frijol	3		✓	Autoconsumo (%): 5 Comercialización (%): 95	
Mango	3		✓	Autoconsumo (%): 5 Comercialización (%): 95	

7.- ¿Cuál es la producción por ciclos (productos agrícolas)?

Producción		
Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3
Temporal (Ene, Feb y marzo)	Abril, May, jun y Julio	Mango (Sept, Oct, Nov)

8.- ¿Cuál es el régimen de propiedad en la zona y de tus parcelas?

a) Comunal \_\_\_\_, b) Ejidal \_\_\_\_, d) Otro: Privada.

9.- ¿Quién trabaja las tierras?

a) El dueño X, b) Se rentan \_\_\_\_, c) Se prestan \_\_\_\_,  
c) Otro: Productor y en ocasiones contrata asalariados.

10.- ¿Produces lo suficiente para abastecerte (productos agrícolas)?

a) Si X, b) No \_\_\_\_,

11.- ¿Tienes excedentes agrícolas que vender?

a) Si X, b) No \_\_\_\_,

¿Cuánto en promedio? Solo se vende un poco y lo demás es para el autoconsumo.

**12.- ¿Qué temporada se dedica al cultivo agrícola?**

Cuadro 2. Cronograma de meses que se dedica al cultivo agrícola											
Meses											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Nota: En este periodo se produce maíz, frijol y limón.

**13.- ¿La casa forma parte del espacio productivo artesanal?**

a) Si , b) No .

Nota: Algunos talleres van separando ya su quehacer artesanal con el espacio de su casa.

**14.- ¿Qué tipo organización alfarera es, y cuando nace?**

a) Asociación Civil , b) Lucrativa , c) No Lucrativa .

¿Cuándo nace? Año \_\_\_\_\_, Nota: No estoy integrada a ninguna asociación.

**15.- ¿Cuál es la función que cumple el grupo de alfareros al que perteneces?**

R= Promocionar los productos y desarrollar los mismos, mejorar la calidad de artesanos y mejorar la calidad de vida de la comunidad.

**16.- ¿Cuántas organizaciones de alfareros existen en la comunidad?**

a) 1 , b) 2 , c) 3 , d) 4 , e) Más de 4 .

Nota: De las 5 Asociaciones que existen en Chulucanas solo una no está inscrita en el CITEs, pero recientemente ya mandó su solicitud.

**17.- ¿Cómo está organizado el grupo de alfareros al que pertenece?**

R= Están organizados por Juntas Directivas (Presidente, Secretario, Tesorero, Vocales y Comité de Vigilancia).

**18.- ¿Intercambia usted saberes, experiencias con otros artesanos de la comunidad o de otras comunidades para mejorar su producción? ¿Con quién? a) Si , b) No .**

Entre artesanos de la localidad:

Entre artesanos de la región:

Entre artesanos del interior del Estado:

Otros: Han venido algunos diseñadores artesanos de Estados Unidos, Europa para enseñar otras técnicas.

Nota: A pesar de la asociatividad que encontramos en Chulucanas existen todavía algunos artesanos individualistas.

**19.- ¿Por qué crees, que en la comunidad encontramos un pequeño número de artesanos especializados y un amplio número de atrasados?**

R= 75% de los artesanos de Chulucanas están innovando y solo el 25% se han quedado en la tradición. Todavía muchos artesanos se niegan a la innovación, a la capacitación, etc.

**20.- ¿Cuáles crees que sean los factores que han inducido a que la comunidad tenga un gran número de artesanos atrasados?**

R= Es un tema cultural de idiosincrasia, todavía algunos se niegan a cambiar.

**21.- ¿Está usted dispuesto a intercambiar experiencias con otros productores de la localidad y de otras regiones para mejorar las condiciones productivas locales?**

**¿Con qué frecuencia?**

- a) Entre artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- b) Entre artesanos de la región: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- c) Entre artesanos del interior del Estado: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- d) Otros: Internacionales.

¿Con qué frecuencia? Por lo general cada 3 meses.

**22.- ¿Qué tipo de cambio considera que ha tenido el consumidor después de la crisis de 1982 y del Tratado de Libre Comercio?**

R= En el caso de Perú, ahora el costumbrismo ha cambiado mucho, ahora piden productos mas innovados.

**23.- ¿Cuál cree usted que sea el comportamiento del comprador en un futuro?**

- a) Comportamiento conservador \_\_\_\_\_,
- b) Comportamiento innovador \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- c) Comportamiento entre conservador e innovador modernidad con identidad \_\_\_\_\_,
- d) Otro \_\_\_\_\_,

**24.- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del Tratado de Libre Comercio?**

- a) Ventajas: Solo favorece a empresas grandes.
- b) Desventajas: Nuestra producción es invadida por productos chinos.

Nota: No aplica para el caso de Perú.

**25.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios más relevantes que han hecho cambiar en la unidad productiva artesanal?**

R= Sobre todo en que se tiene que irse innovando con los cambios en el mercado.

**26.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios que se han observado con respecto a las políticas gubernamentales y el desarrollo artesanal en la comunidad?**

R= No aplica para Perú.

**27.- ¿En el desarrollo regional (entre comunidades), como han impactado las crisis recurrentes en el desarrollo artesanal?**

R= No aplica para Perú.

**28.- ¿Cuál es el cambio en los impuestos, tomando en cuenta la historia de su taller?**

R= El productor solo paga impuestos cuando se expide una factura, pero cuando se exporta el artesano está exento de impuestos.

**29.- ¿Cuáles han sido los cambios recientes en la mano de obra familiar o asalariada en el ramo artesanal?**

- a) Se mantiene con mano de obra familiar: \_\_\_\_\_,
- b) Se combina mano de obra familiar y asalariada: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_,
- c) Otro cambio: Ahora se empieza a combinar.

**30.- ¿Cree usted, que las políticas públicas han fracasado, al no ser las adecuadas para impulsar el desarrollo artesanal? ¿Por qué?**

Si \_\_\_\_\_, No \_\_\_\_\_,

- a) No hay una política de fomento artesanal: \_\_\_\_\_,
- b) No toman en cuenta a la comunidad: \_\_\_\_\_,
- c) Se diseñan sin conocer el ramo artesanal: \_\_\_\_\_,
- d) Los recursos se quedan en el camino: \_\_\_\_\_,
- e) Otro: \_\_\_\_\_,

Nota: En el caso de Perú son buenas, pero hay que mejorar mucho, porque si hay políticas de fomento artesanal.

**31.- ¿Qué tipo de apoyos/acciones se necesitan para atender la problemática de los artesanos en la localidad?**

- a) Proyectos: , b) Créditos: \_\_\_\_\_, c) Capacitación: , d) Innovación: ,
- e) Promoción \_\_\_\_\_, f) Asistencia Técnica , g) Otros \_\_\_\_\_,

**32.- ¿Qué institución tendría más credibilidad para ayudar a los artesanos en la colaboración de proyectos productivos para mejorar las condiciones de vida?**

- a) Institución gubernamental , b) Universidad ,
- c) Organizaciones no gubernamentales , otras \_\_\_\_\_,

**33.- ¿Qué factores han incidido para que un importante porcentaje de la población local en edad de trabajar, se desplace a los centros urbanos más cercanos ya sea a trabajar o a buscar un mejor empleo (caso de Morelia o Morolón)?**

- a) Falta de mercado: , b) Bajos precios: \_\_\_\_\_, c) Altos costos: \_\_\_\_\_,
- d) Falta de materia prima: \_\_\_\_\_, e) Alta competencia: \_\_\_\_\_, f) Falta de promoción: \_\_\_\_\_, g) Alto intermediarismo: \_\_\_\_\_, h) Otros: En Chulucanas hay un buen número de personas artesanas que en edad de trabajar se están desplazando a los centros urbanos.

**III. Elementos descriptivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Qué cantidad de capital calcula que tiene invertido actualmente en su taller en promedio?**

- a) \$10,000 pesos \_\_\_\_\_, b) de 10,000 a 20,000 pesos \_\_\_\_\_,
- c) de 20,000 a 40,000 pesos: , d) de 40,000 a 60,000 pesos \_\_\_\_\_,
- f) de 60,000 a 100,000 \_\_\_\_\_, g) de 100,000 a 150,000 \_\_\_\_\_,
- h) de 150,000 a 200,000 \_\_\_\_\_, i) de 200,000 a 300,000 \_\_\_\_\_,
- j) de 300,000 a 400,000 \_\_\_\_\_, k) de 400,000 o más \_\_\_\_\_,

Nota: De entre \$3000 y 4000 soles peruanos.

**2.- ¿En qué tipo de artesanía te has especializado?**

- a) Vajillas: \_\_\_\_\_, b) Cazuelas \_\_\_\_\_, c) Ollas , d) Platos , e) Jarros ,
- f) Ensaladeras \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros , h) Cafeteras \_\_\_\_\_,
- i) Otras: Botellas (productos decorativos).

**3.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería?**

- a) De tus padres , b) Familiares , c) Otro: Tradición.

**4.- ¿Cómo aprendiste la técnica especializada que utilizas en la producción?**

a) De tus padres , b) familiares \_\_\_\_\_, c) Otro: Por tradición.

Nota: La técnica artesanal que se utiliza aquí en Chulucanas es el ahumado (Positivo-Negativo) y otras como el paletado, tallado, bruñido, temas geométricos de diversas culturas.

**5.- ¿Dónde y con quien te has capacitado para mejorar el oficio de la alfarería?**

- a) Con artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_,  
 b) Con artesanos de la región: \_\_\_\_\_,  
 c) Con artesanos del Estado: \_\_\_\_\_,  
 d) En Casa de las Artesanías del Estado: \_\_\_\_\_,  
 f) En Escuelas especializadas en artesanía: \_\_\_\_\_, Cuáles? \_\_\_\_\_,  
 g) Otros: Consultores, con artesanos de renombre de la Zona y actualmente en el CITEs de Chulucanas.

**6.- ¿Qué diferencia tiene la técnica que utilizas hoy a la que utilizabas cuando iniciaste?**

R= Siguen siendo las mismas, aunque se ha mejorado en el acondicionamiento de los hornos y se han ido perfeccionando las técnicas.

**7.- ¿Cuáles fueron los factores que motivaron a que cambiaras de técnica?**

- a) Por el mercado: , b) cliente más exigente: ,  
 c) Otro: \_\_\_\_\_,

**8.- ¿La técnica que utilizas actualmente sigue siendo tradicional o ésta ha sido modificada? ¿Dominas alguna otra?**

- a) Tradicional: \_\_\_\_\_, b) Innovada: \_\_\_\_\_, c) Tradicional e innovada: ,  
 d) Otra: \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Anteriormente, que tipo de horno tenías? ¿Ahora qué tipo de hornos tienes?**

Horno anterior		
Leña	Gas	Ambos
✓	✓	✓
Horno actual		
Leña	Gas	Ambos
✓	✓ (A más de 1000 °C)	✓

**10.- ¿Qué fue lo que influyó, a que cambiaras el tipo horno y cuando fue?**

R= El horno de gas se ha hecho para quemar sobre todo piezas utilitarias, quemadas a mas de 1000 °C.

**11.- ¿Cuándo iniciaste tu taller, cuáles eran las herramientas con los que contabas para producir? ¿Y cuáles son las de ahora?**

Antes: Piedra, paleta de madera, arcilla, moldes de arcilla o barro.

Ahora: Moldes de hueso, torno, paleta, pinceles, amasadora, etc.

**12.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos? ¿Qué tipo de productos?**

Si: \_\_\_\_\_, No: .

Nota: Se utiliza un químico que no contiene plomo.

¿Qué tipo de productos? \_\_\_\_\_

**13.- ¿Aproximadamente, cuantos kg., de greta utilizas en cada hornada?**

a) De 1 a 3 \_\_\_\_\_, b) de 3 a 5 \_\_\_\_\_, c) de 5 a 10 \_\_\_\_\_, d) de 10 o más \_\_\_\_\_.

Nota: No se utiliza.

**14.- ¿A partir de cuando empiezas a utilizar la materia prima (cerámica) y por qué?**

Año: \_\_\_\_\_, ¿Por qué? Por la exigencia del mercado.

Nota: Aquí al barro le llamamos arcilla y desde siempre utilizamos esta materia prima.

**15.- ¿Cuáles son los cambios que ha originado la crisis de 1982, con respecto a los insumos?**

R= No aplica para Perú.

**IV.- Factores competitivos y de demanda actual**

**1.- ¿Qué tipo de productos vende?**

a) Vajillas: \_\_\_\_\_, b) Cazuelas: \_\_\_\_\_, c) Ollas   X  , d) Platos:   X  , e) Jarros   X  ,

f) Ensaladeras: \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros:   X  , h) Cafeteras: \_\_\_\_\_, i) Tazas \_\_\_\_\_,

j) Otras: Botellas, figurillas y productos decorativos.

**2.- ¿Quiénes son sus compradores?**

Cuadro 3. Demanda, precio, y tipos de productos artesanales			
Producto	Precio	Costo total	Mercado/destino
Jarrones	\$15 soles		E.U.A
Botellas	\$15 soles		E.U.A
Platos	\$15 soles		E.U.A

**3.- ¿Cómo determinas tus diseños?**

a) Catálogos: \_\_\_\_\_, b) Mercado:   X  , c) Por creatividad:   X  , d) Revistas: \_\_\_\_\_,

e) Otro: Cuando se trabaja para empresas ellas traen sus diseños.

**4.- ¿Cada cuando rediseña o hace variación en sus productos?**

Cuadro 4. Rediseño de productos artesanales			
Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño
Es constante	Es constante	Es constante	Es constante

**5.- ¿Cuáles son las principales características que tiene tu producto con respecto a los demás?**

a) El pintado manual:   X  , b) El diseño cultural:   X  , c) Innovación:   X  ,

d) Modelo   X  , e) Otro \_\_\_\_\_.

**6.- ¿Al empacar el producto, quién se encarga de empacar?**

a) Usted mismo   X  , b) Casart \_\_\_\_\_, c) Fonart \_\_\_\_\_, d) Sedeco \_\_\_\_\_,

e) Otro: En ocasiones la empresa que compra.

**7.- ¿Qué importancia tiene para usted el empacado o embalaje del producto?**

a) Tiene importancia   X  , b) No tiene importancia \_\_\_\_\_,

c) Por que? De eso depende que las piezas lleguen en buen estado a su destino.

**8.- ¿Cómo ve el precio de su producto, con relación a las ofertas de la competencia?**

a) Igual: \_\_\_\_\_, b) Mayor: \_\_\_\_\_, c) Menor:  X ,

O cómo? \_\_\_\_\_,

**9.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación?**

a) Concursos regionales:  X , No de veces: \_\_\_\_\_, donde? \_\_\_\_\_

b) Concursos estatales:  X , No de veces:  30 , Donde?  Lima

c) Concursos nacionales:  X , No de veces:  15 , Donde?  Lima

**10.- Cuantas premios has ganado y en qué tipo de productos?**

a) Premios regionales \_\_\_\_\_, tipo de producto \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_,

b) Premios estatales:  X , tipo de producto: \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_,

c) Premios nacionales:  X , tipo de producto: \_\_\_\_\_ Año  2008 ,

Nota: Se ha ganado premios en innovación tecnológica en engobes naturales (colores que se aplican en el producto).

**11.- ¿Cómo fue que tú empezaste a producir productos de exportación? ¿Cuánto tiempo llevas y qué actores te ayudaron?**

R= La exportación aquí la empezamos a partir de los años noventas a través de las empresas particulares y exportación directa con apoyo del gobierno.

**12.- ¿Por qué cree que sus productos son demandados en la región, a nivel nacional e incluso internacional?**

a) Por su calidad:  X , b) Su diseño cultural:  X , c) Innovación:  X ,

d) Por su materia prima local:  X , e) Precio  X ,

f) Otro \_\_\_\_\_,

**13.- ¿A partir de qué año observas cambios en la demanda de sus productos?**

Año:  2000 , Por que? Es a partir de aquí cuando observamos mayor demanda.

**14.- ¿Sus clientes, al comprar su producto, que tipo de financiamiento utilizan?**

a) Al contado:  X , b) Financiado:  X , c) Otro: \_\_\_\_\_,

**15.- ¿Quiénes son sus competidores y qué características tienen?**

a) Regionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,

b) Nacionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,

c) Internacionales: \_\_\_\_\_, características:  Solo los productos chinos.

d) Otros: \_\_\_\_\_,

**16.- ¿Cómo enfrenta usted la competencia de precios de otros productores?**

a) Con mejores precios: \_\_\_\_\_, b) Mayor calidad:  X , c) Variedad en diseños:  X ,

d) Promoción: \_\_\_\_\_, Otro: \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Qué criterios crees que toma en cuenta el cliente para comprar un producto?**

a) Diseño:  X , b) Precio: \_\_\_\_\_, c) Calidad:  X , d) Innovación:  X ,

e) Financiamiento \_\_\_\_\_, f) Otro \_\_\_\_\_,

**18.- Mandas maquilar parte de tu producción con otros artesanos?**

Sí:  X , No: \_\_\_\_\_,

Cuando y con quien? Todo se hace a nivel asociación.

**V. Aspectos de comercialización de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Los productos que vende, son para otras familias campesinas o para los productores mismos? ¿Es para las clases populares en general? ¿Para el turismo nacional o internacional? ¿Son pedidos para clientes especiales en México u otros países europeos o norteamericanos? Especifique:**

- a) Para familias campesina: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,
- b) Clases populares: \_\_\_\_, De donde: \_\_\_\_\_,
- c) Para el intermediario: \_\_\_\_, De donde: \_\_\_\_\_,
- d) Para el turismo nacional: X, De donde: En Perú \_\_\_\_\_,
- e) Para el turismo internacional: X, De donde: En varios países \_\_\_\_\_,

**2.- De las repuestas mencionadas en la pregunta anterior ¿Cuál o cuáles son sus clientes potenciales?**

- a) Las clases populares: \_\_\_\_, b) El intermediario: \_\_\_\_, c) El turismo local: \_\_\_\_,
- d) El turismo regional: \_\_\_\_, e) El turismo o clientes nacionales: X,
- f) El turismo o clientes internacionales: X,

**3.- ¿Cómo conoció usted a sus clientes potenciales? ¿Quién lo ayudó?**

- a) Por merito propio: \_\_\_\_, b) Por amigos artesanos: \_\_\_\_,
- c) Por Casart: \_\_\_\_, d) Por Fonart: \_\_\_\_, e) Por medio de ferias: \_\_\_\_\_,
- f) Otro: Por el gobierno y el turismo internacional.

**4.- ¿Cuáles son las ferias locales, regionales y nacionales más tradicionales en donde asiste a vender sus productos?**

Ferias		
Locales	Regionales	Nacionales
(Nombre y mes)	(Nombre y mes)	(Nombre y mes)
		Ferias de Negocios y Exposiciones (Perú-GIFTSHOW en abril) y EXHIBE Perú en Julio.

**5.- ¿Cuál es el destino de la comercialización artesanal (%)?**

Volúmenes de venta (%)			
Mercado local	Mercado regional	Mercado nacional	Mercado internacional
10%	-	20%	70%

**6.- ¿Le interesa la exportación o venta a otros mercados nacionales o internacionales?**

- a) Sí: X, No: \_\_\_\_, ¿A cuales? Estados Unidos y Europa.

**7.- ¿Usted le vende al intermediario? ¿A cual?**

Si X, No \_\_\_\_,

Intermediario	
Local	Foráneo
	Nota: Vendemos solo a Empresas Grandes.

**8.- ¿Usted intercambia productos artesanales por bienes de consumo con otros productores, lo que conocemos como trueque? ¿Con quién?**

Intercambio de productos				
Con artesanos	Con clientes	Con tiendas de autoservicio	Con Casart	Otros
No	No	No	No	No

**9.- ¿Cuáles son las políticas o elementos que usted utiliza para fijar los precios?**

a) Por el costo invertido:  X , b) Por los precios de la competencia: \_\_\_\_\_,

Otros: Calculando los costos de producción y el plus adicional por el margen de ganancia.

**10.- ¿Qué importancia tiene para usted la garantía de sus productos hacia el cliente?**

R= Lo que importa es que el cliente se sienta satisfecho.

**11.- Cuáles son los porcentajes que se gastan para cubrir empaques, transporte, gastos en administración, investigación y desarrollo y capacitación?**

Empaques %  15 , Transporte %  15 , Gastos en administración %  15 , Capacitación %  15 , Investigación y desarrollo %  Producción de piezas un 40% , Otro: \_\_\_\_\_,

**12.- ¿Cuál es el medio de canalización que usted utiliza para hacer llegar sus productos hasta el consumidor final?**

**¿Quién lo ayuda?**

a) Transporte particular \_\_\_\_\_, b) Transporte público  X , c) Paquetería \_\_\_\_\_,

d) Casart \_\_\_\_\_, e) Otro \_\_\_\_\_,

Quien lo ayuda? El gobierno apoya cuando hay ferias.

**13.- ¿Cuáles son los aspectos que han cambiado en la comercialización después de la crisis de 1982?**

R= No aplica para Perú.

**14.- ¿Qué tipo de clientes tenía antes y después de la crisis de 1982? ¿Cuáles eran mejores?**

Clientes antes de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
Clientes después de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
¿Quién era mejor? Nota: Esta pregunta no aplica para Perú.			

**15.- ¿Qué impacto económico ha tenido la competencia extranjera en el producto artesanal?**

a) Negativa:  X , b) Positiva: \_\_\_\_\_,

Por qué? Estamos invadidos de productos chinos de mala calidad y más baratos.

**16.- ¿Qué impacto económico tienen los intermediarios tanto locales como externos en la comercialización artesanal?**

a) Negativa:  X , b) Positiva \_\_\_\_\_, c) Da igual \_\_\_\_\_,

Otra \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Qué factores han incidido a que actualmente exista un alto grado de intermediarismo tanto local como externo en la localidad?**

- a) Falta de organización de los productores:   X  ,  
 b) Falta de proyectos productivos para la localidad:   X  ,  
 c) Falta de financiamiento a la artesanía \_\_\_\_\_,  
 d) Falta de promoción: \_\_\_\_\_,  
 e) Otro: \_\_\_\_\_,

**18.- ¿Qué impacto económico ha tenido el TLC, en la comercialización, local, regional y nacional?**

Impacto económico		
Local	Regional	Nacional
Nota: No aplica para Perú.		

**VI. Aspectos de promoción y difusión de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Existe algún programa actual de promoción por parte del municipio o el Estado o federación? ¿Cuál?**

- a) Si:   X  , b) No: \_\_\_\_\_, ¿Por quién? CITEs y MINCETUR.

Promoción		
Municipio	Estado	Federación
		✓

**2.- ¿Qué tipo de promoción artesanal se esta realizando actualmente?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por Internet	Anuncios espectaculares	Otro
	✓		
¿Quien la paga? El CITEs y el MINCETUR.			

**3.- ¿Qué papel puede jugar la promoción para estimular la demanda?**

R= Es buena pero hay que mejorarla.

**4.- ¿Cuál será la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por el Municipio	Por internet	Otro
		✓	
¿Y quien debe pagarlo?: El MINCETUR.			

**5.- ¿Qué papel juega la institución gubernamental actualmente en la promoción?**

R= Muy buena, porque puede promocionar en buena medida nuestra artesanía.

**6.- ¿Qué diferencia tiene la promoción gubernamental que se hacía antes de la crisis de 1982 y la que actualmente se tiene hacia la producción artesanal?**

Promoción antes de 1982: No aplica para Perú.

Promoción actual: No aplica para Perú.

**7.- ¿Qué importancia tiene el mercado internacional (exportación), tomando en cuenta el volumen de ventas que tiene?**

R= Es muy bueno dado que mas del 70% de nuestra producción se exporta.

**8.- ¿Cuál es la imagen de su negocio en el entorno local, regional, nacional e internacional (quién lo conoce)?**

Local, a) Buena:  X , b) Mala:  , c) Regular:  ,  
 Regional, a) Buena:  X , b) Mala:  , c) Regular:  ,  
 Nacional, a) Buena:  X , b) Mala:  , c) Regular:  X ,  
 Internacional, a) Buena:  X , b) Mala:  , c) Regular:  ,  
 Quien lo conoce?  Nos conocen casi en todos los mercados internacionales.

**9.- ¿Tiene marca registrada en Hacienda? ¿Cuál es?**

R= Tenemos registro de denominación de origen.

**10.- ¿Tiene usted, algún promocional, en alguna página de Internet? ¿Cuál?**

R= Si existe en el internet.

**11.- ¿Le gustaría a usted, que sus productos se promocionaran en alguna página de Internet? ¿Qué tipo de productos promocionaría?**

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Otros	Otros

Nota: Desde luego como los jarrones, esculturas, platos, etc.

**¿12.- Qué factores han influido a que se tengan mejores o peores condiciones de comercialización actualmente?**

- a) Escasos apoyos del gobierno  , b) Mejores apoyos del gobierno  X ,
- c) Falta de promoción  , d) Suficiente promoción  ,
- e) Otro  ,

**VII. Aspectos culturales de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Qué aspectos culturales están cambiando en la localidad? A partir de qué año se empiezan a observar estos cambios culturales?**

- a) En el pintado artesanal:  X , Año:  80's ,
- b) En el diseño artesanal:  X , Año:  80's ,
- c) En el tipo de producto:  X , Año:  80's ,
- d) La innovación artesanal:  X , Año:  80's ,
- e) Otro:  , Año:  ,

**2.- ¿Cuál son los factores más relevantes, que han incidido sobre los cambios culturales en la comunidad?**

R= Pensamos que se siguen manteniendo, solo que el mercado va exigiendo otros cambios en la artesanía.

**3.- ¿En qué aspectos han cambiado las fiestas tradicionales, tomando en cuenta antes y después de los años ochenta?**

Antes:

Después: Se observa cada vez más turismo.

**4.- ¿Cree usted que a partir de la firma del TLC, se han acelerado los cambios culturales en la comunidad?**

a) Si: \_\_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_\_, Nota: No aplica para Perú.

**5.- ¿Qué impacto económico tiene para la comunidad, el que se pierdan valores culturales?**

a) Bueno: \_\_\_\_\_, b) Malo:  X , c) Regular: \_\_\_\_\_, d) No tiene importancia: \_\_\_\_\_,

**6.- ¿Cuáles son los cambios culturales en la artesanía, a la que se producía antes y después de la crisis de 1982?**

Antes: No aplica para Perú.

Después: No aplica para Perú.

**7.- Los cambios culturales en la comunidad, ¿Desde donde se promueven? ¿Del interior del país o de otros países?**

a) Desde la política nacional: \_\_\_\_\_,

b) Desde las políticas globales: \_\_\_\_\_,

c) Desde la economía globalizada:  X ,

d) Otro \_\_\_\_\_,

**8.- ¿Qué ventajas o desventajas tiene la cultura de la comunidad, el ubicarse cerca de la capital del Estado?**

R= No aplica para Perú.

**9.- ¿Hacia donde cree que va la cultura de la comunidad ante los cambios globalizados de la economía?**

a) Hacia la destrucción de valores locales:  X ,

b) Hacia una producción de artesanía homogénea:  X ,

c) Hacia la desaparición del artesano: \_\_\_\_\_,

d) Hacia un futuro incierto: \_\_\_\_\_,

e) Otro: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Cree usted que la artesanía tenga una tendencia hacia la desaparición?**

a) Si  X , b) No  X ,

Por qué? Esta va existir siempre que no se pierda la cultura.

**11.- ¿Qué debemos hacer la sociedad en su conjunto para preservar nuestra cultura y costumbres?**

R= Promover y difundir nuestras costumbres y culturas, conservar y preservar nuestra esencia cultural porque ésta es nuestra identidad.

**VIII. Aspectos ambientales de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Si tienes horno de leña, cuanta leña utilizas por quema (toneladas al mes o por semana) y ha cuanto asciende el volumen de producción artesanal?**

Leña consumida mes/semana			
Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Tons = 150 kgr	Tons = 150 kgr	Tons = 150 kgr	Tons = 150 kgr
Volumen de producción			
Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas

40	40	40	40
----	----	----	----

Nota: En cuanto al volumen de producción no tenemos ese dato.

**2.- ¿En promedio cuantas quemas de gas y leña haces al mes?**

GAS...a) 1 \_\_\_\_, b) 2 \_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_, d) 4 X \_\_\_\_, e) 5 \_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_,

LEÑA...a) 1 X \_\_\_\_, b) 2 \_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_, d) 4 X \_\_\_\_, e) 5 \_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_,

**3.- ¿Dónde compra o extrae su materia prima (leña, barro, greta, arcilla, colores, gas), etc.?**

a) De mi parcela: \_\_\_\_\_,

b) De la mina comunal: \_\_\_\_\_,

c) Otro: Se compra a arcilleros por camiones y la leña se compra a los agricultores campesinos.

**4.- ¿Qué tipo de vegetales (leña) utilizas?**

a) Leña de pino: \_\_\_\_\_, b) Leña de encino: \_\_\_\_\_, c) Leña de eucalipto: \_\_\_\_\_,

d) Otro: Leña de algarrobo (un árbol nativo de la región)

**5.- ¿La leña la extraes o la compras y cuanto pagas por camión o tonelada?**

a) Si: X \_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_\_,

\$ Por camión: \_\_\_\_\_ X \_\_\_\_\_, \$ Por tonelada \_\_\_\_, \$ por costal \_\_\_\_,

Nota: Se compra por camión y se paga por cada 100 trocitos de leña la cantidad de 18 soles peruanos.

**6.- ¿El uso de horno para artesanía consume leña en casa para diferentes usos? ¿Cuánta por hornada?**

a) Si: X \_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_\_, ¿Cuánta? \_\_\_\_\_,

**7.- El horno de leña es para quema de artesanía de barro o cerámica?**

Para barro: a) Si: X \_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_\_,

Para cerámica: a) Si: \_\_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_\_,

**8.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro? ¿Lo extraes o lo compras y cuanto pagas (por costal, tonelada o camión)?**

Problemas: Ninguno, el arcillero vende por bolas (100 kg, a 10 soles peruanos).

Precio del barro		
Por costal	Por tonelada	Por camión
\$30 a 80 pesos	\$	✓

**9.- ¿Con qué periodicidad lo abastece y qué volumen compra?**

Periodicidad de abastecimiento del barro	
A la semana	Al mes
✓	
Volumen de compra	
A la semana	Al mes
✓	4 costales al mes

**10.- ¿Estimación de volumen anual por zona o región?**

Volumen anual de barro por región o zona	
Por semana	Por mes
Nota: no se tienen datos.	

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales**  
**Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional**

**Tesista:** Rómulo Duarte Duarte

**PROYECTO:** *Artesanías de Exportación, Desarrollo Local y Regional, 1980-2007: Un Estudio Comparativo entre Localidades Michoacanas y Piuranas.*

**CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO**

**Unidad Económica Artesanal:** “Doña Pachis”

**Localidad:** Capula, Michoacán.

**Propietario:** Francisca Hernández

**Edad:** 38 años. **Escolaridad:** Primaria terminada.

**Domicilio:** Atrás de la Parroquia de Capula.

**No. de integrante de la familia:** 6 hermanos (4 hermano y 2 hermanas), siendo yo la intermedia de la familia.

**I. Elementos evolutivos de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿En qué año nace la empresa y cuál era su nombre o razón social?**

R= Nace hace aproximadamente 11 años pero con la experiencia de 26 años, dado que este oficio lo aprendí con mis padres.

**2.- ¿Cuántos años tienen laborando en su taller artesanal?**

a) 2 años \_\_\_\_, b) 3 a 5 años \_\_\_\_, c) 5 a 7 años \_\_\_\_, d) 7 a 10 años \_\_\_\_,  
 e) 10 a 15 años \_\_\_\_, f) 15 a 20 años X, g) 20 a 25 \_\_\_\_, h) 25 y más \_\_\_\_.

**3.- ¿Qué tipo de productos elaborabas cuando iniciaste tu negocio y cuáles produces actualmente?**

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
✓	✓				✓	✓	Ceniceros
Productos actuales							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Platos	Otros
✓	✓				✓	✓	Ceniceros

**4.- ¿Cuántos miembros integraban la microempresa familiar al inicio de su fundación?**

Cantidad: 2, Familiares hombres: 1, Familiares mujeres: 1,  
 No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**5.- ¿Cuántos miembros integran actualmente a la microempresa familiar?**

Cantidad: 4, Familiares hombres: 2, Familiares mujeres: 2,  
 No familiares hombres: \_\_\_\_\_ No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**6.- ¿Cuántos miembros integraban a la microempresa familiar en el 2007?**

Cantidad: 4, Familiares hombres: 2, Familiares mujeres: 2,  
 No familiares hombres: \_\_\_\_\_, No familiares mujeres: \_\_\_\_\_ Niños: \_\_\_\_\_

**7.- ¿Qué nivel de escolaridad tienen sus trabajadores tanto familiares como asalariados?**

Familiares hombres: primaria: , secundaria: , prepa: , otro   
 Familiares mujeres: primaria: , secundaria: , prepa: , otro   
 No familiares hombres: primaria: , secundaria: , prepa: , otro   
 No familiares mujeres: primaria: , secundaria: , prepa: , otro

**8.- ¿Cuál es el calendario anual de producción de la actividad artesanal?**

Ciclo de producción											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

**9.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller (8 hrs o más) y cuál es su horario de trabajo?**

A) 1: , 2 , b) 2: , 3: , 4 y más: ,

Jornada de trabajo			
Familiares hombres	Menos de 8 horas ✓	8 horas	Mas de 8 horas
Familiares mujeres	Menos de 8 horas ✓	8 horas	Mas de 8 horas
No familiares hombres	Menos de 8 horas	8 horas	Mas de 8 horas
Niños	De 1 a 3 horas	De 4 a 5 horas	Mas de 5 horas

Tiempo completo familiares: , Tiempo completo no familiares: ,  
 Horario de trabajo familiares: , Horario de trabajo no familiares: ,

**10.- ¿Los hombres y mujeres hacen las mismas tareas?**

a) Si , b) No ,

Hombres: Por lo general hombres y mujeres realizan las mismas tareas dado que se trata de actividades no muy pesadas, excepto cuando es necesario acarrear el barro de la mina son los hombres quienes desempeñan esta actividad.

Mujeres: Por lo general, las mujeres realizan las mismas actividades.

Adultos mayores: Las personas mayores desempeñan las actividades más sencillas por su condición de su edad.

Niños: Los menores como su nombre lo indica realizan las actividades más sencillas del proceso productivo.

**11.- En cuanto ascienden las ventas mensuales de la empresa en promedio (año 2010)?**

a) Menos de 10,000 , b) entre 10,000 y 20,000 , c) entre 20,000 y 30,000 ,  
 d) entre 30,000 y 40,000 , e) 40,000 y 50,000 , f) mas de 50,000 ,

**12.- En cuanto ascendieron las ventas mensuales de la empresa en promedio en el 2007?**

a) Menos de 10,000 , b) entre 10,000 y 20,000 , c) entre 20,000 y 30,000 ,  
 d) entre 30,000 y 40,000 , e) 40,000 y 50,000 , f) mas de 50,000 ,

**13.- ¿A cuánto asciende el ingreso promedio mensual por empleado (año 2010)?**

Ingreso mensual				
Hombres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500 ✓	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Mujeres familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500 ✓	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Hombres no	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más

familiares				
Mujeres no familiares	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más
Niños	\$500 a 2000	\$2000 a 3500	\$3500 a 5000	\$5000 y más

Nota: No tengo empedados todos somos familiares.

**14.- ¿Los trabajadores empleados en su taller, tienen seguridad social (ISSSTE, IMSS, Seguro Popular, otro)?**

Si: \_\_\_\_, No X,

Familiares: a) ISSSTE \_\_\_\_ b) IMSS \_\_\_\_ c) Seguro Popular \_\_\_\_, d) Otro \_\_\_\_,

No familiares: a) ISSSTE \_\_\_\_ b) IMSS \_\_\_\_ c) Seguro Popular \_\_\_\_, d) Otro \_\_\_\_,

Nota: No se tiene en este momento ninguna prestación social para ningún trabajador.

**15.- ¿Cuánto influyen los factores climáticos en la producción artesanal?**

a) Mucho X, b) Poco \_\_\_\_, c) Normal \_\_\_\_,

Por qué? R= En tiempo de lluvias no se puede trabajar muy bien por las condiciones climáticas y las piezas no se secan perfectamente y se cuarteán.

**II. Aspectos comunitarios**

**1.- ¿Cuántos hijos tienes?**

Hombres: 1, Mujeres: 1,

**2.- Todos tus hijos son artesanos?**

a) Si X, b) No \_\_\_\_,

**3.- ¿Tus padres y abuelos fueron artesanos?**

a) Si: X, b) No: \_\_\_\_, Nota: pero eran campesinos.

**4.- ¿Eran originarios de esta comunidad o de la región?**

a) Si: X, b) No: \_\_\_\_, ¿Dónde nacieron? Aquí en Capula.

¿En que año llegaron a la comunidad? \_\_\_\_\_,

**5.- ¿Tienes tierras de cultivo?**

A) Si: X, b) No: \_\_\_\_,

**6.- ¿Qué es lo que siembra?**

Cuadro 1. Cantidad y características de la producción agrícola					
Cultivo	Has.	Cantidad obtenida	Temporal o riego	Destino del producto	Precio (tons)
Maíz				Autoconsumo (%): 10015 Comercialización (%):	
Calabaza				Autoconsumo (%): 100% Comercialización (%):	

--	--	--	--	--	--

Nota: Todo es para el autoconsumo.

**7.- ¿Cuál es la producción por ciclos (productos agrícolas)?**

Producción		
Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3
No hay información	No hay información	No hay información

**8.- ¿Cuál es el régimen de propiedad en la zona y de tus parcelas?**

a) Comunal \_\_\_\_, b) Ejidal \_\_\_\_, d) Otro: Pequeña propiedad.

**9.- ¿Quién trabaja las tierras?**

a) El dueño X, b) Se rentan \_\_\_\_, c) Se prestan \_\_\_\_,

c) Otro: No tengo tierras.

**5.- ¿Produces lo suficiente para abastecerte (productos agrícolas)?**

a) Si \_\_\_\_, b) No X, Nota: Los productos agrícolas de consumo que se producen no son suficientes y se compra lo que falta.

**10.- ¿Tienes excedentes agrícolas que vender?**

a) Si \_\_\_\_, b) No X,

¿Cuánto en promedio? \_\_\_\_\_,

**11.- ¿Qué temporada se dedica al cultivo agrícola?**

Cuadro 2. Cronograma de meses que se dedica al cultivo agrícola											
Meses											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
				✓	✓	✓	✓				

**12.- ¿La casa forma parte del espacio productivo artesanal?**

a) Si X, b) No \_\_\_\_\_,

**13.- ¿Qué tipo organización alfarera es, y cuando nace?**

a) Asociación Civil \_\_\_\_, b) Lucrativa \_\_\_\_, c) No Lucrativa \_\_\_\_\_,

¿Cuándo nace? Año \_\_\_\_, Nota: No estoy integrada a ninguna asociación.

**14.- ¿Cuál es la función que cumple el grupo de alfareros al que perteneces?**

R= Aunque no estoy integrada a ninguna asociación, la que existe aquí en la localidad (UNIAMICH) cumple la función para las ventas y concursos en ferias.

**15.- ¿Cuántas organizaciones de alfareros existen en la comunidad?**

a) 1: X, b) 2: \_\_\_\_\_, c) 3: \_\_\_\_\_, d) 4: \_\_\_\_\_, e) Más de 4: \_\_\_\_\_,

**16.- ¿Cómo está organizado el grupo de alfareros al que pertenece?**

R= Aunque no estoy integrada a ninguna asociación, la gran mayoría de artesanos de la localidad están integrados a dicha asociación.

**17.- ¿Intercambia usted saberes, experiencias con otros artesanos de la comunidad o de otras comunidades para mejorar su producción? ¿Con quién?** a) Si \_\_\_\_\_, b) No X,

Entre artesanos de la localidad \_\_\_\_\_,

Entre artesanos de la región \_\_\_\_\_,

Entre artesanos del interior del Estado \_\_\_\_\_,

Otros \_\_\_\_\_,

**18.- ¿Por qué crees, que en la comunidad encontramos un pequeño número de artesanos especializados y un amplio número de atrasados?**

R= Porque no hay apoyo en nada del gobierno y si lo hay es con tasa de interés muy altas que no podemos pagar.

**19.- ¿Cuáles crees que sean los factores que han inducido a que la comunidad tenga un gran número de artesanos atrasados?**

R= Falta de proyectos artesanales por parte del gobierno.

**20.- ¿Está usted dispuesto a intercambiar experiencias con otros productores de la localidad y de otras regiones para mejorar las condiciones productivas locales?**

**¿Con qué frecuencia?**

a) Entre artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_ X \_\_\_\_\_,

b) Entre artesanos de la región: \_\_\_\_\_ X \_\_\_\_\_,

c) Entre artesanos del interior del Estado: \_\_\_\_\_ X \_\_\_\_\_,

d) Otros \_\_\_\_\_,

¿Con qué frecuencia? Con la necesaria, pero no hay iniciativa del gobierno para llevar a cabo esto.

**21.- ¿Qué tipo de cambio considera que ha tenido el consumidor después de la crisis de 1982 y del Tratado de Libre Comercio?**

R= Pues nada, son las empresas grandes las beneficiadas.

**22.- ¿Cuál cree usted que sea el comportamiento del comprador en un futuro?**

a) Comportamiento conservador \_\_\_\_\_,

b) Comportamiento innovador X, c) Comportamiento entre conservador e innovador \_\_\_\_\_,

d) Otro \_\_\_\_\_,

**23.- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del Tratado de Libre Comercio?**

a) Ventajas: Ninguna.

b) Desventajas: Hay mucha artesanía china.

**24.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios más relevantes que han hecho cambiar en la unidad productiva artesanal?**

R= Creo que ninguno, solo que antes había más apoyos.

**25.- ¿Después de la crisis de 1982, cuáles son los cambios que se han observado con respecto a las políticas gubernamentales y el desarrollo artesanal en la comunidad?**

R= Menos apoyos gubernamentales.

**26.- ¿En el desarrollo regional (entre comunidades), como han impactado las crisis recurrentes en el desarrollo artesanal?**

R= Solo sabemos que somos muchos artesanos pobres.

**27.- ¿Cuál es el cambio en los impuestos, tomando en cuenta la historia de su taller?**

R= Nosotros como artesanos pequeños no pagamos impuestos.

**28.- ¿Cuáles han sido los cambios recientes en la mano de obra familiar o asalariada en el ramo artesanal?**

a) Se mantiene con mano de obra familiar:  \_\_\_\_\_,

b) Se combina mano de obra familiar y asalariada: \_\_\_\_\_,

c) Otro cambio: \_\_\_\_\_,

Nota: Nosotros como pequeños artesanos tenemos solo mano de obra familiar.

**29.- ¿Cree usted, que las políticas públicas han fracasado, al no ser las adecuadas para impulsar el desarrollo artesanal? ¿Por qué?**

Si , No \_\_\_\_\_,

a) No hay una política de fomento artesanal: \_\_\_\_\_,

b) No toman en cuenta a la comunidad: \_\_\_\_\_,

c) Se diseñan sin conocer el ramo artesanal: \_\_\_\_\_,

d) Los recursos se quedan en el camino:  \_\_\_\_\_,

e) Otro: Porque el gobierno se ha olvidado de los artesanos pequeños.

**30.- ¿Qué tipo de apoyos/acciones se necesitan para atender la problemática de los artesanos en la localidad?**

a) Proyectos: , b) Créditos: , c) Capacitación: , d) Innovación: ,

e) Promoción , f) Asistencia Técnica , g) Otros \_\_\_\_\_,

**31.- ¿Qué institución tendría más credibilidad para ayudar a los artesanos en la colaboración de proyectos productivos para mejorar las condiciones de vida?**

a) Institución gubernamental: \_\_\_\_\_, b) Universidad ,

c) Organizaciones no gubernamentales , otras \_\_\_\_\_,

**32.- ¿Qué factores han incidido para que un importante porcentaje de la población local en edad de trabajar, se desplace a los centros urbanos más cercanos ya sea a trabajar o a buscar un mejor empleo (caso de Morelia o Morolón)?**

a) Falta de mercado: , b) Bajos precios: \_\_\_\_\_, c) Altos costos: ,

d) Falta de materia prima: \_\_\_\_\_, e) Alta competencia: , f) Falta de promoción: \_\_\_\_\_, g) Alto intermediarismo: \_\_\_\_\_, h)

Otros: \_\_\_\_\_,

### III. Elementos descriptivos de la Unidad Económica Artesanal

**1.- ¿Qué cantidad de capital calcula que tiene invertido actualmente en su taller en promedio?**

a) \$10,000 pesos \_\_\_\_\_, b) de 10,000 a 20,000 pesos \_\_\_\_\_,

c) de 20,000 a 40,000 pesos: \_\_\_\_\_, d) de 40,000 a 60,000 pesos \_\_\_\_\_,

f) de 60,000 a 100,000 \_\_\_\_\_, g) de 100,000 a 150,000 \_\_\_\_\_,

h) de 150,000 a 200,000 \_\_\_\_\_, i) de 200,000 a 300,000 \_\_\_\_\_,

j) de 300,000 a 400,000 \_\_\_\_\_, k) de 400,000 o más \_\_\_\_\_,

Nota: Menos de \$10,000.00 pesos M/N.

**2.- ¿En qué tipo de artesanía te has especializado?**

- a) Vajillas: \_\_\_\_, b) Cazuelas  X , c) Ollas  X , d) Platos  X , e) Tarros \_\_\_\_,  
f) Ensaladeras \_\_\_\_, g) Platos fruteros \_\_\_\_, h) Cafeteras \_\_\_\_,  
i) Otras: ceniceros.

**3.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería?**

- a) De tus padres  X , b) familiares \_\_\_\_, c) Otro: La técnica es tradicional y la aprendí por herencia de mi padre.

**4.- ¿Cómo aprendiste la técnica especializada que utilizas en la producción?**

- a) De tus padres  X , b) familiares \_\_\_\_, c) Otro: La técnica es tradicional y la aprendí por herencia de mi padre.

**5.- ¿Dónde y con quien te has capacitado para mejorar el oficio de la alfarería?**

- a) Con artesanos de la localidad: \_\_\_\_\_,  
b) Con artesanos de la región: \_\_\_\_\_,  
c) Con artesanos del Estado: \_\_\_\_\_,  
d) En Casa de las Artesanías del Estado: \_\_\_\_\_,  
f) En Escuelas especializadas en artesanía: \_\_\_\_, Cuáles?  
g) Otros: Somos productores pequeños, no hemos recibido capacitación en lo referente a la artesanía, solo van los más grandes.

**6.- ¿Qué diferencia tiene la técnica que utilizas hoy a la que utilizabas cuando iniciaste?**

R= La técnica sigue siendo la misma, sigo produciendo lo mismo.

**7.- ¿Cuáles fueron los factores que motivaron a que cambiaras de técnica?**

- a) Por el mercado: \_\_\_\_\_, b) cliente más exigente: \_\_\_\_\_,  
c) Otro: No he cambiado la técnica, sigue siendo la misma.

**8.- ¿La técnica que utilizas actualmente sigue siendo tradicional o ésta ha sido modificada? ¿Domina alguna otra?**

- a) Tradicional:  X , b) Innovada: \_\_\_\_\_, c) Tradicional e innovada: \_\_\_\_\_,  
d) Otra: \_\_\_\_\_.

**9.- ¿Anteriormente, que tipo de horno tenías? ¿Ahora qué tipo de hornos tienes?**

Horno anterior		
Leña	Gas	Ambos
✓		
Horno actual		
Leña	Gas	Ambos
✓		

**10.- ¿Qué fue lo que influyó, a que cambiaras el tipo horno y cuando fue?**

R= Sigo teniendo horno tradicional de barro y piedra subterráneo de leña.

**11.- ¿Cuándo iniciaste tu taller, cuáles eran las herramientas con los que contabas para producir? ¿Y cuáles son las de ahora?**

Antes: Todo era manual, antes tenía solo herramienta básica e incipiente.

Ahora: Sigue siendo manual, pero ahora he conseguido un molino eléctrico para moler el barro. Los moldes para elaborar los productos son de barro y yeso y muy sencillos y fueron elaborados manualmente.

**12.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos? ¿Qué tipo de productos?**

Si: , No: \_\_\_\_\_,

Nota: Si contiene greta, dado que se pone este ingrediente para que no se filtren los líquidos.

¿Qué tipo de productos? Todos los que produzco., la greta la compro aquí mismo en Capula con los intermediarios y bodegueros.

**13.- ¿Aproximadamente, cuantos kg., de greta utilizas en cada hornada?**

a) De 1 a 3 \_\_\_\_\_, b) de 3 a 5 \_\_\_\_\_, c) de 5 a 10 , d) de 10 o más \_\_\_\_\_,

Nota: Por hornada.

**14.- ¿A partir de cuando empiezas a utilizar la materia prima (cerámica) y por qué?**

Año: \_\_\_\_\_, ¿Por qué? No utilizo cerámica, solo barro.

**15.- ¿Cuáles son los cambios que ha originado la crisis de 1982, con respecto a los insumos?**

R= Pues solo utilizamos insumos baratos para artesanía tradicional.

#### IV.- Factores competitivos y de demanda actual

**1.- ¿Qué tipo de productos vende?**

a) Vajillas: , b) Cazuelas: , c) Ollas , d) Platos: , e) Jarros \_\_\_\_\_,

f) Ensaladeras: \_\_\_\_\_, g) Platos fruteros: \_\_\_\_\_, h) Cafeteras: \_\_\_\_\_, i) Tazas \_\_\_\_\_,

j) Otras: Ceniceros.

**2.- ¿Quiénes son sus compradores?**

Cuadro 3. Demanda, precio, y tipos de productos artesanales			
Producto	Precio	Costo total	Mercado/destino
			Intermediario local (por pedido)

**3.- ¿Cómo determinas tus diseños?**

a) Catálogos: \_\_\_\_\_, b) Mercado: \_\_\_\_\_, c) Por creatividad: , d) Revistas: \_\_\_\_\_,

e) Otro: Es por creatividad, es decir por la técnica tradicional aprendida con mis padres.

**4.- ¿Cada cuando rediseña o hace variación en sus productos?**

Cuadro 4. Rediseño de productos artesanales			
Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño	Tipo de diseño
Son diseños sencillos	Son diseños sencillos	Son diseños sencillos	Son diseños sencillos

**5.- ¿Cuáles son las principales características que tiene tu producto con respecto a los demás?**

- a) El pintado manual: X, b) El diseño cultural: \_\_\_\_\_, c) Innovación: \_\_\_\_\_,  
d) Modelo \_\_\_\_\_, e) Otro: Mi producto es un sencillo y tradicional.

**6.- ¿Al empacar el producto, quién se encarga de empacar?**

- a) Usted mismo \_\_\_\_\_, b) Casart \_\_\_\_\_, c) Fonart \_\_\_\_\_, d) Sedeco \_\_\_\_\_,  
e) Otro: Yo lo entrego al intermediario sin empacar.

**7.- ¿Qué importancia tiene para usted el empaçado o embalaje del producto?**

- a) Tiene importancia X, b) No tiene importancia \_\_\_\_\_,  
c) Por que? Sería muy bueno aprender como se debe empacar un producto.

**8.- ¿Cómo ve el precio de su producto, con relación a las ofertas de la competencia?**

- a) Igual: \_\_\_\_\_, b) Mayor: \_\_\_\_\_, c) Menor: X,  
O cómo? Los precios de mis productos son más baratos debido a que son mas sencillos.

**9.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación?**

- a) Concursos regionales: \_\_\_\_\_, No de veces: \_\_\_\_\_, donde? \_\_\_\_\_  
b) Concursos estatales: \_\_\_\_\_, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_  
c) Concursos nacionales: \_\_\_\_\_, No de veces: \_\_\_\_\_, Donde? \_\_\_\_\_

Nota: Al artesano pequeño no lo toman en cuenta.

**10.- Cuantas premios has ganado y en qué tipo de productos?**

- a) Premios regionales \_\_\_\_\_, tipo de producto \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_,  
b) Premios estatales: \_\_\_\_\_, tipo de producto: \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_,  
c) Premios nacionales: \_\_\_\_\_, tipo de producto: \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_,

**11.- ¿Cómo fue que tú empezaste a producir productos de exportación? ¿Cuánto tiempo llevas y qué actores te ayudaron?**

R= No produzco productos de exportación.

**12.- ¿Por qué cree que sus productos son demandados en la región, a nivel nacional e incluso internacional?**

- a) Por su calidad: \_\_\_\_\_, b) Su diseño cultural: \_\_\_\_\_, c) Innovación: \_\_\_\_\_,  
d) Por su materia prima local: \_\_\_\_\_, e) Precio \_\_\_\_\_,  
f) Otro: Solo vendo al intermediario local.

**13.- ¿A partir de qué año observas cambios en la demanda de sus productos?**

Año: \_\_\_\_\_, Por que? Mi demanda es muy pequeña.

**14.- ¿Sus clientes, al comprar su producto, que tipo de financiamiento utilizan?**

- a) Al contado: X, b) Financiado: \_\_\_\_\_, c) Otro: \_\_\_\_\_,

**15.- ¿Quiénes son sus competidores y qué características tienen?**

- a) Regionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,  
b) Nacionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,  
c) Internacionales: \_\_\_\_\_, características: \_\_\_\_\_,  
d) Otros: Mi competencia son los mismos productores pequeños de la localidad.

**16.- ¿Cómo enfrenta usted la competencia de precios de otros productores?**

- a) Con mejores precios: \_\_\_\_, b) Mayor calidad: \_\_\_\_, c) Variedad en diseños: \_\_\_\_,  
 d) Promoción: \_\_\_\_, Otro: Para enfrentar a la competencia se necesitan apoyos y no lo hay.

**17.- ¿Qué criterios crees que toma en cuenta el cliente para comprar un producto?**

- a) Diseño: \_\_\_\_, b) Precio: X, c) Calidad: \_\_\_\_, d) Innovación: \_\_\_\_,  
 e) Financiamiento \_\_\_\_, f) Otro \_\_\_\_\_,

**18.- Mandas maquilar parte de tu producción con otros artesanos?**

- Sí: \_\_\_\_, No: X,  
 Cuando y con quien? \_\_\_\_\_,

**V. Aspectos de comercialización de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Los productos que vende, son para otras familias campesinas o para los productores mismos? ¿Es para las clases populares en general? ¿Para el turismo nacional o internacional? ¿Son pedidos para clientes especiales en México u otros países europeos o norteamericanos? Especifique:**

- a) Para familias campesina: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
 b) Clases populares: X, De donde \_\_\_\_\_,  
 c) Para el intermediario: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
 d) Para el turismo nacional: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,  
 e) Para el turismo internacional: \_\_\_\_, De donde \_\_\_\_\_,

**2.- De las repuestas mencionadas en la pregunta anterior ¿Cuál o cuáles son sus clientes potenciales?**

- a) Las clases populares: X, b) El intermediario: \_\_\_\_, c) El turismo local: \_\_\_\_,  
 d) El turismo regional: \_\_\_\_, e) El turismo o clientes nacionales: \_\_\_\_,  
 f) El turismo o clientes internacionales: \_\_\_\_,

**3.- ¿Cómo conoció usted a sus clientes potenciales? ¿Quién lo ayudó?**

- a) Por merito propio: X, b) Por amigos artesanos: \_\_\_\_,  
 c) Por Casart: \_\_\_\_, d) Por Fonart: \_\_\_\_, e) Por medio de ferias: \_\_\_\_,  
 f) Otro \_\_\_\_\_,

**4.- ¿Cuáles son las ferias locales, regionales y nacionales más tradicionales en donde asiste a vender sus productos?**

Ferias		
Locales	Regionales	Nacionales
(Nombre y mes)	(Nombre y mes)	(Nombre y mes)
Solo vendo en la feria local de Capula (Julio)		

**5.- ¿Cuál es el destino de la comercialización artesanal (%)?**

Volúmenes de venta (%)			
Mercado local	Mercado regional	Mercado nacional	Mercado internacional
100% (el intermediario)			

**6.- ¿Le interesa la exportación o venta a otros mercados nacionales o internacionales?**

a) Sí: , No: , ¿A cuales? Con otro tipo de clientes mejores, pero para ello hay que capacitarse.

**7.- ¿Usted le vende al intermediario? ¿A cual?**

Si , No ,

Intermediario	
Local	Foráneo
✓	

**8.- ¿Usted intercambia productos artesanales por bienes de consumo con otros productores, lo que conocemos como trueque? ¿Con quién?**

Intercambio de productos				
Con artesanos	Con clientes	Con tiendas de autoservicio	Con Casart	Otros
✓				

Nota: En ocasiones con algunos artesanos.

**9.- ¿Cuáles son las políticas o elementos que usted utiliza para fijar los precios?**

a) Por el costo invertido: , b) Por los precios de la competencia: ,

Otros: Calculando los costos invertidos aproximados.

**10.- ¿Qué importancia tiene para usted la garantía de sus productos hacia el cliente?**

R= Importa mucho, porque al cliente hay que entregarle el producto en buen estado.

**11.- Cuáles son los porcentajes que se gastan para cubrir empaques, transporte, gastos en administración, investigación y desarrollo y capacitación?**

Empaques % , Transporte % , Gastos en administración % , Capacitación % , Investigación y desarrollo % , Otro: Solo gasto en materia prima y fuerza de trabajo familiar.

**12.- ¿Cuál es el medio de canalización que usted utiliza para hacer llegar sus productos hasta el consumidor final? ¿Quién lo ayuda?**

a) Transporte particular , b) Transporte público , c) Paquetería ,

d) Casart , e) Otro \_\_\_\_\_,

Quien lo ayuda? Mi producto lo recoge el intermediario en mi casa.

**13.- ¿Cuáles son los aspectos que han cambiado en la comercialización después de la crisis de 1982?**

R= Solo se que antes había mas apoyos del gobierno y ahora nada.

**14.- ¿Qué tipo de clientes tenía antes y después de la crisis de 1982? ¿Cuáles eran mejores?**

Clientes antes de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
Clientes después de 1982			
Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4

¿Quién era mejor? Sigo vendiendo a los intermediarios.

**15.- ¿Qué impacto económico ha tenido la competencia extranjera en el producto artesanal?**

a) Negativa: , b) Positiva: \_\_\_\_\_,

Por qué? Ahora hay muchos productos similares en todos lados.

**16.- ¿Qué impacto económico tienen los intermediarios tanto locales como externos en la comercialización artesanal?**

a) Negativa: , b) Positiva \_\_\_\_\_, c) Da igual \_\_\_\_\_,

Otra \_\_\_\_\_,

**17.- ¿Qué factores han incidido a que actualmente exista un alto grado de intermediarismo tanto local como externo en la localidad?**

a) Falta de organización de los productores: ,

b) Falta de proyectos productivos para la localidad: ,

c) Falta de financiamiento a la artesanía \_\_\_\_\_,

d) Falta de promoción: \_\_\_\_\_,

e) Otro: \_\_\_\_\_,

**18.- ¿Qué impacto económico ha tenido el TLC, en la comercialización, local, regional y nacional?**

Impacto económico		
Local	Regional	Nacional
Nota: Negativo en todo sentido por los productos chinos.		

## VI. Aspectos de promoción y difusión de la Unidad Económica Artesanal

**1.- ¿Existe algún programa actual de promoción por parte del municipio o el Estado o federación? ¿Cuál?**

a) Si: \_\_\_\_\_, b) No: , ¿Por quién?

Promoción		
Municipio	Estado	Federación
<input checked="" type="checkbox"/> Solo cuando hay feria local		

**2.- ¿Qué tipo de promoción artesanal se esta realizando actualmente?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por Internet	Anuncios espectaculares	Otro
¿Quien la paga? Nota: Actualmente, ninguna.			

**3.- ¿Qué papel puede jugar la promoción para estimular la demanda?**

R= Es muy importante, porque así nuestros productos se conocerían en otros mercados.

**4.- ¿Cuál será la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

Promoción			
Por la radio y T.V	Por el Municipio	Por internet	Otro
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

¿Y quien debe pagarlo?: Pues el gobierno debe dar publicidad en diferentes medios de comunicación.

**5.- ¿Qué papel juega la institución gubernamental actualmente en la promoción?**

R= Desde luego debe jugar un papel importante, pero no hace nada.

**6.- ¿Qué diferencia tiene la promoción gubernamental que se hacía antes de la crisis de 1982 y la que actualmente se tiene hacia la producción artesanal?**

Promoción antes de 1982: Antes había más apoyos.

Promoción actual: Ahora no hay nada.

**7.- ¿Qué importancia tiene el mercado internacional (exportación), tomando en cuenta el volumen de ventas que tiene?**

R= Para mi tendría mucha importancia, pero hay que capacitarse para eso.

**8.- ¿Cuál es la imagen de su negocio en el entorno local, regional, nacional e internacional (quién lo conoce)?**

Local, a) Buena: X, b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular: \_\_\_\_,

Regional, a) Buena: \_\_\_\_, b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular: \_\_\_\_,

Nacional, a) Buena: \_\_\_\_, b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular: \_\_\_\_,

Internacional, a) Buena: \_\_\_\_, b) Mala: \_\_\_\_, c) Regular: \_\_\_\_,

Quien lo conoce? Creo que solo me conoce el intermediario.

**9.- ¿Tiene marca registrada en Hacienda? ¿Cuál es?**

R= No, somos pequeños productores artesanos.

**10.- ¿Tiene usted, algún promocional, en alguna página de Internet? ¿Cuál?**

R= Ninguno.

**11.- ¿Le gustaría a usted, que sus productos se promocionaran en alguna página de Internet? ¿Qué tipo de productos promocionaría?**

Productos anteriores							
Cazuelas	Ollas	Vajillas	Tazas	Macetas	Salseras	Otros	Otros
✓	✓				✓		

**¿12.- Qué factores han influido a que se tengan mejores o peores condiciones de comercialización actualmente?**

a) Escasos apoyos del gobierno X, b) Mejores apoyos del gobierno \_\_\_\_,

c) Falta de promoción \_\_\_\_, d) Suficiente promoción \_\_\_\_,

e) Otro \_\_\_\_\_,

**VII. Aspectos culturales de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Qué aspectos culturales están cambiando en la localidad? A partir de qué año se empiezan a observar estos cambios culturales?**

a) En el pintado artesanal: \_\_\_\_, Año: \_\_\_\_,

b) En el diseño artesanal: X, Año: 2000,

c) En el tipo de producto: \_\_\_\_, Año: \_\_\_\_,

d) La innovación artesanal: \_\_\_\_, Año: \_\_\_\_,

e) Otro: \_\_\_\_\_, Año: \_\_\_\_\_,

**2.- ¿Cuál son los factores más relevantes, que han incidido sobre los cambios culturales en la comunidad?**

R= Pues el consumidor ahora exige mejores productos.

**3.- ¿En qué aspectos han cambiado las fiestas tradicionales, tomando en cuenta antes y después de los años ochenta?**

Antes: Se vendían solo productos tradicionales.

Después: Ahora hasta en nuestras mismas fiestas se venden productos chinos.

**4.- ¿Cree usted que a partir de la firma del TLC, se han acelerado los cambios culturales en la comunidad?**

a) Si: , b) No: \_\_\_\_\_,

**5.- ¿Qué impacto económico tiene para la comunidad, el que se pierdan valores culturales?**

a) Bueno: \_\_\_\_\_, b) Malo: , c) Regular: \_\_\_\_\_, d) No tiene importancia: \_\_\_\_\_,

**6.- ¿Cuáles son los cambios culturales en la artesanía, a la que se producía antes y después de la crisis de 1982?**

Antes: Creo que se valoraba más lo tradicional y cultural.

Después. Ahora se valora menos lo local.

**7.- Los cambios culturales en la comunidad, ¿Desde donde se promueven? ¿Del interior del país o de otros países?**

a) Desde la política nacional: \_\_\_\_\_,

b) Desde las políticas globales: \_\_\_\_\_,

c) Desde la economía globalizada: ,

d) Otro \_\_\_\_\_,

**8.- ¿Qué ventajas o desventajas tiene la cultura de la comunidad, el ubicarse cerca de la capital del Estado?**

R= Pues mucha gente de aquí ahora realiza otras actividades y se va a Morelia a trabajar.

**9.- ¿Hacia donde cree que va la cultura de la comunidad ante los cambios globalizados de la economía?**

a) Hacia la destrucción de valores locales: \_\_\_\_\_,

b) Hacia una producción de artesanía homogénea: \_\_\_\_\_,

c) Hacia la desaparición del artesano: ,

d) Hacia un futuro incierto: \_\_\_\_\_,

e) Otro: \_\_\_\_\_,

**10.- ¿Cree usted que la artesanía tenga una tendencia hacia la desaparición?**

a) Si , b) No \_\_\_\_\_,

Por qué? Al desaparecer el artesano, puede desaparecer la artesanía.

**11.- ¿Qué debemos hacer la sociedad en su conjunto para preservar nuestra cultura y costumbres?**

R= Ayudar con programas a preservar lo valores.

**VIII. Aspectos ambientales de la Unidad Económica Artesanal**

**1.- ¿Si tienes horno de leña, cuanta leña utilizas por quema (toneladas al mes o por semana) y ha cuanto asciende el volumen de producción artesanal?**

Leña consumida mes/semana			
Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Tons =	Tons =	Tons =	Tons =
Volumen de producción			
Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas	Unidades producidas

Nota: Consumimos una tonelada al mes aproximadamente y nosotros mismo la traemos de la parcela nuestra.

**2.- ¿En promedio cuantas quemas de gas y leña haces al mes?**

GAS...a) 1 \_\_\_\_, b) 2 \_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_, e) 5 \_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_,

LEÑA...a) 1 X, b) 2 \_\_\_\_, c) 3 \_\_\_\_, d) 4 \_\_\_\_, e) 5 \_\_\_\_, f) 6 \_\_\_\_, g) Más de 6 \_\_\_\_,

**3.- ¿Dónde compra o extrae su materia prima (leña, barro, greta, arcilla, colores, gas), etc.?**

a) De mi parcela: X,

b) De la mina comunal: X,

c) Otro: El barro lo compramos aquí en la mina de la comunidad con un ejidatario.

**4.- ¿Qué tipo de vegetales (leña) utilizas?**

a) Leña de pino: X, b) Leña de encino: \_\_\_\_, c) Leña de eucalipto: \_\_\_\_,

d) Otro: Cazaquate, jarilla y vara blanca.

**5.- ¿La leña la extraes o la compras y cuanto pagas por camión o tonelada?**

a) Si: X, b) No: \_\_\_\_,

\$ Por camión: \_\_\_\_\_ \$ Por tonelada \_\_, \$ por costal \_\_,

Nota: La traigo de mi pedazo de parcela.

**6.- ¿El uso de horno para artesanía consume leña en casa para diferentes usos? ¿Cuánta por hornada?**

a) Si: X, b) No: \_\_\_\_, ¿Cuánta? En promedio una tonelada por mes.

**7.- El horno de leña es para quema de artesanía de barro o cerámica?**

Para barro: a) Si: X, b) No: \_\_\_\_,

Para cerámica: a) Si: \_\_\_\_, b) No: \_\_\_\_,

**8.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro? ¿Lo extraes o lo compras y cuanto pagas (por costal, tonelada o camión)?**

Problemas: Ninguno, se compra con los mismos ejidatarios de la localidad y el costal tiene un precio en promedio de 30 a 80 pesos M/N, según el tamaño, en promedio cada costal contiene 35 kgs.

Precio del barro		
Por costal	Por tonelada	Por camión
\$30 a 80 pesos	\$	\$

**9.- ¿Con qué periodicidad lo abastece y qué volumen compra?**

Periodicidad de abastecimiento del barro	
A la semana	Al mes
	✓
Volumen de compra	
A la semana	Al mes
	6 costales al mes

**10.- ¿Estimación de volumen anual por zona o región?**

Volumen anual de barro por región o zona	
Por semana	Por mes
Nota: no tiene datos.	

## **CAPÍTULO I**

### **FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

El primer capítulo tiene como objetivo presentar los fundamentos de la investigación. El propósito de esta parte consiste en dar a conocer como punto de partida los principales aspectos problemáticos que actualmente enfrenta la artesanía tanto en México como en las localidades que son objeto de estudio, tomando en cuenta que el deterioro de los niveles de vida de la actividad se han agudizado a partir de los años ochenta.

Una vez que se plantea la problemática de la actividad artesanal, se presenta de forma puntual los objetivos, preguntas y las hipótesis de la presente investigación, para que finalmente, mostremos los aspectos metodológicos, las delimitaciones del estudio y la matriz de congruencia.

#### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.1 Descripción del problema**

La artesanía en México así como en muchos países en vías de desarrollo es un oficio que constituye para los artesanos un instrumento que les facilitan la vida y es un medio que les permite sobrevivir.

El futuro de la artesanía en México está pasando por momentos difíciles. En muchas comunidades, los indígenas dedican largas jornadas de trabajo a la artesanía que prácticamente les permite apenas sobrevivir.

A pesar de ello, el sector artesanal es uno de los sectores más importantes de México y juega un importante papel en la actividad económica y en el empleo de muchos artesanos en el país. De acuerdo a algunas fuentes “en México existen

250 micro-regiones enfocadas a la producción de artesanías, de las cuales cerca de 9 millones de personas se dedican a esta importante actividad”<sup>1</sup>.

Ello se debe a la existencia de más de 3 millones de unidades empresariales (en las cuales están insertas las unidades económicas artesanales). De este total de unidades empresariales, el 99.7 son MiPyMes (Micros, Pequeñas y Medianas Mmpresas): 95.7% son micros, 3.1% pequeñas y 0.9% medianas que por definición ocupan de 1 a 500 trabajadores y en conjunto dan cuenta del 42% del PIB y 64% del empleo nacional aproximadamente<sup>2</sup>.

A pesar del relevante papel económico que las MiPyMes generan, en los últimos años el sector artesanías ha mostrado debilidad en cuanto a la baja de sus volúmenes de ventas, de su crecimiento y desarrollo. Actualmente este sector está sufriendo de innumerables problemas que impiden su crecimiento.

Algunos de los problemas generales más importantes que identificamos son su situación educativa: el 35% de la población indígena es analfabeta, 12.5% de los niños en edad escolar no asisten a los planteles educativos, lo cual refleja la falta de infraestructura educativa de oportunidades para que los indígenas asistan a la escuela como la deficiente capacitación de los profesores indígenas, la crisis de materiales y la insuficiencia de nuestro sistema educativo<sup>3</sup>. Además, 65% de los planteles en zonas indígenas no ofrece los seis grados de primaria. Otro problema mayúsculo, es que la actividad esta padeciendo las consecuencias de la globalización, de los daños que se han ocasionado al ambiente, como la tala excesiva de los bosques, razón por la que su materia prima esta escaseando y tienen que traerla de otras zonas incrementando así sus costos de producción, etcétera.

<sup>1</sup> Sánchez Medina, Patricia Soledad, *La conducta ambiental y la coeficiencia como estrategia para la sustentabilidad en la producción de artesanías*. CIIDIR, IPN-Unidad Oaxaca. Ponencia presentada en el 10° Encuentro Nacional Sobre Desarrollo Regional en México. 4° Aniversario del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, ININEE-UMSNH, Morelia, Michoacán, del 25 al 28 de Noviembre del 2005. Centro Cultural Universitario.

<sup>2</sup> Ramírez Acosta, Ramón de Jesús, “Financiamiento bursátil de las empresas pequeñas y medianas en México, en: *Revista de Comercio Exterior*, Vol. 53, Núm. 1, México, 2003, pp. 309-311.

<sup>3</sup> Heredia Sánchez, Edgar D., “Los Pueblos indígenas en México y la CNDH”, en: *Revista Tiempo Laberinto*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2008. pp. 53-61.

El problema mayúsculo y tal vez el más importante tiene que ver a que la actividad artesanal está sufriendo del atraso tecnológico, del apoyo estatal y federal insuficiente, ausencia de ideas en la innovación, falta de mercados, competencia extranjera desleal, así como un sin número de cuestiones que obligan a enfocar la atención a esta actividad tan injustamente marginada.

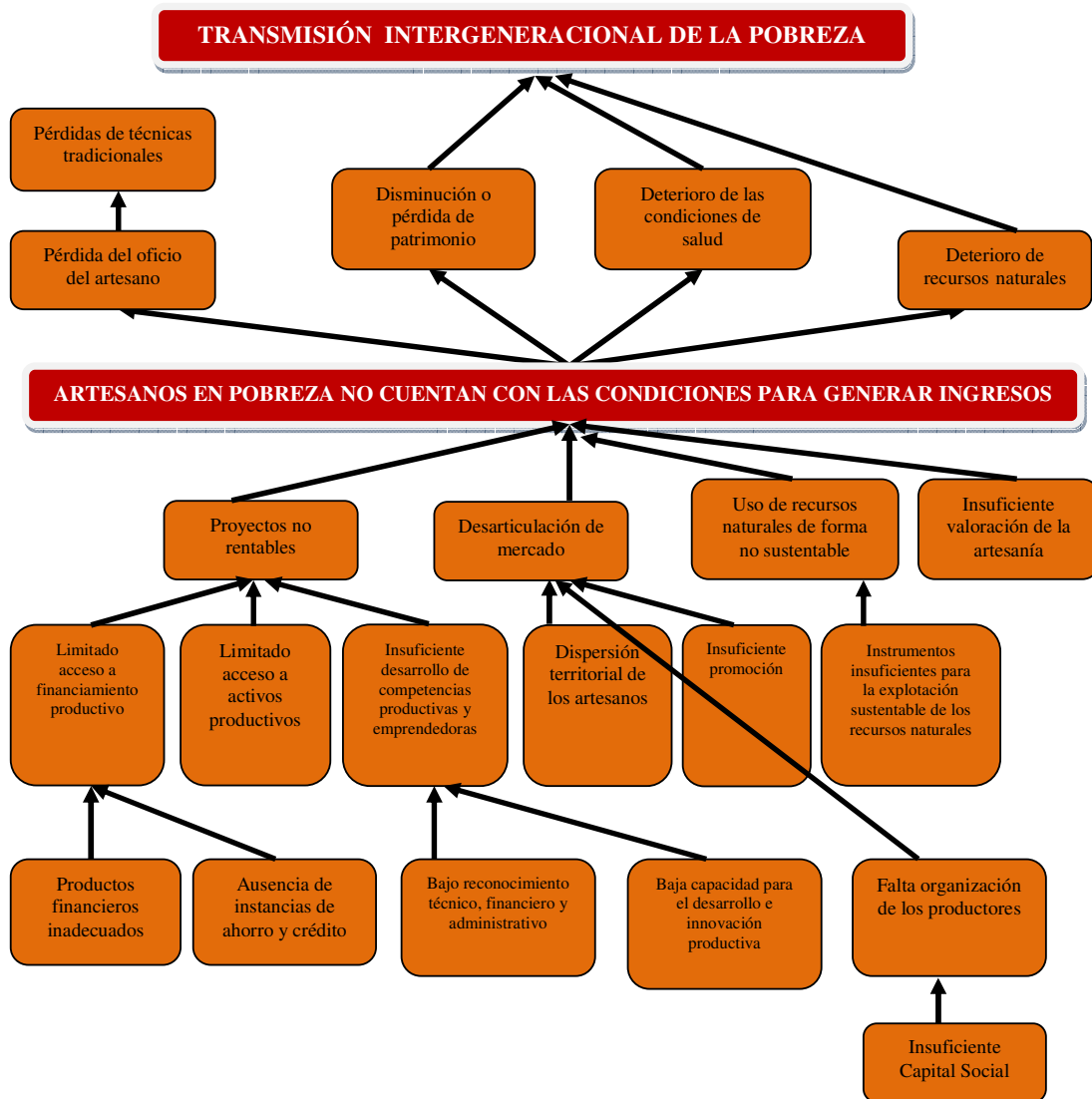
Tomando en cuenta que en el México actual la mayoría de los artesanos rurales son indígenas y viven en localidades dispersas y en condiciones de pobreza, muchos de ellos viven en lugares donde no existen las condiciones mínimas para que puedan generar ingresos sustentables por medio de la producción de artesanías.

Esto indica que los artesanos producen en un contexto de pobreza porque tienen limitado acceso a financiamiento productivo por su bajo reconocimiento técnico y administrativo de las instituciones financieras y eso lleva a que se tenga insuficiente desarrollo de competencias productivas emprendedoras y de innovación.

Por lo tanto, al no generar los artesanos ingresos sustentables que les permitan obtener mejores condiciones de vida, en muchas localidades se está perdiendo el oficio del artesano y subsecuentemente sus técnicas tradicionales y por ende la producción de las artesanías.

En este sentido, consideramos que su problemática es amplia y compleja; y para un mejor entendimiento desglosamos en la siguiente figura el árbol del problema:

Figura 1. Árbol del problema.



**Fuente:** Elaboración propia en base en: *Diagnóstico de la Capacidad de los Artesanos para Generar Ingresos Sostenibles*, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), México, 2010. p. 6.

Como observamos en la figura anterior, son innumerables los problemas que actualmente enfrentan los artesanos; ante la falta de una política pública seria que promueva la actividad artesanal, los artesanos en México se enfrentan a que su producción no logra generar ganancias suficientes para cubrir sus costos de producción. En gran medida esto se debe a los esquemas existentes de

producción y venta, porque en principio, este tipo de producción no se concibe con la misma lógica de un proyecto productivo rentable. La mayor parte de los artesanos venden a precios muy bajos su trabajo, su producción y venta se conciben tanto para el autoconsumo como para el intercambio en una economía de trueque, donde no se establece claramente un valor económico al trabajo. Muchas de las artesanías son objetos de uso cotidiano y utilitario destinados al autoconsumo, por lo tanto, determinar el tiempo y costo de los materiales utilizados en su elaboración no es una práctica común. La lógica de este tipo de producción es el intercambio de productos distintos, para complementar los utensilios y enseres necesarios en la vida cotidiana; es decir, los pocos recursos que se obtienen de la venta, se invierten en las necesidades inmediatas de la familia.

La investigadora Emma Zapata describe el contexto en el que se producen las artesanías en México:

*“Generalmente las artesanías se elaboran en un contexto de pobreza y los recursos obtenidos con ellas sirven para sufragar gastos en otros sectores de la economía del grupo doméstico. Una característica importante es que recurren al rescate y proyección de un oficio tradicional, y lo proponen como alternativa económica. Pero además de solucionar necesidades inmediatas inciden en el orden cultural social y de género”<sup>4</sup>.*

Con respecto a lo anterior, al ser una unidad económica con una lógica no empresarial, nos encontramos con un artesano con fuerte resistencia para realizar cambios en sus procesos productivos, característica que incide en una ausencia de ideas por la innovación de sus productos. Esto quiere decir, que en la unidad económica artesanal se muestra una aptitud de gran cautela frente a los cambios tecnológicos dado que la subsistencia familiar depende totalmente de la producción.

---

<sup>4</sup> Zapata Martelo, Emma, “Las Artesanías, sus quehaceres en la organización y en el trabajo”, en: *Ra Xhimai, Revista De Sociedad, Cultura y Desarrollo Sustentable*, Vol. 3, Núm., 3. Universidad Indígena de México, México, 2007. pp. 594-596. p. 620.

La artesanía en México es una actividad viva y creadora, pero arrastra carencias formativas en gestión empresarial y en diseño. Escasa innovación en nuevas tecnologías y desconocimiento de las tendencias del consumo. El pequeño tamaño de muchas empresas artesanas dificulta su acceso a fuentes de financiamiento y nuevos canales de comercialización.

El financiamiento hacia la producción de artesanías y en particular el acceso de recursos a los artesanos, ha sido limitado y más bien orientado hacia los intereses específicos de los diversos programas que en las distintas administraciones federales se han instrumentado.

Además, otro problema agudo que enfrenta el sector artesanal, es el intermediarismo, ya que aprovechando la falta de canales de distribución, los intermediarios son los que se quedan con las mayores ganancias, dejando al productor prácticamente con un margen de ganancias muy estrecho.

En algunos casos, son grupos de artesanos o comerciantes quienes acaparan la producción de toda una comunidad para comercializarla a través de redes establecidas. En estos casos, pueden generarse algunos esquemas de colaboración cuando el trabajo se hace por encargo y se proporcionan las materias primas. No obstante quien acaba recibiendo el mayor porcentaje de ganancia es el acaparador.

No obstante, otro problema mayúsculo de la artesanía según el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), es que su valor o precio se encuentra subvaluado; una insuficiente valoración de las artesanías es una de las causas de que los artesanos en pobreza no puedan generar ingresos sostenibles con su venta. En general, las artesanías mexicanas no se perciben como objetos costosos, por tanto el público que las consume está acostumbrado a pagar poco por objetos que, al mismo tiempo, puede considerar un legado cultural o un referente de la identidad regional o nacional.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, *Diagnóstico de la Capacidad de los Artesanos para Generar Ingresos Sostenibles*, FONART, México, 2010. pp. 14-15.

Finalmente, otro problema no menor, es el referente al deterioro a las condiciones de salud de los artesanos. Actualmente, por sus condiciones de pobreza y falta de información, continúan utilizando técnicas que ponen en riesgo su salud. Esta situación se agrava para muchos de ellos que no cuentan con un programa de seguridad social y viven en localidades que no cuentan con la infraestructura básica en materia de salud. Por ejemplo, un amplio sector artesanal se ha caracterizado por usar una materia prima con altos niveles de toxicidad: los alfareros en su caso han utilizado por años el óxido de plomo para esmaltar las piezas que confeccionan. Sin embargo, el uso de esta sustancia puede afectar de forma grave al sistema nervioso, e incluso puede llevar a la muerte.

El riesgo de utilizar plomo en la elaboración de alfarería o cerámica no solo es para los artesanos y sus familias, sino también para las personas que consumen o usan las piezas para cocinar o comer. En algunas comunidades de alfareros las prácticas de manejo y disposición de plomo están generando daños a las familias de éstos productores, ya que, generalmente los talleres son parte de la misma casa, e incluso se comparte con áreas de cocina, patio e incluso el comedor donde se alimentan los niños.

Por otro lado, en Michoacán la problemática que viven los artesanos es muy similar en relación al ámbito nacional, existen varias decenas de miles de productores de artesanías distribuidos en al menos 130 localidades, comunidades, pueblos y ciudades en todo el estado. Se estima que más de 200 mil michoacanos se dedican a esta importante actividad y que genera más del 20% del empleo de la economía estatal<sup>6</sup>. Por lo tanto, es importante recalcar que Michoacán es uno de las entidades que tiene características peculiares por sus artesanías tradicionales, por sus poblaciones indígenas y sobre todo por la relación de éstas con el turismo.

Desde hace más de 25 años, la artesanía en Michoacán está siendo seriamente afectada por un sinnúmero de factores que encuentran su origen tanto en la

---

<sup>6</sup> Información recabada en el archivo de la Subdirección del Departamento de Capacitación. Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán de Ocampo, Morelia Michoacán, México, 2005.

naturaleza misma de la producción artesanal como en el contexto nacional e internacional.

Así, la alfarería michoacana en los últimos 15 años del siglo XX y principios del XXI, ha venido padeciendo un proceso de deterioro y que ha comenzado desde la década perdida hasta nuestros días. En este contexto, la actividad alfarera de la entidad padece también de atraso tecnológico, apoyos financieros, escasa capacitación e innovación, bajo nivel educativo, etc., conjunto de limitantes que dificulta para que los artesanos se desarrollen, tengan mejores oportunidades y desde luego mejores condiciones de vida. Este panorama pone en seria desventaja a la actividad artesanal, porque su capacidad productiva responde a las necesidades del mercado exterior, requisito indispensable para tener vinculación con agentes externos.

En estas condiciones opera la alfarería en la entidad, en donde un importante número de unidades familiares opera en un tradicionalismo arraigado que sufre pocas transformaciones frente a un mundo cambiante y con un consumidor en constante movimiento. La innovación en diseño, tendencias y tecnologías es incipiente por el desconocimiento del mercado tanto nacional como internacional.

En este sentido, las localidades de Tzintzúntzan, Zinapécuaro y Capula, no son ajenas a la problemática que padece Michoacán, aquí encontramos específicamente un problema técnico, de organización, de educación, de capacitación e innovación, pero también en diseño y de comercialización. Por ejemplo, los canales de comercialización están ligados fuertemente al intermediario local, aspectos que sin duda dificultan el desarrollo de la actividad en las unidades económicas alfareras.

A continuación se señala de manera específica algunos de estos aspectos problemáticos:

En primer lugar, se percibe que los productores artesanales presentan bajos niveles de *capacitación* y por ende de organización, por lo que entre ellos no se

desarrolla una estrategia de coparticipación entre las localidades productoras que les permita reorganizar sus unidades productivas artesanales. Se conoce que la actividad artesanal de manera general presenta una característica desvinculada entre los productores que se dedican a ésta, ya que la mayoría trabajan de manera individual e inclusive se observa una competencia interna entre ellos. No obstante, la desvinculación de productores a nivel localidad y entre las localidades, lleva a generar bajos niveles de producción y bajo valor agregado de los productos, subsecuentemente ello ha limitado a la expansión al mercado para la venta y la comercialización de los productos.

Sobre los bajos niveles de capacitación de los artesanos, debemos sumar además su bajo nivel educativo. Estos dos elementos son fundamentales para que los productores tengan una mejor visión sobre su futuro, además de llevarlos a obtener una mejor organización entre ellos mismos. Es decir, los bajos niveles en organización entre los productores tienen una relación directamente proporcional con el nivel de capacitación y educacional. El bajo nivel educativo, es un factor determinante que impide que estos tengan una mejor visión de producción, de mercado y de desarrollo y en conjunto accedan a mejores condiciones de vida. Sobre estos aspectos, debe de entenderse que encontramos una cultura arraigada donde hay resistencia de grupos de artesanos que en su gran mayoría se niegan al cambio; esto impide que exista una nueva reorganización de las unidades productivas artesanales y que consecuentemente genere bajos niveles de productividad.

En segundo lugar, un problema más que enfrenta la producción alfarera, es precisamente en el aspecto de la innovación y desarrollo en el interior de las unidades económicas artesanales. El escaso apoyo financiero para el sector artesanal y la falta de asistencia técnica para acceder a los mercados externos, es un elemento indispensable para que los artesanos puedan mejorar y diversificar sus productos. Los productores no tienen la información adecuada para establecer conexiones con clientes potenciales además de desconocer los requisitos y trámites de exportación. Un ejemplo de ello, es que por la falta de capacitación e

innovación, en los últimos años sus ventas han disminuido por la desconfianza del cliente (especialmente del turismo internacional), dado que la mayor parte de los productos que encontramos en las localidades de estudio son producidos con plomo.

En tercer lugar y último, nos referimos al problema de *mercado*. La artesanía michoacana tiene gran demanda en mercados nacionales e internacionales y a pesar de su aprecio en el extranjero, los productores michoacanos han venido experimentando un grave deterioro en sus condiciones de vida en los últimos 25 años. Este deterioro tiene que ver sobre todo con las escasas vías de comercializaciones que los productores tienen para vender sus productos por las siguientes causas:

1.- La crisis de la artesanía se ha agudizado sobre todo por el escaso apoyo financiero, técnico y de comercialización por parte de las instituciones municipal, estatal y federal. El debilitamiento significativo del apoyo gubernamental hacia esta actividad, se ha dejado sentir especialmente en la promoción de los productos afectando directamente a las ventas.

Ante este proceso de deterioro, es importante mencionar que la economía mexicana se encuentra inmersa en un proceso creciente de la globalización aunado a la formación de bloques económicos.

Desde que estalló la crisis de la deuda de 1982, la economía mexicana ha sido sometida a intensos y penosos periodos de ajuste y estabilización con el objetivo de contener la crisis financiera e inflacionaria, así como de impulsar una serie de cambios profundos en la forma en que estaba organizada la economía para generar y distribuir la riqueza.

A partir de 1986, la entrada de México al GATT (por sus siglas en inglés) hoy Organización Mundial de Comercio (OMC), comenzó a abrir sus puertas al mercado internacional, esta situación se reforzó con el TLC (Tratado de Libre

Comercio) firmado por Canadá y Estados Unidos, con ello se integró al mercado más grande con fuertes características de competitividad<sup>7</sup>.

Dentro de este contexto internacional, la crisis suscitada en 1994 vino a agudizar aún más la situación en todos los sectores de la economía del país. Uno de los sectores más golpeados por este suceso ha sido el sector agropecuario. Este sector, ha tenido grandes problemas ya que ha perdido apoyo y crecimiento desde hace más de 25 años. Esta situación es importante mencionarla porque dicho sector tiene mucha relación con el sector artesanal y alfarero principalmente, dado que es una industria que trabaja con las mismas características y condiciones del sector agropecuario, pues la mayoría de los talleres artesanales trabajan en unidades artesanales precisamente en el sector rural, conviviendo así el sector alfarero con las actividades agropecuarias.

Esta situación coincide con la actividad que realizan los productores artesanales en estas localidades, dado que la producción artesanal se ve complementada por la actividad agrícola para de alguna manera incrementar el ingreso de su economía. Por lo tanto, así como el sector agropecuario ha carecido de apoyo financiero para desarrollar su producción, lo mismo le ha pasado a la actividad artesanal.

2.- La competencia externa está perjudicando rápidamente a nuestros productos, dado el proceso tan rápido de apertura de nuestra economía, y en donde la importación de productos de porcelana provenientes de países como lo son China, Taiwán, Corea del Sur, etc., presentan una verdadera amenaza real para nuestro mercado, dado que ofrecen artesanía importada (hecha en serie) y a bajos costos, lo cuál ha ocasionado una decreciente disminución de las ventas a consecuencia del aumento en el uso de productos similares a los alfareros, por lo que estos productos son elaborados con otras características y a gran volumen y vendidos a menor precio.

---

<sup>7</sup> García García, José Odón, "Estudio de Factibilidad Económica del Taller UARM", (inédito), en: *Proyecto Alfar*. Coordinador Gordon Ross. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, Michoacán, 1997. pp. 3-4.

3.- El clima de inseguridad que impera en el Estado y en el país desde inicios del 2004, ha repercutido en la afluencia del turismo nacional e internacional.

4.- El escaso apoyo financiero para el sector artesanal, está ocasionando que gran porcentaje de la población ocupada se esté desplazando primero, hacia el vecino país del norte en busca de mejores oportunidades y segundo, hacia los centros urbanos más cercanos como Morelia y Pátzcuaro a desarrollar actividades ajenas a la actividad artesanal dado que actualmente se registran bajos niveles de ventas y de ingresos producto de las artesanías. Un ejemplo claro que se percibe en el sector artesanal, consiste en que la población ocupada en los últimos años en el ramo artesanal ha ido en decadencia.

Sin embargo, ante la compleja problemática del sector artesanal, existen casos de artesanos especializados en dichas localidades y se destaca que éstos han ido evolucionando hacia una visión más empresarial y han empezado en invertir en capacitación y desarrollo, situación que favorece estar cerca de clientes y de mercados más competitivos. Esto explica que sus procesos productivos son más competitivos y por ende sus productos son libres de plomo y preferidos por el mercado exterior.

Estas experiencias exitosas de artesanos con potencial productivo, son dignas de analizar para saber cuáles han sido los factores o elementos que los han llevado a producir y a comercializar de manera diferente. La visión de mercado que estos han adquirido, es una característica más que debe de analizarse. Debe destacarse, que los talleres especializados, han empezado a generar empleo de mano de obra familiar y asalariada, situación que en conjunto nos interesa también analizar para replicar dichas experiencias exitosas hacia los productores atrasados, para ver que posibilidades existen de generar encadenamientos productivos entre ambos. La posibilidad de realizar esto, debe llevarnos a establecer mecanismos de coparticipación y vinculación hacia el resto los productores que se han quedado en la tradición, es el gran reto de la presente investigación.

## **2. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN**

- 1.- ¿Cuáles son las principales características de las unidades económicas artesanales tradicionales y atrasadas, en los aspectos de producción, capacitación, tecnología y organización productiva?
- 2.- ¿Cuáles son los factores que han incidido a que un pequeño grupo de artesanos con talento y visión empresarial, esté produciendo y a la vez participando en mercados regionales, nacionales e incluso internacionales?
- 3.- ¿Indagar cuáles han sido las causas, por las que las políticas públicas encaminadas a fortalecer la actividad artesanal, no han favorecido el impulsar del desarrollo en las comunidades en estudio?

## **3. OBJETIVOS**

- a) Analizar las principales características de las unidades económicas tradicionales y atrasadas, para conocer sus fortalezas y/o debilidades en los aspectos de producción, capacitación, tecnología y organización productiva.
- b) Estudiar y analizar los diversos factores de productores especializados en artesanías de exportación, con el objetivo de conocer las razones productivas competitivas y ver en qué medida se pueden reproducir y a la vez impulsar procesos de encadenamiento productivo para mejorar los sistemas productivos locales e impactar en el desarrollo económico de la región.
- c) Revisar y analizar cuál ha sido el impacto que ha tenido el gasto público en materia de productividad artesanal y en qué medida ha contribuido a mejorar las condiciones productivas artesanales.

Lo anterior significará también cubrir los siguientes objetivos secundarios:

- Elaboración de un diagnóstico de las localidades de Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro para conocer las actividades productivas como potencialidades de desarrollo de la zona, identificando allí las características de la producción artesanal tanto de las unidades económicas atrasadas y especializadas de las localidades en cuestión.
- Proponer las políticas y mecanismos necesarios para el mayor impulso a las artesanías con potencial exportador, de desarrollo local y regional.

#### **4. HIPÓTESIS**

1.- Los bajos niveles en capacitación e innovación tecnológica y de encadenamiento productivo, han generado bajos niveles de producción e impide que la inmensa mayoría de productores de Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro, se vinculen hacia mercados exteriores.

2.- El aprovechamiento de los recursos locales, la organización productiva, el talento, la visión empresarial, el nivel de capacitación y la innovación tecnológica que han poseído un pequeño grupo de artesanos, son factores que han contribuido a que estos tengan una importante presencia en mercados regionales, nacionales e incluso internacionales.

3.- Los bajos niveles de gasto público en materia de desarrollo artesanal, aunado a la carencia de programas eficaces, han contribuido a que dicha actividad presente bajos niveles de productividad en la zona.

#### **5. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN**

Se considera que los estudios de caso para las artesanías, resultan ser investigaciones de suma importancia para promover el desarrollo local y regional e impulsar las actividades productivas que se desarrollan en la actividad artesanal. En este sentido resulta importante realizar investigaciones que permitan obtener resultados en base en aprendizajes calificados de unidades económicas

artesanales para aprender de ellas experiencias y estrategias productivas que pueden contribuir al mejoramiento de los sistemas productivos locales y regionales de ésta destacada actividad. Es aquí donde radica la importancia de la presente investigación. Pues resulta valioso estudiar y conocer a profundidad aprendizajes que pueden resultar claves para implementar y proponer estrategias enfocadas en la adopción de mejores ideas y procesos productivos innovadores hacia la actividad artesanal, ya que actualmente padece de una serie de problemas que le impiden su desarrollo. Destacamos que pretendemos realizar una investigación seria y original, basada en estudios de caso en base al estudio profundo de artesanos destacados en cada una de las localidades.

Asimismo, ésta investigación busca resaltar la importancia cultural, económica y social que tiene la alfarería considerada como una de las ramas que arrastra un significado histórico y cultural sumamente valioso.

Otro aspecto que justifica el estudio de la presente investigación, consiste en aportar elementos nuevos que ayuden a resolver la compleja problemática en relación a la producción artesanal, ya que son escasos los trabajos e investigaciones que se han realizado en relación a las artesanías, pero más significativo resulta que éste incida con resultados para proponer mejoras productivas en las localidades que estamos estudiando.

Finalmente, es importante mencionar que la presente investigación, busca identificar a través del análisis de estudio de caso, elementos claves basados en experiencias de artesanos pujantes que han logrado en su unidad económica artesanal un destacado desarrollo a partir del impulso de nuevos procesos productivos, esfuerzo que los ha colocado en una posición productivamente más ventajosa respecto a otros talleres artesanales.

## 6. DELIMITACIONES DEL ESPACIO O TERRITORIO DE LA INVESTIGACIÓN

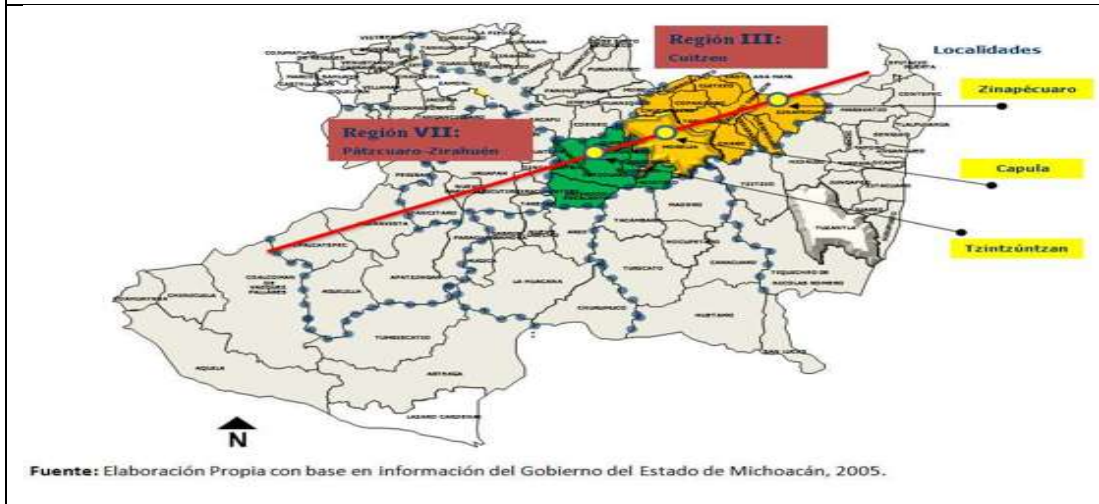
El espacio geográfico dentro del cuál tendrá lugar la presente investigación, se sitúa en el estudio de casos artesanales especializados a profundidad de tres localidades michoacanas. En segundo lugar, se realiza un estudio de caso de innovación internacional localizado en el Departamento de Piura, en la República del Perú.

Si bien el trabajo que desarrollamos en la presente investigación está referido al análisis de experiencias de artesanías especializadas en localidades michoacanas, pero hemos adicionado un estudio de caso exitoso internacional peruano. Y en estos casos especializados que desarrollamos, es pertinente señalar algunos puntos:

- ❖ Al hablar de artesanías de exportación, nos referimos sólo a una rama artesanal que es la alfarería (artesanías de barro) de talleres especializados.
- ❖ Se realiza estudios de caso para esta rama por considerarla como una de las actividades prehispánicas, con importancia cultural, social y económica.
- ❖ Las localidades que se estudian (tanto michoacanas como el caso internacional) y que son nuestro espacio geográfico, la vocación productiva de sus habitantes está orientada hacia la actividad alfarera.
- ❖ Por último, las unidades de análisis son los talleres o unidades económicas artesanales especializadas, debido a su importancia en sus características productivas y de innovación.

Así, el espacio geográfico de los estudios de caso, se localizan conjuntamente en dos regiones de acuerdo al Gobierno del Estado de Michoacán: en la Región III correspondiente a la Cuenca de Cuitzeo y la Región VIII Pátzcuaro-Zirahuen; es decir, dichos estudios se realizan en tres localidades michoacanas: la primera localidad (Zinapécuaro), se localizada en Región III correspondiente a la Cuenca de Cuitzeo y las dos segundas (Capula) en el municipio de Morelia y Tzintzúntzan en la Región Pátzcuaro-Zirahuen, (ver mapa 1).

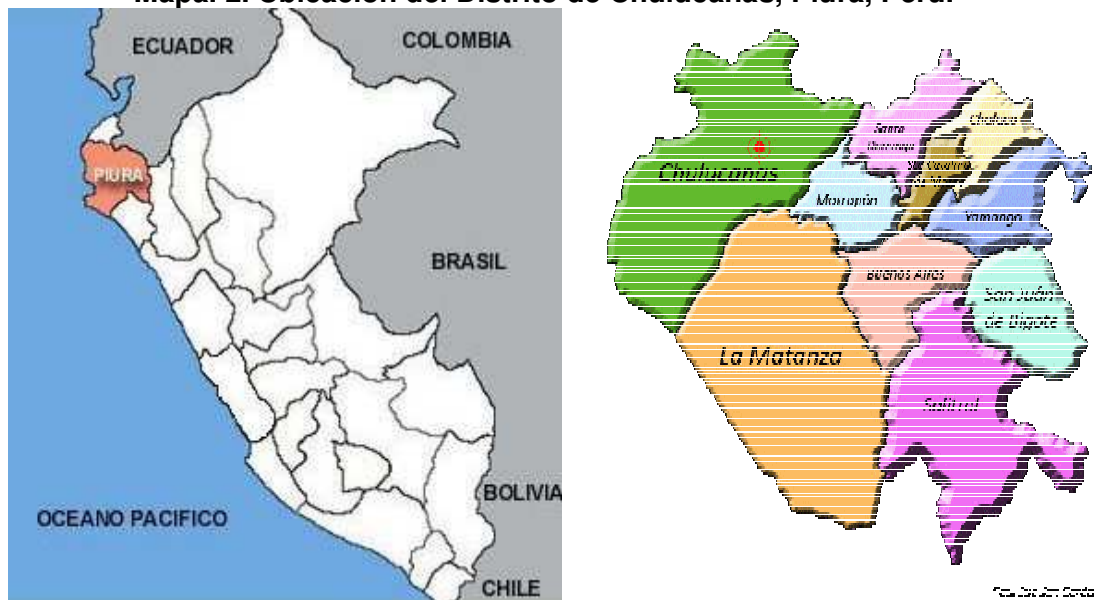
**Mapa 1. Espacio geográfico sobre los estudios de caso michoacanos.**



Por otro lado, el estudio caso internacional llevado a cabo en el Centro de Innovación Tecnológica (CITEs) en el Distrito de Chulucanas, el cuál se localiza en la costa norte del Perú, pertenece al Departamento de Piura (provincia de Morropón). El Distrito de Chulucanas se encuentra ubicado a más de 1,200 km de la ciudad de Lima y a 60 km del Departamento de Piura. Cuenta con 85 mil habitantes y aproximadamente una tercera parte de su población vive en zonas rurales.

Específicamente, la ciudad de Chulucanas se sitúa en la margen derecha del río de Piura. Su altura sobre el nivel del mar es de 92 m.s.n.m y tiene una superficie 871.19 km cuadrados. Su localización la podemos observar en el siguiente mapa:

**Mapa. 2. Ubicación del Distrito de Chulucanas, Piura, Perú.**



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), República del Perú, 2011.

## 7. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo de investigación metodológicamente se viene desarrollando en tres momentos:

### 7.1 Análisis cualitativo:

#### a).- Fundamentos teóricos

Una de las principales barreras o limitantes que hemos encontrado sobre la investigación de la actividad artesanal es precisamente la falta de información reciente. Para ello, hemos recurrido a la revisión de información documental de nuestro alcance como la de artículos, documentos oficiales, textos, libros de autores destacados como Karl Marx, Victoria Novelo, Marta Turok, Porfirio Martínez Peñaloza y otros relacionados con nuestro tema de interés. Además, sobre el desarrollo del marco teórico se consultan y se da referencia de un importante número de investigaciones sobre la actividad artesanal y cultura;

elementos que dan respaldo teórico y conceptual a nuestra investigación. Como nuestro análisis se realiza desde una perspectiva del desarrollo local y regional (enfoque teórico que plantea opciones para hacer frente a los desafíos impuestos por el desarrollo del sistema capitalista y en especial por la globalización), se han consultado una gran variedad de lecturas y trabajos que dan respaldo teórico a nuestra investigación: el enfoque del desarrollo local sobre todo y algunos aspectos que consideramos claves del crecimiento del sistema local: como encadenamientos productivos, innovación, mercado, organización productiva local y regional, competitividad, etcétera.

### **b).- Diagnóstico de las localidades**

Una vez que hemos realizado un análisis teórico sobre la actividad artesanal, pasamos a mostrar un panorama general de las artesanías en los ámbitos nacional, estatal y local. Sobre esto, desarrollamos un diagnóstico socioeconómico amplio e integral, el cuál nos permite tener un conocimiento sobre la caracterización de las principales actividades que predominan en el estado y principalmente en las localidades de estudio. Para ello, hemos hecho análisis económico de los sectores productivos (sobre todo del sector secundario) apoyados en información del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y otros trabajos relacionados con la producción artesanal.

El diagnóstico que proponemos, nos permite tener un cierto conocimiento del espacio en cuestión, en donde se destacan los aspectos característicos y socioeconómicos de Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro, Michoacán, pero también del estudio de caso exitoso de innovación internacional: el caso de Chulucanas, Perú. Además, el diagnóstico integral nos ayuda a identificar la problemática directa y fortalezas que enfrenta la producción artesanal de manera específica sobre todo en la región que estamos investigando, el cuál podrá estudiarse y analizarse en el Capítulo III.

### c).- Estudios de caso y trabajo de campo

El objetivo de los estudios de caso, es estudiar a profundidad o en detalle una unidad de análisis específica tomada de un universo poblacional en cada una de las localidades. Para nuestra investigación, la ***unidad económica artesanal especializada*** como mencionamos anteriormente, es nuestro objeto de estudio. Para su estudio, las principales fuentes de información tienen que ver con las personas directamente relacionadas con la unidad de análisis en este caso con la unidad económica artesanal.

Para llevar a cabo los estudios de caso y el trabajo de campo, se ha diseñado cuidadosamente un cuestionario y entrevistas (pláticas amistosas), los cuáles van dirigidos principalmente a las *unidades económicas artesanales especializadas y seleccionadas* en artesanías de barro y cerámica (aunque también se tienen considerado que este mismo se aplique por lo menos en una unidad económica tradicional atrasada).

El objetivo del cuestionario, es el de recopilar información cualitativa como cuantitativa sobre las condiciones productivas, sociales, políticas y culturales antes y después de la crisis suscitada en 1982 (ver Anexo I). Además, en esta fase de trabajo de campo, se recurre a entrevistas con personas claves de la localidad (otras personas vinculadas con la actividad artesanal, servidores públicos, etc.), para completar la información.

Para la aplicación de los cuestionarios hacia los estudios de caso, se ha tomado una muestra de productores tradicionales especializados (dos o tres casos en cada localidad). Las unidades artesanales seleccionadas en cada una de las localidades tienen que ver a que estas cumplen con algunas características productivas:

1. En primer lugar, utilizan herramientas e instrumentos especializados para la producción artesanal.

2. En segundo lugar, se han especializado en nuevas técnicas de producción, situación que les permite aligerar los procesos productivos, elementos que los han llevado a ganarse un amplio reconocimiento productivo a nivel local, regional, nacional e inclusive internacional. Ellos son los que ganan los concursos en la mayoría de las ferias; además, gracias a su empuje productivo han empezado a generar empleo familiar y asalariado en la localidad.
3. En tercer lugar, su grado de especialización ha contribuido a que gran parte de su producción sea comercializada hacia mercados de exportación.

La técnica estadística utilizada para la selección de la muestra de talleres o unidades económicas especializadas, utilizamos el método de **muestreo no probabilístico** (conocido como el muestreo por conveniencia o a juicio), el cuál tiene su principal característica en que este se aplica con un **muestreo por conveniencia o a juicio**, es decir, aquí se emplea el conocimiento, la vivencia y la opinión personal del investigador para identificar a los elementos de la población que deben incluirse en la muestra, además de que este se basa en la experiencia y el conocimiento que se tiene hacia la población que se pretende estudiar. En este caso, las unidades económicas artesanales que se incluyen en la muestra, cumplen a nuestro juicio o por conveniencia las características productivas anteriormente mencionadas.

En efecto, dentro de la muestra que hemos elegido, Capula es la localidad en donde hemos elegido un mayor número de unidades económicas especializadas, por tratarse de un pueblo ampliamente artesanal y con destacados productores: tres casos. En el caso de la localidad de Tzintzúntzan, se estudia el caso del taller de Luis Manuel Morales Gámez ó familia Gámez, el cuál es ampliamente reconocida por la Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán (CASART); en Zinapécuaro, se estudia el caso de la Familia Hernández Cano, también con especialidad en artesanías de barro; y finalmente, un caso de desarrollo e innovación internacional identificado en Chulucanas, Perú, reconocido mundialmente como el CITE Cerámica de Chulucanas (ver cuadro 1):

**Cuadro 1. Muestra de unidades económicas especializadas en artesanías de exportación.**

<b>Localidad</b>	<b>Nombre de la Unidad Económica Artesanal</b>	<b>Propietario</b>	<b>Tipo de artesanía</b>
<b>Capula</b>	Artesanías Finas “El Colibrí”	Blanca Pineda	Barro y cerámica
	Artesanías Finas “El Nuevo Colibrí”	Iván González Pineda	Barro y cerámica
	Artesanías Finas “Ladislao Martínez”	Ladislao Martínez	Barro
<b>Tzintzúntzan</b>	Artesanías Finas “Cerámica Tzintzúntzan”	Luis Manuel Morales Gámez	Barro
<b>Zinapécuaro</b>	Artesanías Finas “Hernández Cano, 1815 Tradición”	Familia Hernández Cano	Barro
<b>Chulucanas</b>	CITE Cerámica	Asoc. de Artesanos	Cerámica (barro)
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a la muestra seleccionada.			

## 8. MATRIZ DE CONGRUENCIA

Cuadro 2. Matriz de congruencia.					
Planteamiento del problema	Objetivos	Preguntas	Marco Teórico	Hipótesis	Variables y operacionalidad de Variables
<p>En los últimos 25 años, el sector de artesanías ha mostrado debilidad en cuanto a la baja de sus volúmenes de ventas, de empleo y por tanto de su crecimiento y desarrollo. Sin embargo, ante la problemática específica de capacitación e innovación tecnológica y falta de mercados principalmente, en las localidades estudiadas, encontramos casos exitosos de artesanos que tienen otro tipo de organización productiva e innovación que se han vinculado hacia mercados con características de comercialización y exportación.</p>	<p>1. Analizar las principales características de las unidades económicas tradicionales y atrasadas, para conocer sus fortalezas y/o debilidades en los aspectos de producción, capacitación, tecnología y organización productiva?</p> <p>2. Estudiar y analizar los diversos factores de productores especializados en artesanías de exportación, con el objetivo de conocer las razones productivas competitivas y ver en qué medida se pueden reproducir y a la vez impulsar procesos de encadenamiento productivo para mejorar los sistemas productivos locales e impactar en el desarrollo económico de la región.</p>	<p>1. ¿Cuáles son las principales características de las unidades económicas artesanales tradicionales y atrasadas, en los aspectos de producción, capacitación, tecnología, y organización productiva?</p> <p>2. ¿Cuáles son los factores que han incidido a que un pequeño grupo de artesanos con talento y visión empresarial, esté produciendo y a la vez participando en mercados regionales, nacionales e incluso internacionales?</p>	<p>La producción artesanal es considerada como una forma de la producción mercantil simple porque está basada en la existencia de un importante número de unidades artesanales y campesinas de producción, donde el trabajo familiar no asalariado son la base de la reproducción de la familia. Cabe destacar, que la producción artesanal es una actividad que trabaja bajo un esquema donde su producción no es considerada como productiva, sino como trabajo improductivo. Marx, parte del supuesto que todo trabajo que no genere ganancia, es un trabajo improductivo.</p> <p><i>“La producción capitalista no es ya producción de mercancías, sino que es, sustancialmente, producción de plusvalía”. El obrero no produce para sí mismo, sino para el capital. Dentro del capitalismo, “solo es productivo el obrero que produce plus-valor para el capitalista o que trabaja para hacer rentable el capital”<sup>8</sup>.</i></p> <p>Según ésta apreciación de Marx, sobre trabajo productivo, la forma capitalista de organización del trabajo incluye el trabajo en el sistema de producción capitalista y lo</p>	<p>1. Los bajos niveles en <i>capacitación e innovación</i> tecnológica y de encadenamiento productivo, han generado bajos niveles de producción e impide que la inmensa mayoría de productores de Capula, Tzintzuntzan y Zinapécuaro, se vinculen hacia mercados con características de comercialización y exportación.</p> <p>2. El aprovechamiento de los recursos locales, la <i>organización</i> productiva, el talento, la visión empresarial, el nivel de <i>capacitación y la innovación</i> tecnológica que han poseído un pequeño grupo de artesanos, son factores que han contribuido a que estos tengan una importante presencia en <i>mercados</i> regionales, nacionales e incluso internacionales.</p>	<p><b><u>Variable independiente:</u></b></p> <p>Capacitación e innovación tecnológica.</p> <p>Mercado.</p> <p><b><u>Var. Dependiente:</u></b></p> <p>Tipos y niveles de capacitación especializada.</p> <p>Tipos de tecnología.</p> <p>Vías de comercialización.</p>

<sup>8</sup> *Ibíd.* P. 615-16.

			convierte en trabajo "productivo". Todas las actividades laborales que no se realizan en la forma de una empresa organizada sobre principios capitalistas no se incluyen en el sistema capitalista de producción.		
Desde inicios de los años ochenta y hasta la fecha, las políticas públicas gubernamentales, instrumentadas hacia el desarrollo artesanal, han tenido un bajo impacto y no han contribuido a mejorar los niveles de productividad y comercialización.	3. Revisar y analizar cual ha sido el impacto que ha tenido el gasto público en materia de productividad artesanal y en qué medida ha contribuido a mejorar las condiciones productivas artesanales.	3. ¿Indagar cuáles han sido las causas por las que las políticas públicas encaminadas a fortalecer la actividad artesanal, no han favorecido el impulsar el desarrollo artesanal en las comunidades en estudio?	En México desde el año de 1920, el aparato del Estado ha sido el impulsor determinante del desarrollo de las fuerzas productivas. Esta función debe también entenderse como una forma en que el sistema político ha operado como instrumento de control y legitimidad hacia los sectores más vulnerables como lo es el artesanal. Para ello, el Estado en sus estrategias de desarrollo, ha creado una amplia red de organismos e instituciones relacionados con el crecimiento económico y que han participado de forma directa en el proceso productivo, aunque muchas de ellas hoy desaparecidas. Pero tales políticas de fomento artesanal han sido ineficientes al estar actualmente la inmensa mayoría de artesanos viviendo en la pobreza.	3. Los bajos niveles de gasto público en materia de desarrollo artesanal, aunado a la carencia de programas eficaces, han contribuido a que dicha actividad presente bajos niveles de productividad en la zona.	<b><u>Variable independiente:</u></b> Política pública <b><u>Var. Dependiente:</u></b> Gasto y tipos de programas en desarrollo artesanal y agrícola. Niveles de productividad.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

Este capítulo pretende generar una discusión teórica relacionado con el tema artesanal, en la cuál intentamos determinar nuestro posicionamiento sobre el impulso de la actividad artesanal. Para tal caso, empezamos definiendo algunos conceptos referidos a la artesanía y la alfarería. Subsecuentemente, centramos la discusión en los planteamientos desarrollados por Marx específicamente cuando se refiere a que toda actividad que no genera ganancia es una actividad improductiva, dado que la producción artesanal es una forma de reproducción simple que genera escaso valor económico y está conceptualizada como una actividad pre-capitalista dado su forma de producción prevaleciente.

Aquí mismo, presentamos una discusión teórica del significado de las culturas populares en el capitalismo, así como sus efectos dada la globalización. Subsecuentemente, discutimos los principales elementos de la actividad artesanal, su forma familiar de producción, pero nos enfocamos a conceptualizar lo referente a la actividad alfarera artesanal, por ser una de las ramas artesanales que más significado cultural tiene dentro de la artesanía, además de ser la rama artesanal que se practica en las localidades de estudio.

Además, adicionamos la discusión teoría del significado que tienen las empresas familiares y las culturas populares en el capitalismo para que finalmente, se discuta algunos elementos teóricos sobre el desarrollo de las políticas de fomento artesanal que se han implementado en México para el desarrollo de la actividad; pero no sin antes mencionar además, los aspectos teóricos encaminados al desarrollo local.

Finalmente, terminamos abordando los elementos que se han delineado sobre el desarrollo de las políticas de fomento artesanal implementadas en México para el desarrollo de la actividad, así como también definimos los aspectos metodológicos de la presente investigación, así como también de revisar la importancia que

tienen los enfoques de las teorías del desarrollo local; proceso que surge como alternativa para impulsar el desarrollo local en las localidades.

## 1. SIGNIFICADO DE LA ARTESANÍA: CONCEPTOS Y DEFINICIONES

Discutir algunos conceptos sobre la artesanía, nos lleva a pensar a que se refiere a una actividad creativa de producción de objetos realizados con predominio manual o con el auxilio de maquinarias simples para obtener un resultado final individualizado, determinado por patrones culturales e históricos.

También es una actividad cultural que aprovechando los recursos naturales y humanos locales, suprime sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas en productos con características únicas.

Para Victoria Novelo<sup>9</sup>, al discutir el tema sobre artesanías “se habla de ellas como obras de arte, como signo de subdesarrollo, como vía para el mejoramiento del campesino desocupado, como parte fundamental de la cultura nacionalista, como equilibradoras de la balanza comercial deficitaria del país, como terapia ocupacional, etc.,”. Para unos son señaladas como obras plásticas que elaboran los indígenas, incluso las producidas en épocas prehispánicas; para otros son todo lo que se produce manualmente.

¿Pero qué es lo que define a las artesanías? Esto tiene que ver a que son producidas por indígenas o campesinos, por su elaboración manual y anónima, el carácter rudimentario y tradicional.

Para Novelo, aquí reside la falla metodológica que nos lleva a seguir polemizando sobre las definiciones entre el arte popular, artesanías, artesanías artísticas, manualidades, etc., y al respecto nos dice lo siguiente:

---

<sup>9</sup> Novelo, Victoria, *Artesanías y Capitalismo en México*. Centro de Investigaciones Superiores. Instituto Nacional de Antropología. SEP-INAH. Primera Edición. Editorial, Casa Chata, México, 1976. pp.7-8.

*“Pienso que la diversidad de criterios para definir a las artesanías se debe a que se habla de ellas como resultado y no como proceso. La necesidad de explicar el proceso de producción de artesanías adquiere mayor importancia puesto que uno de los criterios mas utilizados para la definición del concepto destaca el papel del trabajo manual en la elaboración del producto [...]”.*

De este modo apareció como la cuestión fundamental de estudio de las formas de producción de artesanías, esto es, la manera en que los individuos, como productores, se presentan ante su objeto y sus instrumentos de trabajo; las relaciones que se entablan entre aquellos en el proceso de producción y el producto resultante.

La artesanía tiene que ver con “objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías”<sup>10</sup>. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la “identidad”, y deben conservar técnicas de trabajo tradicionales y diseñados autóctonos de una determinada región. De esta forma, estos objetos se convierten en expresiones de gran belleza por su diseño, forma y material que generan una gran gama de sensibilidad, imaginación, colores, tamaños y usos.

Además, la artesanía es toda aquella obra o trabajo que se realiza manualmente y con poca intervención de maquinaria, normalmente son objetos decorativos y de uso común, donde se busca imprimir el sello único del artesano. Los conocimientos sobre la creación del también llamado arte popular, es transmitido de padres a hijos lo que trae como consecuencia un importante reencuentro familiar y sociocultural de hombres y mujeres que comparten roles, funciones y saberes específicos.

---

<sup>10</sup> Galán, Beatriz, “Identidad e imagen del artesano urbano. Promoción y canales de comunicación del producto artesanal urbano”. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo. Buenos Aires Argentina. 2007.

Actualmente la artesanía la encontramos funcionando sobre todo en áreas rurales y muchas veces en forma paralela a la producción agrícola, el pastoreo o la pesca. La producción artesanal es una de las actividades más importantes para la mayoría de las familias del campo, y representa para ellos su principal fuente de ingreso; es una de las actividades que toca todas las áreas del desarrollo humano: cultural, social, científico, educativo y económico. Aunque es arte, también es un negocio, y para ser competitivo debe producirse con eficiencia y calidad. Hablar de artesanía, “es hablar de expresiones y de sentimientos creados en objetos por las manos del hombre”<sup>11</sup>.

Así, “los grupos indígenas de México poseen una economía fundamentalmente productora de valores de uso, es decir, dirigida principalmente a la autosuficiencia local y/o zonal”<sup>12</sup>. En las comunidades indígenas de México y América Latina y como se mencionó anteriormente, “la actividad artesanal es de hecho un trabajo complementario de la agricultura”<sup>13</sup>. Aquí, la familia extensa tiende a buscar el equilibrio interno de la organización económica del conjunto social del cual forma parte, encontrando alternativas, expectativas y adaptaciones a las fluctuaciones que se presentan en el proceso de intercambio de mercancías así como otras demandas de los componentes del grupo; a la variabilidad del volumen de producción, replegándose a la subsistencia, incluso, a la infra-subsistencia.

Ello supone que la satisfacción de las necesidades más apremiantes o básicas, como son las de alimento, vestido, vivienda, salud y energía a través de las cuales la etnia se reproduce materialmente, se logra esencialmente a partir de los productos obtenidos de la naturaleza y no de los provenientes de la sociedad de consumo, aunque no se excluye un determinado empleo de ellos y de su circulación entre comunidades con economías complementarias. Es decir, de aquellas comunidades que tienen una actividad fundamental ya sea agrícola,

---

<sup>11</sup> Hernández Girón, José de la Paz, Domínguez Hernández Ma. Luisa y Areli Orquídea Ramos Sánchez, “Canales de distribución y competitividad en artesanías”, en: *Revista Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, septiembre-diciembre, Vol. 9, número 25. Universidad de Guadalajara Jalisco, México, 2002. p.153

<sup>12</sup> Acevedo Valerio, Víctor A., *Economía Indígena, fuerza de trabajo y excedente económico en la meseta tarasca*. Facultad de Economía, UMSNH. 1997. p. 83.

<sup>13</sup> Jiménez Castillo, Manuel, *Huáncito. La alfarería en una comunidad purépecha*. Ed. Casa abierto al tiempo. Universidad Autónoma Metropolitana. Azcapotzalco. México, 1982. p.18. .

forestal, ganadero o artesanal y otra que le sirve de complemento para obtener el ingreso necesario para vivir.

La idea que se ha generalizado, es que las artesanías son aquellos objetos que se producen en forma manual, principalmente por campesinos e indígenas, el objeto en sí mismo se supone es parte del bagaje cultural del artesano. Éstas se elaboran expresamente para la venta en el mercado capitalista, se valorizan a precios muy bajos y sus principales consumidores son los turistas<sup>14</sup>.

En este sentido, las artesanías son un “pretexto” o “instrumento” a través del cuál es posible comprender la conformación de una región histórico económica, y comprender además las relaciones que tienen las comunidades productoras de artesanías (artesanías como mercancías o como objetos de consumo interno) con el resto de la región o del país, así como todas las relaciones sociales que se dan al interior de la comunidad<sup>15</sup>. La producción artesanal tiene un antecedente histórico e ideológico, su artesanía se elabora en comunidades y donde el objetivo de vender es primeramente para satisfacer las necesidades cotidianas como vestido, vivienda, utensilios domésticos y herramientas para el trabajo agrícola y artesanal.

Sin embargo, no podemos explicar el auge de las artesanías, junto al avance industrial si las concebimos como supervivencia atávica de tradiciones u obstáculos disfuncionales para el desarrollo. Según nuestro punto de vista es que éstas subsisten y crecen porque cumplen funciones en la reproducción social y la división de trabajo necesarias para la expansión del capitalismo.

## 1.1 La alfarería

---

<sup>14</sup> Vallarta Vélez, Luz del Carmen y María Teresa Ejea, Mendoza, *Antropología Social en el Sureste de México: Dos Estudios*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Cuadernos de la Casa Chata. Vol. 5, Primera Edición. México, 1985. p. 6.

<sup>15</sup> *Ibidem*. p. 4.

En el apartado anterior hemos definido algunos conceptos relacionados con la artesanía. Hemos afirmado, que éstas tienen que ver con obras de arte, como objetos artísticos con un gran significado cultural, y que son elaborados por manos de grupos indígenas y campesinos, etc. Así, cuando hablamos de artesanía, nos estamos refiriendo a todos aquellos objetos producidos por grupos indígenas de manera general, sin describir sobre que tipo de artesanía producen. Sabemos que la artesanía comprende un concepto culturalmente muy amplio. En cada una de las regiones de México y Michoacán se producen y encontramos varias ramas de la artesanía; y la alfarería artesanal es una de ellas.

En efecto, la alfarería es precisamente una de las diversas ramas de la artesanía mexicana, que se produce y que encontramos en los distintos pueblos indígenas de México y Michoacán. A los productos elaborados manualmente con barro molido y cerámica principalmente, se le llama alfarería artesanal<sup>16</sup>.

La alfarería artesanal es uno de los oficios más antiguos que hasta nuestros días ha acompañado a la humanidad, este hallazgo permitió elaborar objetos con el fin de obtener, almacenar y preparar los alimentos, además de hacer posible el modelado de piezas que representan diversas deidades desde culturas milenarias. Es una tarea en la que por igual participan hombres, mujeres y niños.

En México, en la época prehispánica se elaboran piezas con técnicas de alisado y bruñido, decorados con acabados conocidos como pastillaje, incisiones y figuras pintadas al negativo con tierras de varios colores.

En Michoacán, gracias a los descubrimientos arqueológicos se conoce una amplia variedad de ejemplares de estas técnicas.

El proceso de fabricación de la alfarería artesanal es en términos generales de la siguiente manera: extracción de barro, molido, amasado, moldeado o modelado y quema.

---

<sup>16</sup> Información proporcionada por el Departamento de Capacitación. Casa de las Artesanías del Gobierno de Michoacán de Ocampo. Morelia, Michoacán, 2009.

- **Extracción de barro, molido y amasado:**

De los terrenos aledaños a las localidades el barro es extraído prácticamente a flor de suelo con picos y palas, transportado en burros, carretillas o camiones. En el taller se desmenuza y se muele utilizando morteros de piedra, metales o molinos eléctricos; posteriormente separan con un cernidor el barro molido de las piedras y se remoja dejándolo reposar en un par de horas o hasta por un día para finalmente amasarlo.

- **Moldeado o modelado:**

Cuando el barro esta listo, a partir de un trozo aplanado, con la masa del barro se le empieza a dar forma a la pieza, para las ollas, jarras u otros enseres de cocina, para ello se utilizan moldes duplos o en algunos casos, se “levanta” la pieza a partir de tiras o rollos del propio barro. Antes de moldear la pieza se aplica un desmoldante como ceniza, o tierra arenosa y blanca (sílica natural) conocido como tizar y sobre esta, una tortilla de barro, la cual se va presionando de manera que cubra todo el molde. Así se hace en diferentes partes del molde, se unen las partes que conformaran la pieza, luego se pone a secar al sol. Ya seca y separada del molde los alfareros raspan las marcas externas de las uniones del molde; posteriormente utilizan olotes, retazos de tela o piedras de rio para alisar la superficie; mas adelante añaden las asas hechas con una tira de barro y se afinan los bordes. La última etapa termina, cuando después de haber secado la pieza, se pule con alguna fibra áspera para después decorarla.

- **Quema:**

La quema es la parte del procedimiento en la que las piezas se cosen. Como preparación se orea al imperie y se secan alternativamente al sol y a la sombre según el clima, para que pierdan humedad antes de quemarlas.

Las culturas precolombinas disponían de un agujero de poca profundidad en la tierra, donde colocaban los enseres cubiertos de hojarasca y leña a los que prendían fuego. Generalmente la quema se hacia durante la noche y las piezas

eran retiradas hasta que enfriaban por completo. Esta manera de coser los objetos de barro sigue vigente en algunas comunidades de Michoacán.

En la época de la Colonia los oficiales ceramistas europeos introdujeron el horno colonial, a cielo abierto con cámara de cocción y fogón en la parte inferior el cual se popularizó, siendo en nuestro país el más usado hasta nuestros días. En este horno las quemas también son nocturnas ya que los artesanos se guían por la intensidad del color de la atmosfera interior del horno para reconocer el grado de cocción del barro.

Actualmente es utilizado el horno “*cepan*” que se construye con los mismos materiales y que permite mejores condiciones de quema, en beneficio del propio artesano y del producto.

- **Alisado:**

El alisado es el término más sencillo y antiguo de la alfarería, conserva técnicas ancestrales de elaboración y particularidades en los materiales utilizados, pues mientras en otra alfarería se busca moler solo arcilla fina, en ésta puede mezclarse con tierra de grosor medio.

Una de las principales técnicas que tienen que ver con la alfarería tradicional encontramos a la vidriada, alta temperatura, bruñida y alfarería policromada.

- **Alfarería vidriada:**

En la alfarería tradicional, las piezas que van decoradas, se decoran en crudo a base de engobes y con pincel. Luego de realizarse la primera quema, se retiran del horno, posteriormente las gretean o esmaltan, con ello los artesanos logran mayor impermeabilidad, brillo y resistencia. Este esmalte es empleado principalmente en las vajillas y enseres de cocina; luego llevan a cabo la segunda quema, de nuevo se acomodan las piezas en el horno, esta vez teniendo cuidado que no se peguen una con otras.

- **Alfarería a la alta temperatura:**

Se caracteriza por la quema realizada en horno de gas, el cual alcanza mayores temperaturas que los de leña. Las piezas aunque pasan por el mismo procedimiento que en otros acabados, lleva una acilla de características cerámicas superiores a las del barro o que son utilizadas como materia prima en procesos industriales. Esta elaboración con arcillas requiere de técnicas y tecnologías mas especializadas que la alfarería tradicional.

Los artículos elaborados son horneados en una o dos quemas, dependiendo de las características de las arcillas utilizadas, a temperaturas superiores a 1150°C con esmaltes más resistentes.

Se sabe que la pieza esta quemada a la alta temperatura porque cuando se golpea esta tiene un sonido metálico.

- **Alfarería bruñida:**

La alfarería bruñida sigue los mismos pasos de una pieza alisada; consiste en hacer la textura lisa, una lisa lustrosa; para ello los artesanos echan mano de piedra de rio, de pedazos de plástico o vidrio liso con los que frotan la superficie hasta “sacarle brío”. En algunas comunidades, los alfareros dan un baño de engobe (tierra de color disuelta en agua) al exterior de la pieza, la cual dejan secar antes de bruñirla.

Este acabado ornamental es conocido desde tiempos precortesianos, hace que los poros de barro se cierren y con la quema proporcionan mayor impermeabilidad a los utensilios.

- **Alfarería policromada:**

Diferentes representaciones emergen de las manos artesanas, figuras humanas de animales, catrinas, utensilios de cocina, etc., imprimiendo en cada una, características peculiares. Los artífices han innovado en sus creaciones; el barro les permite modelar sus más profundos pensamientos así como su cotidianidad. Figuras zoomorfas y antropomorfas por lo general se moldean a mano, uniendo pedazos de barro y utilizando la técnica de pastillaje para decorar y en algunas piezas como las catrinas, se utilizan moldes en la elaboración de determinadas partes del cuerpo.

Las figuras habitualmente llevan una solo quema, se dejan enfriar toda la noche y al día siguiente el proceso se completa dando color con pigmentos acrílicos y en ocasiones oleos, como sucede en el caso de las catrinas que no son vidriadas. Además, algunos artesanos utilizan pinturas vinílicas aplicando algunas veces una capa de barniz para que brille. En el caso de las miniaturas como vajillas de barro, estas se hacen al igual que la loza de uso común siendo el esmaltado el toque final. En su mayoría las mujeres son las creadoras de la alfarería policromada, ellas son quienes idean y moldean, mientras que los hombres son los encargados de traer el barro, conseguir la leña y vigilar la cocción.

## 2. FORMAS DE ORGANIZACIÓN ARTESANAL

Para Victoria Novelo<sup>17</sup>, la organización artesanal está sustentada en cuatro tipos. Al respecto estas son: la producción familiar, el pequeño taller capitalista, el taller del maestro independiente y la manufactura.

1.- **La producción familiar:** la forma familiar de producción es la que aún identifica a la mayor parte de los productores. Ésta muestra formas de producción más arraigadas, que son parte de sus costumbres y tradiciones; existe una división de trabajo por sexo y edades; en su totalidad la producción es realizada por la familia, desde la recolección de la materia prima hasta la terminación del producto. En esta forma de producción, encontramos al artesano más tradicional

---

<sup>17</sup> Novelo, Op., Cit. 1976. pp. 93-222.

en su organización y su tipo de producción y de algún modo el mayoritario en número, es el que está en manos del intermediario y del comerciante, y es en síntesis, el más explotado y vulnerable del sector.

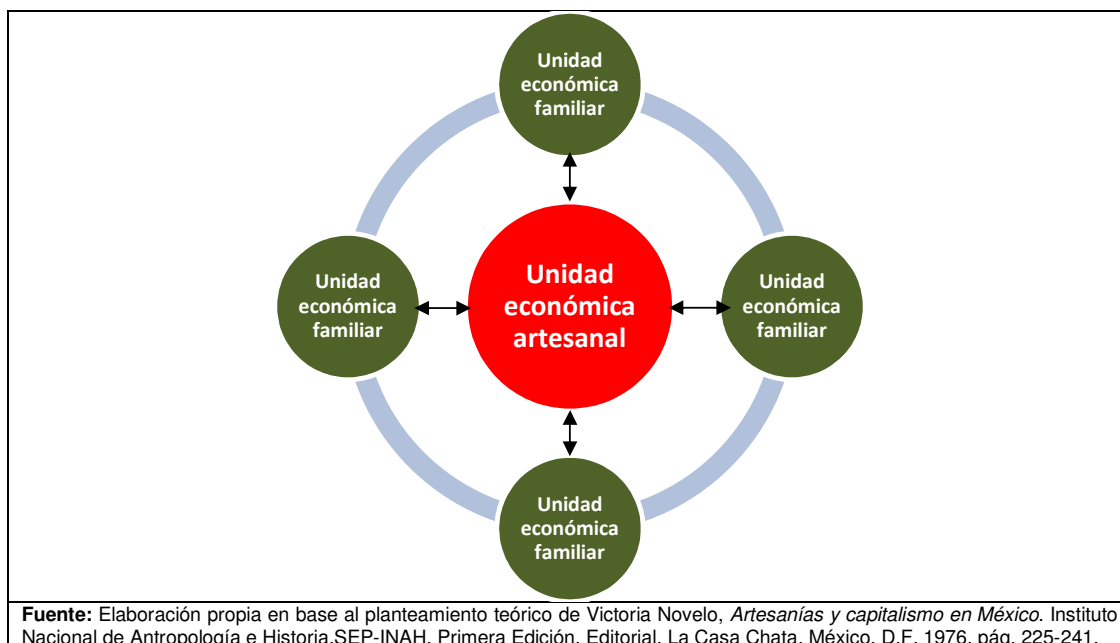
La forma familiar de producción que identifica a la mayoría de los artesanos tiene que ver a lo que sustenta la economista Martha Landa: dentro de la organización de la unidad campesina, en Michoacán encontramos que “la mayoría de las unidades productivas ocupadas en la alfarería o artesanía son Unidades Productivas Familiares (UPF) y no Unidades Productivas Empresariales (UPE)”<sup>18</sup>.

Al respecto, esta investigadora afirma que estas unidades productivas no se rigen por intereses empresariales. Esto significa que la mayoría de los artesanos alfareros orientan y guían sus acciones en base a un sistema de valores muy diferentes al que predomina en nuestra sociedad. Lo cual tiene sentido, a que la artesanía ha cumplido y cumple funciones importantes en México, en el aspecto cultural constituye una forma de expresión popular que fortalece la identidad nacional, y en el campo social significa el mantenimiento y recreación de tradiciones sociales y costumbres religiosas.

Sobre la forma familiar de producción, ésta se identifica como la forma más arraigada y tradicional; aquí todos los miembros de la unidad económica participan activamente sin importar su edad (padres e hijos, abuelos, familiares, etc.), manifestando una estrecha relación entre las unidades económicas familiares de parentesco (ver figura, 2).

**Fig. 2. Relación de producción en la forma familiar de producción tradicional.**

<sup>18</sup> Landa, Martha, “Las Unidades Productivas Alfareras en el Contexto Actual”, en: *Ciencia Nicolita*, Núm. 9. Revista de la Coordinación Científica de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Michoacán, México, 1995. pp.47-49.



2.- **El pequeño taller capitalista:** éste se caracteriza por tener ya obreros que añaden más fuerza de trabajo a la producción, la cual está dirigida por el dueño del taller, por lo que tiene una mayor inversión en instrumentos de trabajo; la división del trabajo no es total: el jefe de familia todavía participa en el proceso de producción, hay aprendices que son capacitados por los artesanos, y luego se convierten en empleados y hay otros empleados que han estudiado el oficio en escuelas especializadas.

El pequeño taller capitalista, conserva vestigios de la economía campesina y de las formas familiares de producción en la medida que el jefe de la familia continúa participando como artesano<sup>19</sup>.

Este grupo se ha ido especializando en la producción de objetos suntuarios y decorativos, prácticamente por encargo y es el que gana los concursos promovidos por instancias oficiales. Según la autora Marta Turok, esta élite se ha venido formando en las últimas cuatro décadas del siglo XX, a la vanguardia del

<sup>19</sup> Turok, Marta, *Como acercarse a la artesanía*, Secretaría de Educación Pública. Gobierno del Estado de Querétaro, Primera Edición, Editorial Plaza y Valdés, 1988. p. 113.

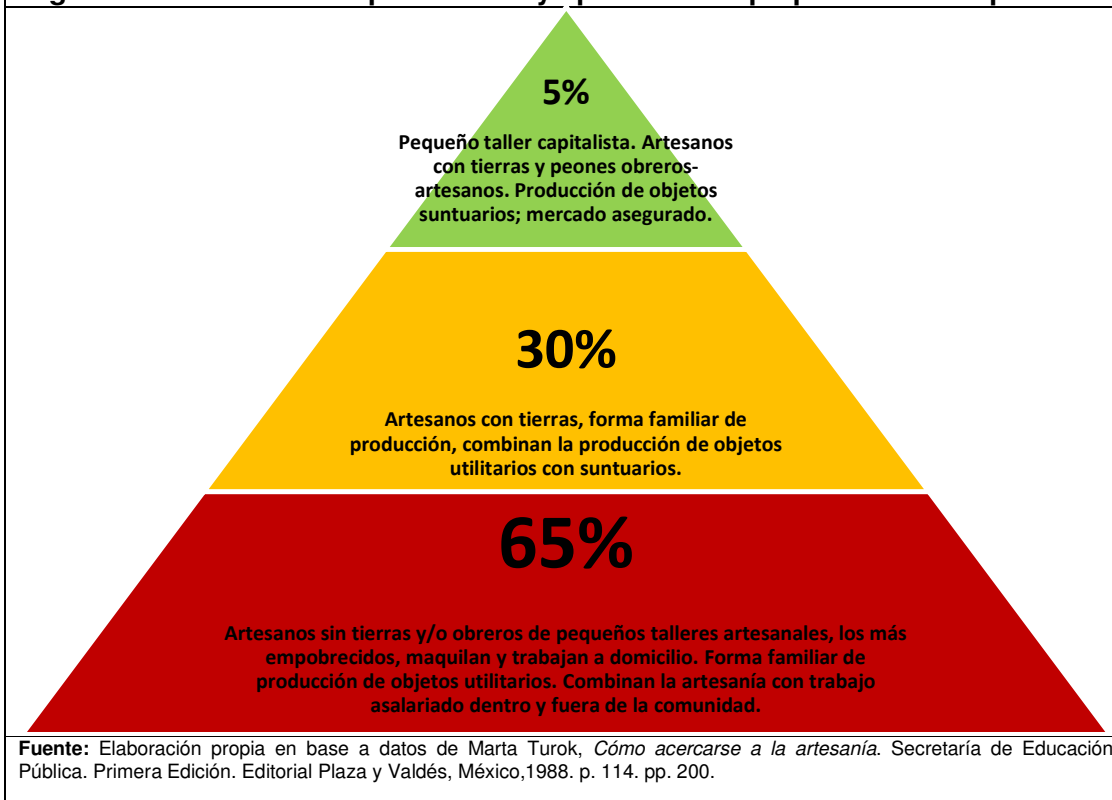
mercado de consumo en su medio por razones difíciles de precisar: ¿trabajo?, ¿talento?, ¿suerte?, ¿visión?...

Sobre la primera y segunda forma de organización artesanal que hemos explicado, se conoce que ambas producen en una actividad que se complementa sus ingresos con la agricultura, pero cada día resulta más insuficiente el acceder a un pedazo de tierra, para un grupo creciente de familias y comunidades artesanas. Al respecto Martha Turok, agrupa a tres grupos de artesanos que padecen una problemática específica con la tenencia de la tierra. En el primer grupo, sostiene que el 65% de las familias en comunidades estudiadas en algunos estados del país, padecen esta situación, que agrava aún más su empobrecimiento.

Un segundo grupo, conformado por el 30% de la población artesana de una comunidad dada, a diferencia del primero, todavía tiene acceso a tierras de cultivo, aunque solo un porcentaje pequeño las trabajará directamente y las prestará a terceros (medieros) o contratará peones. Esta preferencia por la actividad artesanal sobre la agrícola obedece a que resulta más benéfica la primera, y la segunda solo apoya la economía familiar. En conjunto, es grupo se sitúa por encima de los niveles de subsistencia del primer grupo.

Por último, el tercer grupo cubre tan solo el 5% de lo artesanos y cuyas características son el de tener tierras (en la mayor parte de los casos) que no trabaja directamente, sino contratando peones y medieros; incorporar a obreros-artesanos como asalariados en diversas tareas dentro de las fases menos especializadas del proceso técnico, sin que ello se consume la plena división del trabajo, con lo que nace el pequeño taller capitalista. Sobre estas dos formas de producción (producción familiar y pequeño taller capitalista), puede verse la pirámide en la fig. 3.

**Fig. 3. Forma familiar de producción y aparición del pequeño taller capitalista.**



**3.- El taller del maestro artesano independiente:** esta forma de organización remite a procesos que realiza una persona, dueña de sus medios de producción (materiales e instrumentos), que trabaja en un taller individual y en un espacio relativamente reducido. Aquí, su capacidad de producción es limitada y los objetos son, casi por definición, del orden suntuario y simbólico religioso.

Este tipo de artesano lo identificamos por producir mascarar, pintor popular, tallador, joyero de arracadas, aretes, dijes, cadenas, etc., quien trabaja básicamente por pedidos y para las ferias regionales. En ocasiones, por ejemplo, cuando aumentan las presiones económicas y aumenta el consumo, también puede convertir su taller en pequeños talleres capitalistas y puede contratar mano de obra asalariada, así como diversificar sus diseños para darle gusto al nuevo cliente urbano.

4.- **El taller de la manufactura:** se considera a la organización que reúne en un taller a obreros especialistas en operaciones parciales del proceso de trabajo; la división del trabajo es completa; existen instrumentos de trabajo para aligerarlos procesos. En esta organización es factible aumentar la productividad y el volumen de productos según las necesidades del mercado.

En esta última forma de producción, según Martha Turok, presenta una serie de problemas e interrogantes para explicarla y dice que ésta se ubica en el “filo de la navaja” entre la artesanía y la industria; incluso se le conoce también por industria artesanal, industria rural, “cottage-industry” o microindustria<sup>20</sup>.

Una de las características esenciales de la manufactura radica en que el dueño del taller o empresa deja de participar directamente como artesano para convertirse en empresario capitalista. Se emplea exclusivamente personal asalariado, en contraste con las otras formas de producción ya explicadas. La división del trabajo es total y de tipo fabril, en la que cada trabajador se especializa y realiza repetidamente una sola operación, lo que viene a modificar la relación vertical e integral que guarda el artesano con los materiales y procesos de producción en las primeras formas. El diseño y decoración de las piezas recae en los profesionales del ramo y por sugerencias de los dueños e intermediarios. Otra de las características de esta forma de producción, es el trabajo a domicilio a talleres familiares o individuales, predominando el pago a destajo o maquila tanto en el taller como a domicilio, y por último, la producción de objetos que aquí se produce, son objetos inminentemente decorativos y suntuarios, consumidos por las capas medias y altas nacionales e internacionales, quienes buscan la diferenciación de lo distintivamente “hecho a mano”.

Finalmente, una vez que hemos explicado cada una de las cuatro formas de la organización artesanal, podemos concluir diciendo, que la producción familiar muestra formas de producción más arraigadas, que son parte de sus costumbres y tradiciones; existe una división de trabajo por sexo y edades; en su totalidad la

---

<sup>20</sup> *Ibidem.* p. 117.

producción es realizada por la familia, desde la recolección de la materia prima hasta la terminación del producto. En cambio, el pequeño taller capitalista, éste conserva principios de la forma de producción familiar, y se diferencia del anterior por tener ya obreros que añaden más fuerza de trabajo a la producción, sin embargo, al igual que la forma anterior, el jefe de familia sigue participando en el proceso productivo. En el taller del maestro artesano, en síntesis encontramos un pequeño taller individual, su producción es netamente local y tiene cierta homogenización con la segunda forma de producción, al coincidir a que éste también puede adquirir mano de obra asalariada y finalmente, el taller de la manufactura, el cuál marca características heterogéneas con los tres anteriores, porque su organización de la producción es más especializada y la división del trabajo es completa. Ahora el objetivo mayor es la de aumentar la productividad y por ende la ganancia. Además, el dueño pasa de ser un artesano a empresario capitalista y en el proceso productivo solo se emplea personal asalariado.

### **3. LA ARTESANÍA COMO UNA FORMA DE REPRODUCCIÓN SIMPLE**

La primera característica de la producción mercantil simple está basada en la existencia de un importante número de unidades artesanales y campesinas de producción, donde el trabajo familiar no asalariado son la base de la reproducción de la familia.

Pero al artesano bajo su lógica de producción, opera en su taller con muchos sacrificios y tropiezos, porque carece de recursos económicos, por lo cuál no le queda otra alternativa que la de vender su propia fuerza de trabajo en algunas épocas del año para lograr cubrir su más esenciales necesidades como de la alimentación, vestido, calzado y otras. Es aquí cuando se empiezan a desarrollar las relaciones mercantiles de trabajo y el artesano emplea su fuerza de trabajo como asalariado.

Una segunda característica, es que la producción artesanal se comercializa bajo la relación del mercado capitalista, aunque su lógica de producción sea entendida como pre-capitalista.

Una tercera característica de la producción simple, se basa en las precarias condiciones de trabajo en el proceso de producción en la que participan los artesanos. Sus instrumentos de trabajo históricamente siguen siendo incipientes, toscos y pesados; ocasionando con ello condiciones insalubres, pero desde luego logran darle a éste un escaso valor a su producción.

Una cuarta característica tiene que ver a que sus procesos productivos se desarrollan de manera simple. Aquí el dueño del taller artesanal y sus familiares cuando inician la elaboración de un producto intervienen sus manos desde su inicio hasta su terminación definitiva. Es decir, trabaja a su vieja manera artesanal; no hay división productiva en sus fases aunque si existe división de trabajo por edades y sexo dentro de la unidad económica familiar. Pues el artesano ejecuta el mismo las diversas operaciones secuencialmente hasta terminarlos. Esta característica limita y no le permite generar un mayor valor a su producto.

La anterior, es una de las características más marcadas de la producción artesanal, porque su proceso de producción es compuesto en fases particulares, es decir, existen diversas “operaciones parciales” en el que el obrero utiliza su habilidad e instrumentos simples hasta dejarlo terminado y ésta destreza artesanal es lo que distingue con respecto a otras formas de producción. Al respecto, Marx expone lo siguiente:

*“El artesanado continúa siendo la base, base técnica estrecha que excluye, en realidad el análisis científico del proceso de producción, ya que todo proceso parcial recorrido por el producto debe ser ejecutable como trabajo parcial de índole artesanal. Precisamente porque de ésta manera, la destreza artesanal continúa siendo la base del proceso de producción, cada obrero queda ligado exclusivamente a una función parcial y su fuerza de trabajo se transforma en órgano vitalicio de dicha función”<sup>21</sup>.*

---

<sup>21</sup> Marx, Karl, “División de Trabajo y Manufactura”, *El Capital*, Tomo I, Vol. 2, Cap. XII, Editorial, Siglo XXI Editores, S.A, de C.V, Primera Edición, México, 1975. p. 412.

Pero en la actualidad este mecanismo de producción sigue siendo una función exclusiva que no le permite al artesano generar valor o ganancia en su producto, por lo que debe haber modificaciones cuidadosas para no desvirtuar su modo manual, para reorientarse hacia una producción que si genere ganancia.

Es decir, su producción debemos encaminarla, a la obtención de artículos que produzcan mayores valores para el artesano.

Recordemos que la fuerza de trabajo es la única creadora de plusvalía, al echar andar el proceso de producción del capital adelantado  $[c + v]$  (capital constante más variable), la fuerza de trabajo es parte de este proceso de valorización de los nuevos artículos creados, el obrero no solo reproduce el capital variable por el cuál es contratado, sino que también produce plusvalía.

El beneficiario en el proceso de reproducción en el capitalismo, es el capitalista; porque en el proceso de producción los obreros reproducen la riqueza material en capital, en medios de explotación de valores y en medios de disfrute solo para el capitalista.

Dentro de la economía de producción simple, el capital variable y la ganancia forman parte de una sola unidad. Esto se debe a que al calcular el valor de la fuerza de trabajo familiar, observamos un déficit o sus ganancias muy bajas. En la mayoría de los casos, los campesinos no reciben el valor completo de la fuerza de trabajo familiar.<sup>22</sup>

Por lo tanto, el artesano no solamente no obtiene ganancias, sino que ni siquiera percibe un salario. Esto quiere decir, que el artesano no toma en cuenta cabalmente el valor de su trabajo, lo cuál se manifiesta en una confusión entre ganancia y el salario, pero en realidad sus ganancias (plusvalía) terminan siendo muy bajas. Lo que quiere decir que la producción mercantil simple les impide obtener plusvalía aunque en un determinado momento se contraten obreros.

---

<sup>22</sup> Carmona Rocha, José María Gerardo, "Las Transformaciones de las Estructuras Agrarias y Agrícolas en México", en: *Economía Agrícola de Michoacán*, Revista Economía y Sociedad Año 2, Núm. 3, enero-junio de 1997. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Escuela de Economía, UMSNH, 1997. p. 200.

Podemos decir que la ganancia campesina no es más que un salario auto-atribuido de manera general.

La economía campesina mercantil simple no es un factor que determine en forma alguna la fijación de los precios de los productos: estos son determinados por el mercado capitalista. La producción mercantil simple de los campesinos tienen objetivos limitados en cuanto a la obtención de un salario necesario y que no busca ganancias, no tan solo porque se refiere a su dinámica interna y las condiciones de unidad productiva que se lo impiden, sino por el carácter del capitalista.<sup>23</sup> Finalmente, hay que recordar que la reproducción ampliada es la que permite la capitalización.

#### **4. LA ACTIVIDAD ARTESANAL COMO UNA FORMA DE PRODUCCIÓN PRECAPITALISTA**

La actividad artesanal es considerada como una producción que trabaja con características y condiciones desfavorables por su modo de producción que provoca estancamiento; pero a la vez dominada por el mercado capitalista.

El sector campesino no capitalista está subordinado por el mercado capitalista y no está en condición de influir en la determinación de los precios agrícolas, ya que el precio individual de producción es inferior en el sector capitalista y éste fija los precios; el pequeño campesino se ve obligado a limitar sus aspiraciones a obtener un salario necesario.<sup>24</sup>

El límite no es la ganancia media, sino “el salario que se abona así mismo” el pequeño productor (entre los campesinos); a lo cuál concluye Marx que una parte del trabajo sobrante de los campesinos que trabajan en condiciones más desfavorables, es regalado a la sociedad y no entra para nada en la regulación de los precios de producción ni en la formación del valor.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> *Ibíd.* p. 201.

<sup>24</sup> *Ibíd.* p. 201.

<sup>25</sup> *Ibíd.* p. 201.

Cabe destacar, que la producción artesanal es una actividad que trabaja con muchas carencias en su proceso productivo; situación que lleva a entender que dicha labor sea considerada como poco productiva. Marx sostiene que el trabajo productivo es aquel trabajo asalariado que produce capital:

*“Solo es productivo el trabajador que produce plus-valor para el capitalista o que sirve para la auto-valorización del capital [...]. La producción de plus-valor absoluto trae aparejado que las condiciones de trabajo, propias de cosas, se transformen en capital y los trabajadores en obreros asalariados”<sup>26</sup>.*

Entonces, el trabajo productivo, desde el punto de vista de la producción capitalista, es el trabajo asalariado que, al cambiarse por la parte variable del capital, además de reproducir esta parte del capital (o sea el valor de su propia fuerza de trabajo) produce plusvalía para el capitalista.

Marx, parte del supuesto que todo trabajo que no genere ganancia, es un trabajo improductivo para el capitalismo.

Marx argumenta que este tipo de trabajos no son productivos por diversas razones. Primero, porque no son asalariados, perciben rentas como producto de una distribución social de la plusvalía; segundo, que no producen mercancías aunque aparezcan que están ayudando a reproducir la fuerza de trabajo como mercancía, pero en realidad es muy poco lo que los obreros perciben para poder obtener este tipo de servicios y que cada vez es menor la preocupación del capitalista por capacitar a la mano de obra pues las actividades industriales se van simplificando por el uso de la máquina, lo mismo que la atención médica es menor y otras. Tercero, al no vender su fuerza de trabajo por un salario y no producir ninguna mercancía, tampoco producen plusvalía.

Al respecto, Marx brinda una breve descripción en el Tomo I, en el Capítulo XIV:

---

<sup>26</sup> Marx, Karl, Op., Cit. 1975. pp. 616-617.

*“La producción capitalista no es ya producción de mercancías, sino que es, sustancialmente, producción de plusvalía. El obrero no produce para sí mismo, sino para el capital. Dentro del capitalismo, “solo es productivo el obrero que produce plus-valor para el capitalista o que trabaja para hacer rentable el capital”<sup>27</sup>.*

De las ideas de Marx, entendemos que solo es productivo el trabajo que se convierte directamente en capital o lo que es lo mismo, el trabajo que constituye el capital variable. En otras palabras, el trabajo productivo es aquel que se cambia directamente por capital, vale decir, el trabajo que el capitalista compra como capital variable con el propósito de usarlo para crear valores de cambio y plusvalía. El trabajo improductivo es aquel que no se cambia por capital, sino directamente por renta, por salario o ganancia y naturalmente, por los diversos elementos que forman la ganancia del capitalista, como son el interés y la renta del suelo.

De las definiciones de Marx, desprendemos dos conclusiones: primero, todo trabajo que el capitalista compra con su capital variable (salario) con el fin de extraer de él un ganancia o plusvalía es trabajo productivo, independientemente de que este trabajo se materialice o no en objetos y de que sea o no objetivamente necesario o útil para el proceso social de producción; segunda, todo trabajo que el capitalista no compra con su capital variable no es productivo desde el punto de vista de la economía capitalista, aunque ese trabajo pueda ser objetivamente útil y pueda materializarse en artículos de consumo que satisfagan necesidades humanas de subsistencia.

Así para Marx, el trabajo productivo significa, trabajo incorporado al sistema social de producción. A Marx le interesaba la cuestión de que producción social, de cómo la actividad laboral de las personas que no están empeñadas en dicha producción (por ejemplo el trabajo orientado hacia la satisfacción de actividades personales o al servicio de una casa) era trabajo productivo o improductivo.

---

<sup>27</sup> *Ibíd.* pp. 615-616.

Marx dio la siguiente respuesta a este problema. Todo sistema de producción se caracteriza por el conjunto de relaciones de producción determinadas por la forma social de organización del trabajo. En la sociedad capitalista el trabajo está organizado en la forma de trabajo asalariado, esto es, se organiza la economía de la forma de empresas capitalistas donde trabajadores asalariados trabaja bajo las órdenes de un capitalista y crean mercancías y rinden una plusvalía para el mismo. Según esta idea de Marx, solo el trabajo organizado en la forma de empresas capitalistas, que tiene la forma de trabajo asalariado, alquilado por él capital con el fin de extraer de él una plusvalía, se incluye en el sistema de la producción capitalista. Ese trabajo es trabajo “productivo”. Es decir, para Marx, todo tipo de trabajo organizado en la determinada forma social característica del sistema de producción considerado. Dicho de otro modo, el trabajo es considerado productivo o improductivo no desde el punto de vista de su contenido, o sea, en términos del carácter de la actividad laboral concreta, sino desde el punto de vista de la forma social de su organización, de su compatibilidad con las relaciones de producción que caracterizan al orden económico dado de la sociedad.

Según ésta apreciación de Marx, sobre trabajo productivo, la forma capitalista de organización del trabajo incluye el trabajo en el sistema de producción capitalista y lo convierte en trabajo “productivo”. Todas las actividades laborales que no se realizan en la forma de una empresa organizada sobre principios capitalistas no se incluyen en el sistema capitalista de producción.

Por consiguiente, solo el trabajo productivo organizado sobre principios capitalistas y por ende, incluido en el sistema de producción capitalista es trabajo productivo.

En este sentido, tomando las consideraciones anteriores de Marx sobre trabajo productivo, el trabajo del artesano es considerado como trabajo “improductivo”, no porque su trabajo no sea “útil”, sino porque no está constituido bajo los principios capitalistas.

Bajo este principio, entendemos que la producción artesanal es una actividad con características pre-capitalistas porque su modo de producción es contrapuesto a los principios capitalistas al operar con formas de producción muy arraigadas, con procesos de producción muy incipientes dando como resultado un escaso valor a sus productos.

Finalmente, ante el planteamiento de Marx, consideramos que la producción artesanal, es una actividad improductiva y pre-capitalista porque no produce ganancia para el productor, al suscribirse en un modo de producción lleno de contradicciones por lo que sus actuales esquemas productivos mantienen viviendo al artesano en un contexto de marginalidad y pobreza.

La orientación de su cambio hacia una forma de producción más productiva, debe ir encaminada hacia el mejoramiento de sus capacidades y de sus herramientas que utiliza; como claramente lo define Marx:<sup>28</sup>

*“La productividad del trabajo no solo depende del virtuosismo del trabajador, sino además de la perfección de sus herramientas [...]. En virtud de la cuál instrumentos de la misma clase adquieren formas fijas especiales para cada aplicación útil particular y su especialización, meced a la cuál cada uno de tales instrumentos especiales solo operan con toda eficacia en manos de un obrero parcial específico con rasgos característicos de la manufactura [...]. El periodo manufacturero simplifica, mejora y multiplica las herramientas de trabajo, adaptándolas a las funciones especiales y exclusivas de los obreros parciales”.*

## **5. LA FIJACIÓN DEL PRECIO EN LA PRODUCCIÓN ARTESANAL**

El sector artesanal considerado como no capitalista, no presenta condiciones para poder influir en la determinación de los precios porque su estructura productiva está subordinada por el mercado capitalista.

---

<sup>28</sup> Marx, Karl, Op., Cit. 1975. p. 415.

Debemos recordar que el valor de su propio producto está determinado por su propia fuerza de trabajo o por el trabajo socialmente necesario que el productor consumió en él. En esto Marx señala lo siguiente:

*“Es solo la cantidad de trabajo socialmente necesario, pues, o el tiempo de trabajo socialmente necesario para la producción de un valor de uso, lo que determina su magnitud de valor”.*<sup>29</sup>

Esto quiere decir, que el precio del producto del artesano se encuentra subvaluado, porque el artesano lo calcula en base a su fuerza de trabajo invertida bajo una forma de producción simple donde su valor queda lejos de obtener una ganancia.

Debemos de tomar en cuenta que al artesano pobre debe de interesarle que el precio de sus productos sean altos, pero a la burguesía rural o el capitalista se interesan por todo lo contrario, porque de esa manera mantendrá bajas las inversiones del capital constante y variable; es decir, le interesa mantener bajos los precios de las materias primas (capital constante circulante) y por otro lado, desde luego mantener bajos los salarios; es decir de su fuerza de trabajo.

La burguesía industrial está de acuerdo totalmente con la burguesía rural al fijar los precios en base a las condiciones impuestas por el sector agrario capitalista y no por costos de producción de las fincas campesinas. Es la burguesía en su conjunto la que se beneficiada del plus-valor, “regalado a la sociedad”.<sup>30</sup>

La explotación del campesino tiene un carácter estructural que es producto de las propias leyes de funcionamiento de la estructura capitalista dominante.

En la fijación del precio del producto artesanal, cuando el artesano recurre al mercado con el fin de comercializar su producto, su precio es apoderado y hay una transferencia de valor que pasa a manos del mercado, lo cuál origina una explotación de la fuerza de trabajo del productor.

<sup>29</sup> Marx, Karl, “El Proceso de Producción del Capital”, *Tomo I*, Vol. I, Editorial Siglo XXI Editores, S.A. de C.V., Primera Edición, México, 1975. p. 48.

<sup>30</sup> Carmona, Óp., Cit. 1997. p. 203.

Pero también existen otras formas de explotación del artesano como lo es la del capital comercial y la del capital usurero.

Es decir, el artesano no solamente se enfrenta al mercado capitalista sino también a un sin número de acaparadores y usureros tanto locales como nacionales, por lo que sus productos caen en manos de los intermediarios ante los cuáles abaratan sus mercancías.

Estos capitales (comercial y usurero) pueden verse como formas secundarias de explotación de la actividad artesanal. Por un lado, compran toda la producción de cada productor individual a precios muy por debajo a los precios medios del mercado y en segundo lugar, adelantan capital con características de producción a maquila imponiendo condiciones marginales de despojo productivo.

El comerciante y el usurero, se apropian de una parte del trabajo campesino; puede desaparecer el capital usurero y terminar con ello una forma parasitaria de extracción de plus-trabajo, pero no se pondrá fin a la explotación del pequeño campesino porque el mercado capitalista le seguirá imponiendo una explotación estructural, la existencia de un sector capitalista por un lado y por el otro, un sector no capitalista vinculado por un mercado, genera una situación muy compleja, en la cuál el proceso de la descomposición del campesino se hace con muchos tropiezos; sin embargo la presencia de acaparadores, intermediarios, comerciantes y usureros condena a los campesinos a la miseria y provoca un proceso de pauperización no proletaria; esta forma constituye una diferenciación del campesinado más bajo y atrasado.<sup>31</sup>

Pero no solamente el capital comercial y usurero establecen formas de explotación sobre el campesino o el artesano, hay que señalar que también el Estado lo hace de diferentes formas. En este caso, una forma importante de la producción mercantil simple desarrollada en las artesanías, es controlada por el Estado a través de un conjunto de instituciones como lo son el Fondo Nacional para el

---

<sup>31</sup> *Ibíd.* p. 203.

Fomento de las Artesanías (FONART) y las CASART distribuidas en todos los Estados del país, en lo que podemos denominar capitalismo de Estado.

Es a través de éstas instituciones u organismos de control en que el Estado regula facciosamente su producción al imponerles políticas de desarrollo ineficientes que se traducen en la ausencia de créditos viables para su producción y con tasas de interés prácticamente lejos del alcance de los artesanos, de tal manera que gran parte de sus productos al no tener opciones de comercialización, van a caer en las manos de éstos organismos que lejos de pagar un precio justo, succionan su ganancia y dejan al artesano sin la posibilidad de ayudarlo.

Hay que señalar que el conjunto de instituciones u organismos a cargo del Estado que se vinculan con la producción artesanal presentan dos caras: la primera tiene que ver a que su objetivo es la de impulsar y fomentar la producción de las artesanías, pero lo hace de manera ineficientemente; la segunda, impera a que estos organismos gubernamentales se convierten en intermediarios de cuello blanco que en su afán de ayudar al artesano operan como empresa capitalista.

Es decir, el sector estatal se encarga de financiar, controlar y distribuir parte de la producción cayendo en la lógica capitalista. En sus políticas de mejoramiento productivo, aplican subsidios a las unidades económicas no capitalistas, entendemos que solo para calmar el descontento de la población rural, aunque se contraponga muchas veces a la dinámica del capitalismo.

Finalmente, consideramos que bajo la lógica actual productiva de los artesanos, es difícil que éstos puedan ante el mercado incidir en la fijación de precios de manera más justa, dado las condiciones en la que producen. Pues su valor está determinado por su simple fuerza de trabajo, pero sin generar ganancia. A esta fuerza de trabajo hay que agregarle atributos como el de la innovación como lo dice Marx:

*“La fuerza productiva de trabajo está determinada por múltiples circunstancias, entre otras por el nivel medio de destreza del obrero, el estadio de desarrollo en que se hallan la ciencia y sus aplicaciones tecnológicas, la coordinación social del proceso, la escala y la eficacia de producción”<sup>32</sup>.*

Lo que nos da entender Marx, es que el valor (su precio) de un producto, será determinado sobre todo por el grado de desarrollo científico-tecnológico. En el caso del precio de un producto artesanal, es necesario que se mejoren los procesos productivos artesanales y que tomando en cuenta que los productos que imprime el artesano se diferencian de tener un sello cultural, manual y único, éstas características permitirá que el artesano pueda incidir en determinar un mayor precio en el mercado.

Pero además, tenemos que reconocer que el gran valor (precio) de la artesanía, consiste en que la producción artesanal tiene procesos de producción comunes y diferenciados, que derivan en un producto que tiene características de ser manual y único. Es decir, la actividad artesanal es una manifestación cultural en que su producción no es en serie y sus productos son únicos, por eso la razón de que se implementen mejores ideas productivas para proteger a la actividad y desde luego a los indígenas.

De todo esto, tenemos que aceptar que el problema de la artesanía no solo es económico, es cultural y antropológico. Consideramos que el problema radica en parte en que la artesanía ha perdido valor de uso, es decir su utilidad debido al desarrollo de la industrialización. Pues existe una lucha de choque entre la forma de producción no capitalista y capitalista, donde la última impone condiciones a la primera por las características que ya conocemos, pues el artesano es explotado al final del camino por el capitalista.

---

<sup>32</sup> Marx, Óp., Cit. 1975. p. 49.

El mercado de la artesanía no es el mercado en sí mismo, si no que son algunos cuantos nichos culturales sensibles que tienen un valor cultural especial que son patrimonio cultural que tendríamos que identificar para su comercialización.

Ante este contexto, estamos obligados a desarrollar estrategias para proteger a lo cultural, de lo contrario estaríamos dispuesto a que los indígenas desaparezcan. En este caso, si mejoramos y reemplazamos nuevas herramienta de trabajo y mejoramos procesos productivos sin desvirtuar los signos culturales que históricamente son cuidados por los artesanos, la actividad artesanal estaría en condiciones de mejorar su valor y su ganancia que injustamente hoy obtienen los artesanos.

## **6. LA UNIDAD EMPRESARIAL ARTESANAL (UEA) O PEQUEÑO TALLER CAPITALISTA COMO UNIDAD DE REPRODUCCIÓN Y CONSUMO**

En apartados anteriores hemos venido hablando de la unidad económica artesanal, unidades productivas artesanales, unidades económicas familiares, unidad campesina, etc. En estas serie de definiciones planteadas, hemos identificado elementos que coinciden que la unidad económica artesanal es aquella que con más regularidad la encontramos en las comunidades rurales e indígenas y esta constituida por la unidad orgánica de fuerza de trabajo familiar y medios de producción, etc.

Mi argumento central se basa en afirmar que en las localidades de estudio, encontramos a las llamadas unidades familiares artesanales y dentro de ellas hemos identificamos a las que llamaremos Unidades Empresariales Artesanales (UEA) ó el pequeño taller capitalista. La diferencia de ambas unidades radica en encontrar en la segunda, como nuestro objeto de estudio. Pero primero abordaremos más elementos de la primera y finalizaremos haciendo la diferencia con la segunda.

La unidad campesina o unidad económica familiar, “es aquella que con más frecuencia nos encontramos en el medio rural mexicano”<sup>33</sup>. Ciertamente no se trata de la empresa agrícola íntegramente mercantil y contratadora sistemática de fuerza de trabajo, muy próxima en su lógica interna a la empresa capitalista. Se tiene que reconocer “que la unidad campesina tiene rasgos distintos a los de una empresa capitalista”<sup>34</sup>. La gran mayoría de las unidades campesinas de nuestro país desarrollan una producción en alguna medida mercantil sin abandonar el autoconsumo y se basan en la fuerza de trabajo familiar aunque en muchos casos recurren al auxilio eventual de la mano de obra externa. Aquí la familia sigue siendo la unidad básica de reproducción de la economía campesina.

La economía campesina no constituye por sí misma un modo de producción. En base a unidades económicas campesinas no puede configurarse (ni se ha configurado históricamente) un sistema económico integral. Naturalmente la suma de unidades socioeconómicas campesinas, sometidas por una u otra vía al sistema dominante, presentan un comportamiento global; sin embargo, este comportamiento “solo cobra un carácter unitario y coherente precisamente por las modalidades de su subsunción al capital que lo refuncionaliza”. Es decir, la racionalidad de la economía campesina solo muestra y de manera relativa, a nivel micro, mientras que su comportamiento observado a nivel macroeconómico solo cobra racionalidad dentro de la lógica del sistema que la contiene. Ahora bien, si la racionalidad de la unidad socioeconómica solo existe a nivel micro y a la vez admitimos que las unidades campesinas se encuentran subsumidas dentro de un sistema económico dominante que les impone su propia lógica, se tiene que admitir que tal racionalidad no es mas que una abstracción unilateral pues se limita a explicar el comportamiento de una unidad socioeconómica dejando de lado la dinámica que le imprime el modo de producción hegemónico.

Entonces, hemos de entender, que la unidad socioeconómica campesina es una célula de producción y consumo, constituida por la unidad orgánica de fuerza de

<sup>33</sup> Bartra, Armando, *El comportamiento económico de la producción campesina*. Universidad Autónoma de Chapingo. Dirección de Difusión Cultural. Departamento de Sociología Rural, México, 1982. p. 21.

<sup>34</sup> Ídem.

trabajo y medios de producción, Para ello, Armando Bartra, considera estrictamente campesina a toda unidad rural que: a) emplee en lo fundamental el trabajo de sus propios miembros y b) ejerza un control real sobre una dotación mínima de medios de producción, entre ellos la tierra.

En este sentido, es posible que la unidad socioeconómica campesina recurra al trabajo externo e igualmente puede suceder que parte de su fuerza de trabajo tenga que ejercerse a jornal con medios de producción ajenos. Sin embargo, seguirá siendo una célula económica campesina en la medida en que la labor desarrollada con su propio trabajo y sobre sus propios medios de producción siga siendo el núcleo regulador de su actividad económica.

Tomando en cuenta que la mayoría de las unidades ocupadas en artesanías son de tipo familiar en las localidades de estudio, en ellas hemos identificado que un pequeño número de talleres familiares que han empezado a caminar hacia una lógica empresarial sin abandonar la reproducción familiar y la preservación de su forma de vida, es decir, esta va hacia una lógica mercantil pero sin abandonar sus signos vitales culturales. A este tipo de unidades económicas artesanales como mencionamos anteriormente las denominaremos UEA o pequeño taller capitalista. Con esta nueva caracterización, debe decirse que la UEA no abandona por ningún motivo el tamaño ni la estructura de la familia en términos de edades y sexos, sino que ahora, dicha unidad empresarial se reorganiza y se reestructura que a diferencia de la unidad económica artesanal, la UEA apuesta por los riesgos, siendo este uno de los factores que dinamizan a dicha unidad. Es decir, la UEA entendemos que tiene una actitud más abierta frente a los cambios tecnológicos logrando así mejores condiciones en un ambiente competitivo.

Se entiende que la UEA, se tiene una mejor visión de un contexto de mercado competitivo y mayores posibilidades de insertarse aun mundo globalizado que día con día exigen características más competitivas en los productos. Esto debe permitir mejores ventajas para los competidores y en conjunto acceder a mejores condiciones de ingresos y de vida.

Una vez que hemos revisado los diversos aspectos teóricos sobre la unidad campesina o unidad económica familiar y la UEA, enseguida presentamos de manera resumida la matriz teórico-metodológica sobre las características teóricas de las unidades económicas familiares tradicionales y empresariales antes mencionadas, además de proponer algunas sugerencias sobre la propuesta del desarrollo local y regional para la presente investigación:

<b>Cuadro 3. Matriz teórico metodológica.</b>	
<b>Unidades económicas familiares tradicionales</b>	<b>Empresa Familiar y Unidades Empresariales Artesanales (UEA)</b>
<p>La <i>unidad campesina</i>, “es aquella que con más frecuencia nos encontramos en el medio rural mexicano. La gran mayoría de las unidades campesinas de nuestro país desarrollan una producción en alguna medida mercantil sin abandonar el autoconsumo y se basan en la fuerza de trabajo familiar aunque en muchos casos recurren al auxilio eventual de la mano de obra externa. Aquí la familia sigue siendo la unidad básica de reproducción de la economía campesina, (Bartra, 1982).</p> <p>La <i>unidad económica familiar</i> o <i>unidad económica campesina</i> se compone por el núcleo familiar y donde el jefe de familia es el que organiza el trabajo. Se constituye como una unidad de producción y consumo, donde en primera instancia no se persiguen las ganancias, dado que lo primero es satisfacer la necesidad propia de la familia.</p> <p>En la <i>unidad productiva familiar</i> (UPF), la producción es el resultado de la combinación de labores domésticas y económicas. Su objetivo principal no es el logro de las ganancias como sucede en la unidad productiva empresarial (UPE), sino la reproducción de la unidad familiar y la preservación de su forma de vida (Landa, 1994).</p> <p>En términos generales, en las <i>unidades económicas tradicionales</i>, la producción familiar muestra formas de producción más arraigadas, que son parte de sus costumbres y tradiciones; existe una división de trabajo por sexo y edades; en su totalidad la producción es realizada por la familia, desde la recolección de la materia prima hasta la terminación del producto (Novelo, 1976).</p>	<p><b><i>Una empresa familiar es una organización controlada y operada por miembros de una familia. Desde una perspectiva diferente, digamos espiritual, suelo referirme a empresas con alma, dado que el corazón de las familias esta en ellas.</i></b></p> <p><i>La empresa familiar, es una organización en la cual las decisiones con relación a su dirección y control son influidas por la relación de aquella con una familia (o con varias familias).</i></p> <p>Tomando en cuenta que la mayoría de las unidades ocupadas en artesanías son de tipo familiar en las localidades de estudio, en ellas hemos identificado que un pequeño número de talleres familiares que han empezado a caminar hacia una lógica empresarial sin abandonar la reproducción familiar y la preservación de su forma de vida, es decir, esta va hacia una lógica mercantil pero sin abandonar sus signos vitales culturales. A este tipo de unidades económicas artesanales las denominaremos <i>Unidades Empresariales Artesanales</i> (UEA) o pequeño taller capitalista.</p> <p>Con esta nueva caracterización, la UEA no abandona por ningún motivo el tamaño ni la estructura de la familia en términos de edades y sexos, sino que ahora, dicha unidad empresarial se reorganiza y se reestructura que a diferencia de la unidad económica artesanal, la UEA apuesta por los riesgos, siendo este uno de los factores que dinamizan a dicha unidad.</p> <p>Es decir, la UEA entendemos que tiene una actitud más abierta frente a los cambios tecnológicos logrando así mejores condiciones en un ambiente competitivo. Se entiende que la UEA, se tiene una mejor visión de un contexto de mercado competitivo y mayores posibilidades</p>

	de insertarse aun mundo globalizado que día con día exigen características más competitivas en los productos. Esto debe permitir mejores ventajas para los competidores y en conjunto acceder a mejores condiciones de ingresos y de vida.
<b>Algunas propuestas teórica-empíricas de desarrollo local y regional</b>	
Nos interesa estudiar los factores sobre artesanías con desarrollo e innovación (aunque, también de los atrasados), de casos michoacanos y peruanos para ver en que medida se pueden replicar estas experiencias y establecer mecanismos de coparticipación entre los productores y si es posible generar encadenamientos productivos entre ambos. El intercambio de experiencias exitosas puede ser para los atrasados una opción de crecimiento y de desarrollo local y regional. Para ello, debe lograrse que los productores desarrollen una vinculación a través de la búsqueda de mecanismos de cooperación e intercambio de experiencias que permitan promover el desarrollo local y regional.	
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a conceptos teóricos de Novelo, 1976, Bartra, 1982, Landa, 1994 y Belausteguigoitia, 2007.	

## 7. LAS CULTURAS POPULARES EN EL CAPITALISMO Y LA GLOBALIZACIÓN: ¿HACIA DÓNDE VAMOS?

### 7.1 Las culturas populares en el capitalismo

Se consideran parte de la cultura todas las actividades humanas, materiales e ideales, incluso aquellas prácticas o creencias antes juzgadas manifestaciones de ignorancia (las supersticiones, los sacrificios humanos), las normas sociales y las técnicas simples de quienes viven desnudos en la selva, sujetos a los ritmos y los riesgos de la naturaleza.<sup>35</sup> Por otra parte, puede decirse que el nombre de cultura engloba todas las instancias y modelos de comportamiento de una formación social (como la organización económica, las relaciones sociales, las estructuras mentales, las prácticas artísticas, etc.), sin ordenar la importancia de cada una de ellas. Puede también entenderse que la cultura es la forma en como la sociedad está unificada según sus valores dominantes.

La cultura no solo representa la sociedad; también cumple dentro de las necesidades de producción de sentido, la función de reelaborar las estructuras sociales e imaginar nuevas. Además de representar las relaciones de producción,

<sup>35</sup> García Canclini, Néstor, *Las Culturas Populares en el Capitalismo*, Escuela Nacional de Antropología e Historia de México. Edición Nueva Imagen. Quinta edición. México, 1994. p. 28.

contribuye a reproducirlas e inventar otras<sup>36</sup>. Entonces la cultura constituye un nivel específico del sistema social por estar inserta en todo hecho socioeconómico.

La cultura es una red de significaciones que desempeñamos y es posible afirmar que cuando un artesano está ofreciendo sus productos en el mercado, de hecho está intercambiando productos de su cultura<sup>37</sup>.

La cultura es algo vivo, por estar integrada por la gente. Compuesta por elementos heredados del pasado como por influencia exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente, ésta ejerce importantes funciones en la sociedad<sup>38</sup>.

La especialista Marta Turok, considera que existen tres factores que dan formación a la cultura. El primero y fundamental es la *conservación y reproducción* de la especie, es decir la satisfacción de sus requerimientos de alimentación, refugio y abrigo; el segundo tiene que ver con la *organización familiar* y la *estructuración de la sociedad*; como tercero y último factor tenemos que el hombre alimenta el espíritu, abre espacios de reflexión sobre el origen de la vida y del hombre mismo, busca darle significado a sus actos y a través de ritos y ceremonias pide permiso y solicita perdón a la naturaleza por tomar sus frutos. El *arte* y la *religión* y la *cosmovisión* conforman un pilar que da a la cultura su dimensión simbólica (ver fig. 4).

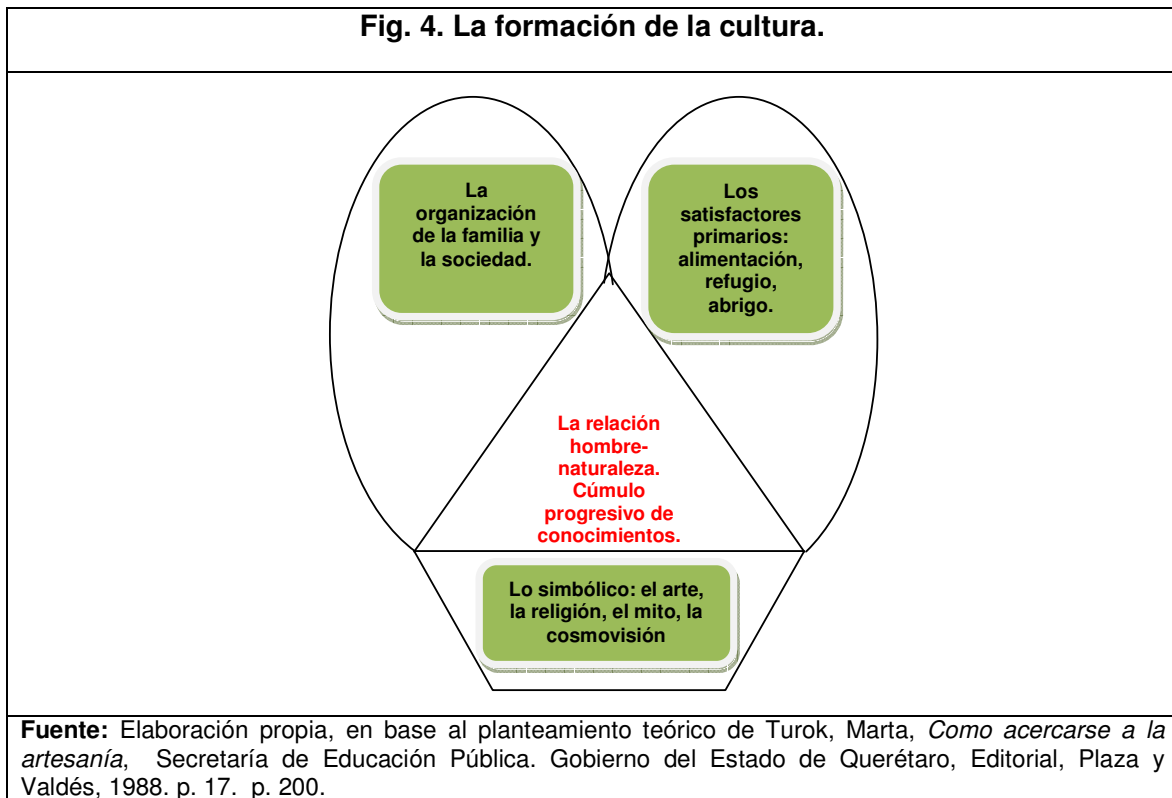
---

<sup>36</sup> *Ibíd.* p. 43.

<sup>37</sup> Hernández Díaz, Jorge y Gloria Zafra, *Artesanas y artesanos. Creación, innovación y tradición en la producción de artesanías*. Universidad "Benito Juárez", Oaxaca, México. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Editorial Plaza y Valdés. México, 2005. p.14.

<sup>38</sup> Elizalde Hevia, Antonio, "Planificación estratégica territorial y políticas públicas para el desarrollo local", en: *Gestión Pública Núm. 29*. CEPAL e Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). Santiago de Chile, 2003. p. 22-24.

**Fig. 4. La formación de la cultura.**



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

Por otra parte, existen una serie de interrogantes sobre el destino de las culturas populares en un conflicto de clases que las erosiona día con día. ¿Cuál será el futuro y el valor de toda cultura, de las imágenes, los sistemas de pensamiento, las creencias, de las costumbres, etc.?

Pensamos que para contestar estas interrogantes, no encontraríamos una respuesta concreta. Lo que sí sabemos con precisión, es que el destino de las culturas populares tiene un futuro incierto y por lo cuál tienden a la desaparición.

La estrategia del mercado es ahora ver a los productos populares y no a la gente que los hace y se valoran solo por la ganancia que les dejan. Esto hace pensar

que las artesanías, las fiestas, las creencias y las costumbres “tradicionales” son residuos de formas de producción pre-capitalistas.

El capitalismo, sobre todo el dependiente con fuertes raíces indígenas, no avanza siempre eliminando las culturas tradicionales, sino también apropiándose de ellas, reestructurándolas, reorganizando el significado y la función de los objetos, creencias y prácticas<sup>39</sup>. Este reordenamiento tiene que ver con la producción y del consumo en el campo y en la ciudad, la expansión del turismo y las políticas estatales de refuncionalización ideológica. A fin de integrar a las clases populares en el desarrollo capitalista, las clases dominantes desestructuran (mediante procesos distintos, subordinándolos a una lógica común) las culturas étnicas, de clase y nacionales, y las reorganizan en un sistema unificado de producción simbólica. Inmediatamente, esta recomposición se subordina a una organización transnacional de cultura correlativa de la transnacionalización de capital. Así, la transnacionalización de capital, acompañada por la transnacionalización de la cultura, impone un intercambio desigual de los bienes materiales y simbólicos. Hasta los grupos étnicos más remotos son obligados a subordinar su organización económica y cultural a los mercados nacionales y éstos son convertidos en satélites de las metrópolis, de acuerdo con una lógica monopólica. Un claro ejemplo de ello, consiste en que el sujeto de quien produce la artesanía se va perdiendo en la medida que se va insertando en el mercado, es decir, cuando un producto llega a la Casa de las Artesanías muchas veces se registra el nombre de la localidad en donde se produce, pero no el productor, cuando llegan a FONART de la Ciudad de México solo se sabe que son de Michoacán y se pierde la localidad y el productor y así sucesivamente hasta llegar a los mercados internacionales para finalmente conocerse que son artesanías mexicanas. Al ser absorbidas en un sistema unificado todas las formas de producción (manual e industrial, rural y urbana) son reunidas, y hasta cierto punto homogenizadas, las distintas formas de producción cultural (de la burguesía y el proletariado, del campo y la ciudad). Pero la homogenización de las aspiraciones no implica que se iguales los recursos. No se elimina la distancia entre las clases ni entre las

<sup>39</sup> García Canclini, Óp. Cit. 1994. p. 17-18.

sociedades en el punto fundamental (la propiedad y el control de los medios productivos), pero se crea la ilusión de que todos pueden disfrutar, efectiva o virtualmente, de la superioridad de la cultura dominante. Sin embargo, a las culturas subalternas se les impide todo desarrollo autónomo o alternativo, se reordenan su producción y su consumo, su estructura social y su lenguaje, para adaptarlos al desarrollo capitalista.

Tal pareciera que las artesanías están desapareciendo, pero no es así del todo. La autora Marta Turok dice que las artesanías se “están perdiendo”, pero aunque es innegable que algunas ya se extinguieron o están a punto de desaparecer, esto no es tan categórico, pues las artesanías desaparecen en la medida en que los artesanos dejan de serlo para convertirse en obreros o jornaleros y emigran de sus lugares de origen. Al respecto, el artesano no pierde su conocimiento y habilidad; la expresa o la guarda en la medida que encuentra las condiciones adecuadas de producción. En este sentido, las artesanías reviven cuando encuentran nuevos mercados (básicamente el turístico y el de la decoración) y se transforman. Esto es lo que vivimos hoy, el surgimiento de una nueva relación del artesano con sus materiales, sus formas de producción, su intención y su ganancia<sup>40</sup>.

En este sentido, existe una discusión sobre si las artesanías desaparecen o no. Al respecto Porfirio Martínez Peñaloza, sostiene lo siguiente:

*“Las artes populares, son aquellas que nacen espontáneamente del pueblo como una consecuencia inmediata de sus necesidades familiares, civiles o religiosas. Las que se cultivan bajo una influencia artística o comercial extraña a estas necesidades, dejan de ser artes populares. Las que se cultivan en las escuelas son “artes oficiales”. Las primeras son intransformables porque son un producto de tal manera peculiar, tan íntimamente ligado a la idiosincrasia de sus productores, que el tocarlas es destruirlas. Quién pretenda transformarlas no hace sino precipitar su desaparición [...]. La única forma para hacerlas sobrevivir al empuje del*

<sup>40</sup> Turok, Op., Cit. 1988. p. 10.

*industrialismo es facilitar a los manufactureros la obtención de las materias primas, eximirlos de impuestos; proporcionar a los pequeños comerciantes de productos indígenas todas las ventajas posibles para transportarlos y venderlos [...]. En mi concepto toda otra tentativa de ayuda tendrá como único resultado la prostitución de las Artes Populares [...] No está muy lejano el día en que la mayor parte de las manufacturas indígenas sean sustituidas por los productos del maquinismo [...]”<sup>41</sup>.*

Sobre la misma discusión el Dr. Atl, manifiesta su punto de vista sobre el destino de las Artes Populares en México y dice lo siguiente: [...] México ocupa en el mundo el tercer lugar entre los países productores de artes manuales (el segundo lugar corresponde a Japón y el primero a China) pero las artes manuales de México se encuentran en un periodo de decadencia, y tienden a desaparecer con mayor rapidez que en el Japón y China. Las condiciones geográficas y políticas de México harán que la penetración industrial sea muy rápida y su acción violentamente eliminadora. A medida que el país sea invadido por el industrialismo contemporáneo, las industrias indígenas irán desapareciendo<sup>42</sup>.

Sin embargo, es cierto que las artesanías se “están perdiendo” en el sentido de que las condiciones productivas precarias poco a poco van incorporando al campesino como obrero, albañil, chofer, etc., y hacen al artesano abandonar las actividades locales por otras y buscar otras fuentes de ingreso.

A pesar de que la producción artesanal se está achicando, el artesano busca producir más para obtener mayores ingresos y mejorar su economía familiar. Para ello, introduce cambios en las materias primas, en el diseño, en la forma y en el uso original de la artesanía; es decir, lejos de desaparecer la actividad artesanal, ésta se adapta a las condiciones que le impone el mercado actual y a las

---

<sup>41</sup> Martínez Peñaloza, Porfirio, *Arte Popular y Artesanías Artísticas en México. Un acercamiento*. Secretaría de Educación Pública. Consejo Nacional de Fomento Educativo. Primera Edición, Editorial, Series Mexicanas, México, 1972. pp. 28-29.

<sup>42</sup> Gerardo Murillo (Dr. Atl.), “Arte Popular”, en: *Las Artes Populares en México*, México. Instituto Nacional Indigenista, México, 1921. pp. 134-135.

necesidades que el artesano tiene y que pretende satisfacer con la comercialización de sus productos<sup>43</sup>.

Así, el artesano incorpora adecuaciones en sus procesos productivos de acuerdo a sus necesidades, con la finalidad de irse adaptando a un mercado cambiante, pero también protegiendo los patrones culturales de lo local.

Pero a pesar de que el artesano trata de proteger su cultura e identidad de lo local, el sistema capitalista arrincona la particularidad de las culturas populares apoderándose de ellas en una apropiación desigual del capital cultural en una integración conflictiva con los sectores hegemónicos, además de subordinar la producción, la circulación y el consumo. Esto nos lleva a pensar en una homogenización de patrones culturales en donde lo local se va desapareciendo y la cultura queda en una comunidad global sin lugar. Finalmente, se puede pensar que estamos ante un proceso que absorbe progresiva inevitablemente las culturas populares por el capitalismo.

## 7.2 Las culturas populares ante la globalización

Cuando hablamos de la globalización es una forma moderna de referirnos a lo que antes conocíamos como capitalismo, afín de cuentas parece que es lo mismo. Muchos de nosotros cuestionamos los beneficios de la globalización. La globalización no es un objeto de estudio claramente delimitado, ni un paradigma científico ni económico, ni político ni cultural, que pueda postularse como modelo único de desarrollo. En un mundo globalizado todos somos minoritarios en donde todo nos pertenece y nada nos pertenece. La globalización se concibe como una expansión de los mercados y por tanto, de la potencialidad económica de las sociedades y en donde ésta estrecha la capacidad de acción de los Estados, etc. ¿Pero cómo incide ésta en el futuro de las culturas populares?

---

<sup>43</sup> Turok, Óp., Cit. 1988. pp. 28-29.

Se puede entender que la globalización origina un debilitamiento de los Estados nacionales, el cuál desestructura la producción cultural endógena y favorece la expansión de industrias culturales con capacidad a la vez de homogeneizar, la cual atiende de forma articulada las diversidades sectoriales y regionales. Destruye o debilita a los productores poco eficientes y concede a las culturas periféricas la posibilidad de encapsularse en sus tradiciones locales<sup>44</sup>. Con ello, se afianza una unificación económica, la cuál puede tener fuertes consecuencias para la comunidad simbólica identitaria.

Con la globalización, ahora los trabajos se hacen cada vez más son para otros, ni siquiera para patronos o jefes identificables, sino para empresas transnacionales, sociedades anónimas fantasmáticas que dictan desde lugares poco conocidos reglas indiscutibles e inapelables. Con ello, los actores populares y otros, están siendo inmovilizados y sujetados a una producción global. Estamos viendo así, el achicamiento del horizonte social saliendo de la oposición frecuente entre lo global y lo local. La globalización ha complejizado la distinción entre relaciones primarias, donde se establecen vínculos directos entre personas, y relaciones secundarias que ocurren entre funciones o papeles desempeñados en la vida social. El carácter indirecto de muchos intercambios actuales lleva a identificar relaciones terciarias, mediadas por tecnologías y grandes organizaciones. Estamos en un mundo donde las certezas culturales pierden su exclusividad y las relaciones sociales se descomponen en una convivencia global imaginaria.

Habrá que diferenciar quienes se benefician con el ensanchamiento de los mercados, quienes pueden participar en él desde las economías y culturas periféricas y cuantos quedan descolgados de los circuitos globales. Las nuevas fronteras de la desigualdad separan cada vez más a quienes son capaces de conectarse a redes supranacionales de quienes quedan arrinconados en sus reductos locales. Ahora lo global se “estaciona” en cada cultura y los modos en que lo local se reestructura para sobrevivir, y quizás obtener algunas ventajas, en los intercambios que se globalizan. En tanto la globalización, no solo homogeneiza

<sup>44</sup> García Canclini, Néstor, *Globalización Imaginada*. Ediciones Paidós Mexicana, S.A. México, 1999. p. 24.

y los vuelve más próximos, sino que multiplica las diferencias y engendra nuevas desigualdades en lo económico, en lo cultural, en lo social, etc.

Los cambios globalizadores han modificado la manera de concebir la cultura. Lo cultural abarca el conjunto de procesos a través de los cuales representamos e instituimos imaginariamente lo social, concebimos y gestionamos las relaciones con otros, o sea las diferencias, ordenamos su dispersión y su inconmensurabilidad mediante una delimitación que fluctúa entre el orden que hace posible el funcionamiento de la sociedad (local y global) y los actores que la abren a lo posible.

La globalización en la cultura genera desigualdades. Por ejemplo, tenemos ciudades de primer mundo y de tercer mundo, es decir, la urbanización globalizada y la ciudad tradicional o podríamos llamarlas ciudades propiamente globales y ciudades emergentes. En las primeras encontramos sedes avanzadas de actividades financieras, de gestión de industrias audiovisuales e informáticas, etc., y en las segundas se vive una tensión entre formas extremas de tradición y modernización global. Esa fractura genera oportunidades de integración internacional y a la vez desigualdad, exclusión económica y cultural. La desintegración y la desigualdad, o sea la dualización entre la ciudad global y la ciudad local marginada e insegura, son el principal obstáculo para que muchas ciudades se reubiquen en esta nueva etapa de su desarrollo. Señala García Canclini, que un alto riesgo de la globalización es que se haga para una élite: se vende una parte de la ciudad, se esconde y se abandona el resto". Esto es lo que pasa con la cultura, solo unos cuantos productores venden su artesanía a mercados grandes y los otros no se conocen, es decir, solo se conoce una pequeña parte de la localidad y la otra se esconde.

## **8. GLOBALIZACIÓN, CAMBIOS SOCIALES Y CULTURALES EN LA ARTESANÍA A PARTIR DE LOS AÑOS OCHENTA**

Por su naturaleza, la globalización es paradójica y compleja, pues se refiere a una dinámica abierta, con una multiplicidad de confrontaciones, convergencias y divergencias, inclusiones y exclusiones, alianzas y rupturas que, manifiestas en el periodo histórico reciente, determinan un conjunto verificable de tendencias, dinámicas y movimientos de evolución y transformación<sup>45</sup>.

Desde este enfoque, la globalización es un proceso complejo y contradictorio que acentúa las redes de interdependencia a escala planetaria, produciendo fenómenos de integración, exclusión, hegemonía, dominio, etc. Entonces bien lo podemos entender como un proceso de contradicciones dinámicas y que está presente en el corazón de la cultura moderna.

Ahora la cultura, es un proceso de reproducción, reestructuración y sobre-determinación de diferencias, no de supresión de ellas. Ahí su paradoja: la globalización es uniformidad y diversidad a la vez. Por tanto imaginar una cultura única, idéntica y global no implica su desaparición, pero si la redefine las relaciones sociales y las identidades.

Con esta redefinición de una cultura única y en el caso de la artesanía se va perdiendo las manos y el nombre de quien las produce, el lugar y la identidad.

Uno de los cambios significativos que ha originado la globalización cultural para el caso de México a partir de los años ochenta, son las transformaciones en las prácticas sociales en el consumo de bienes. El tránsito de una sociedad significativamente rural a urbana trae consigo secuelas demográficas, tanto de reacomodo material y simbólico como de escolarización masiva, de tal manera que el aumento de la escolaridad implica una incorporación a formas más complejas del trabajo y la intensificación en el consumo de bienes, en este caso,

---

<sup>45</sup> Manríquez Durán, Miguel y Tonatiuh Silva, "Globalización y diversidad cultural en Sonora contemporáneo. Variaciones sobre región, etnia y lenguaje", en: *Región y sociedad*, Vol. 19, (s/n), El Colegio de Sonora, México, 2007. p. 2.

de cultura y medios masivos de comunicación. El efecto está a la vista: grandes sectores de la población escolar, que ya rebasa los 45 millones, encuentran en la televisión, la radio, el cine y las redes virtuales el espacio de cultivo para prácticas, hábitos y costumbres. Junto con ello, el crecimiento de la cultura informal en las ciudades, producida por desempleados y subempleados, inmigrantes y jóvenes con salarios bajos y sin acceso a la oferta cultural urbana, no encuentran en los organismos correspondientes, planes y programas para responder a demandas, ya no minoritarias sino marginales.<sup>46</sup>

Lo anterior significa que con el cambio de las prácticas sociales definidas por estos factores, poco a poco se va desvirtuando la identidad de la cultura al adquirir otros hábitos y practicas informales con la modernidad.

Desde la segunda mitad del siglo XX, en México el desarrollo cultural se subordina a los proyectos políticos y económicos, cuyo discurso concibe el patrimonio cultural como imagen interclasista e integradora de la identidad nacional. Sin embargo, esa modernización, impulsada desde la década de 1940, favoreció el surgimiento de grandes públicos, la ampliación de los medios masivos y la especialización de los organismos estatales. Pero, con esta dinámica de industrialización acelerada y de ampliación de circuitos financieros, los mercados simbólicos se reorganizan con una tendencia hacia lo masivo y mercantil, generando formas nuevas de desigualdad a partir de grupos étnicos, acceso a capitales escolares y culturales, entre otros, de tal manera que la postura ya no es tradición versus modernidad, sino incorporación y distribución desigual en el ámbito de la internacionalización del capital simbólico.

En la reorganización de las funciones del Estado y las iniciativas privadas sobre el campo de la cultura, las tendencias desde la década de 1980 son la conservación de las políticas patrimonialistas y el sostenimiento de la alta cultura o bellas artes, por las iniciativas oficiales.

---

<sup>46</sup> García Canclini, Néstor, *La cultura mexicana hacia el año 2000*. Documento. México: Centro de Investigación y Docencia Económicas, El Colegio de México, 1989.

Desde la década de 1980, la iniciativa privada comercializa el arte culto y popular, desde los medios de comunicación electrónicos; así, ante las crisis económicas y las ineficiencias de las burocracias oficiales, ésta sustituye al Estado como articulador de una cultura nacional, cada vez más sujeta al interés privado y a merced de la definición nula de programas públicos. Ello explica transformaciones culturales determinadas por las crisis económicas y por los hábitos de consumo cultural.

La pertinencia de esta perspectiva es que ubica la cultura en un ámbito donde también están vigentes las relaciones de poder, el uso diferenciado de recursos y el desarrollo de procesos institucionales, que promueven políticas culturales específicas.

En consecuencia, un factor exógeno determinante para la cultura es, sin duda alguna, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, que muestra agotamiento después de poco más de 10 años. El estancamiento económico mexicano (explicable como efecto de la recesión estadounidense y de las políticas erráticas de ajuste y reorganización de 1982 a 1994), conduce hacia una crisis en el sistema político, al deterioro salarial y a una profundización aguda de las desigualdades sociales. La dependencia de la economía mexicana de los mercados globales genera fisuras en la vida social nacional, pues trasciende los mercados de trabajo y la reestructuración económica, ya que tiene efectos profundos en el consumo y la industria cultural, en el mercado simbólico y la educación. La identidad nacional, cada vez más subsumida al interés financiero y político, vira hacia el discurso del progreso y la modernización

Así como la cultura, la artesanía mexicana ha sufrido innumerables cambios a partir de los años de la llamada década perdida. El consumidor ahora tiene formas manifiestas de asimilar lo cultural. Los gustos, comportamientos, estilos de vida, consumos inciden de manera importante para que lo local y hecho a mano ahora tengan una significancia desvirtuada del significado cultural.

La pregunta ahora es entender ¿Cómo afecta la globalización a las culturas locales como la nuestra? La respuesta no sería tan sencilla de contestar. Pero en efecto, concretamente sabemos que con una cultura global se pierde de todo el sentido de la comunidad al solo buscarse los intereses comerciales y de expansión de poder unilaterales enajenando con ello a las comunidades más pobres y realmente afectando su forma de vivir.

Sin embargo, el cambio social y económico son ineludibles por lo tanto la tradición y la modernidad se ponen frente a los habitantes de las comunidades como una alternativa de vida.

Los cambios que origina la globalización en las culturas locales forzosamente origina grandes influencias en los espacios locales con el uso de tecnologías, hábitos, costumbres, valores y estilos de vida; sin embargo, tenemos que aceptar que en nuestras localidades se experimenta una lucha constante por conservar la tradición, pero también una lucha por el avance tecnológico y la modernidad.

Con la globalización, las políticas puestas en práctica inicios de los ochentas, han golpeado seriamente los planos micro y meso-económicos en lo territorial, deprimiendo de manera importante sobre todo a la pequeña y mediana empresa. Los procesos de ajuste estructural no han garantizado el impulso de procesos de innovación, no han asegurado la introducción de cambios tecnológicos en los sistemas productivos locales que permitan elevar los niveles de productividad que permitan generar empleo y garantizar senderos de crecimiento económico más dignos en las comunidades.

Bajo este contexto, las localidades de Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro no escapan a los cambios globalizados que consigo trae este fenómeno sobre la cultura. Lo anterior se traduce en reconocer que la globalización en cierta medida ha logrado afectar la cultura de estas comunidades. Los cambios culturales más marcados que hemos observados son los siguientes:

1. Los consumidores locales/regionales cada vez menos valoran lo local/cultural como es el ejemplo de la artesanía.

2. La identidad local se distorsiona con los cambios globalizados, como ejemplo tenemos el cambio de pautas, comportamientos, hábitos, etc., producto de la migración.
3. Cambio en los gustos y preferencias de los consumidores, al exigir ahora productos locales/culturales globalizados.
4. Cambios en los patrones de visitantes extranjeros. Se observa ahora un turismo disminuido y más maduro.
5. Paulatinamente, el artesano va abandonando su actividad original; para contratarse como obrero y asalariado.
6. La tradición local poco a poco se va erosionando y dando lugar a nuevas formas de vida.

## **9. NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS FAMILIARES**

El sueño de hacer algo productivo por cuenta propia y de ser independiente puede cristalizarse con la formación de una empresa o pequeño negocio. Generalmente las empresas nacen con muy pocos recursos, escasos apoyos y en un ambiente de incertidumbre. La mayoría de los obstáculos se superan gracias a la gran determinación personal de los fundadores, a su trabajo incansable, a la austeridad, etc., así como por su determinación de aprovechar al máximo los recursos limitados de que disponen. De esta manera, nacen casi todas las empresas familiares.

Son estos los sujetos anónimos que con su contribución diaria y calada dan empleo, satisfacen necesidades de la comunidad y aportan los recursos que el Estado necesita para proveer la infraestructura y servicios básicos que la sociedad requiere.

La empresa familiar conforma un ambiente propicio para adquirir hábitos, valores, actitudes y conocimientos, así como para desarrollar el espíritu emprendedor. Además buscan, entre otras cosas, proporcionar un producto o servicio, generar un rendimiento económico, lograr el desarrollo integral y lograr su permanencia.

La familia es el núcleo de la sociedad y sin duda, es su institución más grande. La familia se basa en el amor, en el apoyo, la educación, los valores, el respeto, la libertad, etc., y busca sin duda el mayor bien tanto de cada miembro como del grupo es difícil, ya que sus integrantes, aunque procedan de un tronco común, son personas únicas y distintas.

Las empresas en su desarrollo van enfrentando distintos retos, su crecimiento va exigiendo mejor y mayor capacidad administrativa, directivos mejor preparados y con capacidades reales de dirección, así como más recursos económicos para una organización más compleja y profesional.

Sobre la empresa familiar, se podría estimar que 9 de cada 10 empresas en América Latina son familiares<sup>47</sup>. Por ello, la influencia de las empresas familiares es notable, porque son responsables de la generación de una gran cantidad de fuentes de empleo, además de contribuir al crecimiento del Producto Interno Bruto y de la economía en general.

En los países desarrollados, las empresas familiares son un gran motor de la economía y la gran mayoría de las organizaciones en todo el mundo son precisamente empresas familiares y aunque sean empresas grandes y profesionales no dejan de ser empresas familiares.

Tal es el caso de las 100 mayores empresas estadounidenses que aparecen en un artículo de la revista Family Business Magazine (2002). Wal-Mart, propiedad de la familia Walton, es la empresa familiar de mayores dimensiones, y fue fundada en 1962. Ésta registra ventas superiores a los 165 billones (en el Sistema Internacional de Unidades, miles de millones) de dólares al año y da empleo a 1,140, 000 personas. Ford Motor Company, propiedad de la familia Ford, fue fundada en 1903 y tiene ventas de 162 billones de dólares anuales y emplea a 364,600 trabajadores<sup>48</sup>.

---

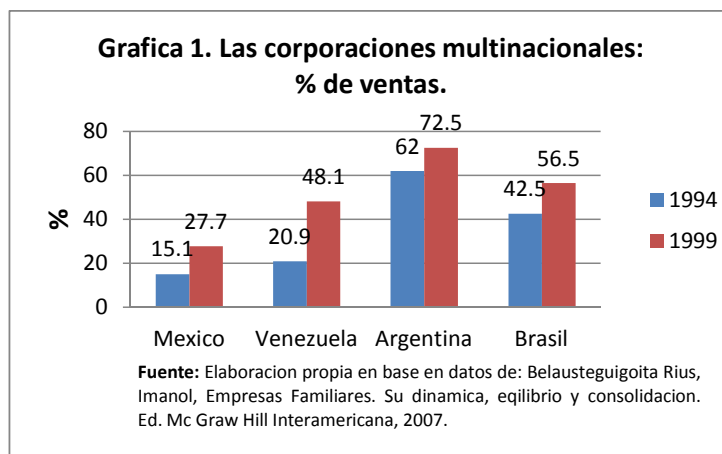
<sup>47</sup> Imanol Belausteguigoitia, *Empresas Familiares. Su dinámica, equilibrio y consolidación*, Editorial, Mc Graw Hill Interamericana, 2007. pp. 13-15.

<sup>48</sup> *Ibidem*. p.15.

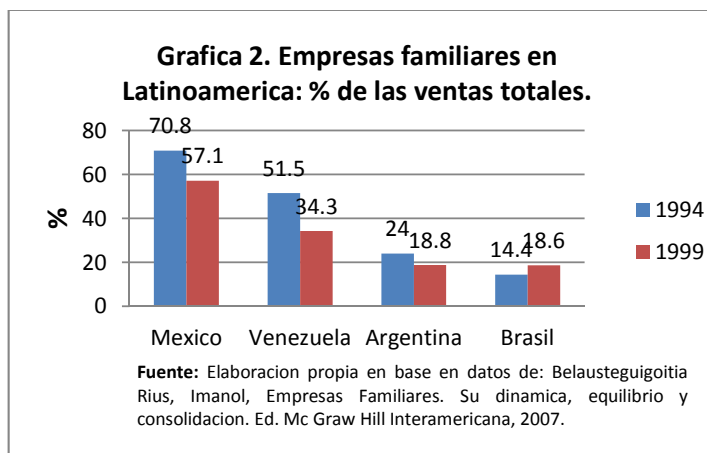
Las organizaciones familiares no solo ejercen una gran influencia dentro de la economía formal, sino también como parte de la economía informal o subterránea. Gran cantidad de pequeños negocios y talleres caseros es operada por los miembros de alguna familia.

Las empresas familiares se desarrollan en todos los segmentos económicos y pueden ser de varios tamaños (incluidas como ya mencionamos, varias de las mayores corporaciones multinacionales), constituidas bajo diversas formas legales y con distintos grados de profesionalización. No obstante, todas estas empresas tienen algo en común: la gran influencia que ejerce la familia sobre la empresa.

Por lo tanto, la desaparición de las empresas familiares debe ser un asunto de suma relevancia y preocupación, dada la importancia que éstas tienen. Por desgracia, estas organizaciones han perdido terreno en América Latina. En la grafica 1, podemos observar que el porcentaje de ventas en empresas multinacionales en algunos países de América Latina, se ha incrementado significativamente.



Sin embargo, es evidente que el porcentaje de ventas de empresas familiares ha disminuido notablemente en los últimos años. A pesar de ello, México mantiene una importante participación como porcentaje de ventas, aunque de 1994 a 1999 este dato ha disminuido notablemente y ha pasado de 70.8 a 57.1% (ver gráfica 2).

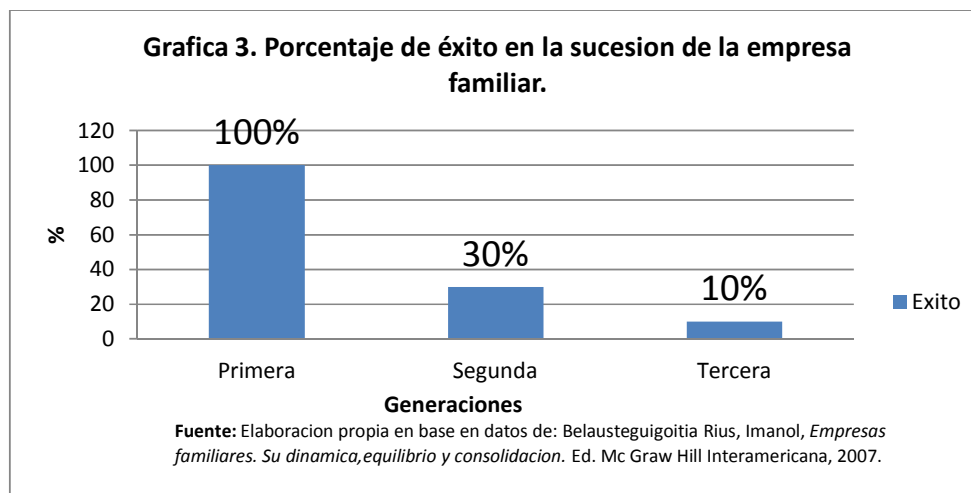


Con excepción de Brasil, las empresas familiares, han reducido su porcentaje de ventas totales. En contraste, las corporaciones multinacionales han incrementado su participación. Algunas de las causas que explican este fenómeno se asocian con la incapacidad de las empresas familiares para adaptarse a un entorno más competitivo.

Son grandes las dificultades que enfrentan las empresas familiares para lograr la continuidad en los caminos generacionales. Aproximadamente una de cada tres empresas tiene éxito para pasar a la estafeta de la siguiente generación (de la segunda a la tercera), como se aprecia en la siguiente grafica, (ver gráfica 3).

Se aprecia en la grafica, que del 100% de las empresas que ingresan en la primera generación, solo el 30% logran continuar en la segunda.

Finalmente, solo el 10% logra quedarse en la tercera, concluyendo que una de cada tres logra la continuidad en el camino generacional.



Es importante hacer notar que no todos los casos de desaparición de las empresas familiares se deben a fracasos; pero, como se mencionó anteriormente, su problema principal tiene que ver con la incapacidad para adaptarse a un entorno competitivo.

Sin embargo, existen muchas razones por las cuales las empresas familiares no logran sobrevivir. Un estudio sobre micro y pequeñas empresas mexicanas, elaborado por Maza y Páez<sup>49</sup>, da cierta luz sobre las causas de la desaparición de éstas, lo cual constituye información útil para los empresarios. Las causas señaladas por estos autores pueden dividirse en dos grandes grupos: las estructurales (que tienen que ver con la empresa) y las del entorno (que contemplan aspectos de mercado, financiamiento e impuestos).

El estudio citado, indica que los factores administrativos son la principal causa de desaparición de las empresas familiares, seguida por las cuestiones de orden financiero y de política fiscal.

1.- El primer factor de fracaso de orden administrativo es la carencia de un sistema administrativo. Es decir, todavía hay emprendedores que dirigen sus negocios en forma improvisada, sin un sistema lógico y eficiente. La creatividad y la

<sup>49</sup> *Ibíd.* pp. 17-18.

imaginación son fundamentales para el éxito de una empresa, pero si no van acompañadas por una gestión sistematizada el esfuerzo no rinde frutos.

2.- Otro factor de fracaso es operar en un sistema inadecuado. Las empresas familiares son organizaciones peculiares y no se deben administrar como si no lo fueran. Hay que recordar que la familia incide de forma directa sobre la empresa, y que es necesario tenerla en cuenta. En cierto sentido, la aplicación de un sistema de dirección que no conozca la naturaleza de la familia propietaria y maneje la empresa de manera familiar en forma inadecuada con relación a la familia es un sistema de administración inadecuado.

3.- El tercer factor administrativo es el manejo ineficiente de los recursos. Los beneficios que genera la empresa estarán frecuentemente en disputa, y siempre habrá una gran tentación de favorecer el sistema de familia y dejar sin recursos a la empresa.

4.- La cuarta y última causa administrativa que propicia la desaparición de las empresas familiares es la carencia de control. Este punto tiene que ver con los anteriores. La delegación es una herramienta básica de la administración, pero si no se ejerce de manera eficaz, puede llevar a las organizaciones al caos. Para delegar efectivamente es necesario, antes que nada, contar con una persona que sea capaz de llevar a cabo las tareas que se le encomiendan.

¿Realmente tienen las empresas familiares un personal confiable en el cual puedan delegar? La pregunta es difícil de responder. Solo se sabe que el éxito o el fracaso de las organizaciones, estará determinado por las acciones de las personas que las dirigen.

El éxito de estas organizaciones y su permanencia se correlacionan directamente con su comprensión y su planeación.

## 9.1 Definición de empresa familiar

Toda área de conocimiento debe erigirse sobre una base teórica. Sin embargo, en el campo de la administración de empresas familiares, la fuente primaria de material está constituida por la amplia experiencia y la vasta literatura de compañías no familiares. El tema de las empresas familiares carece de una integración teórica y empírica, de que no cuenta con una definición unificada de su objeto de estudio. Se trata de una disciplina joven y la mayoría de la información que genera es prescriptiva, lo cual no permite la comparación y la generalización entre los diferentes estudios.

La falta de integración teórica propicia que existan muchas definiciones sobre la empresa familiar. En México, los pocos profesionales que se dedican a esta disciplina, manejan definiciones diversas.

Ofrecer una definición de empresa familiar representa el primer reto que enfrenta un especialista en el estudio de este tema. A pesar de que no hay consenso sobre la definición de empresa familiar, la mayoría de los expertos la asocian con el control accionario y la dirección de la organización en manos de los miembros de una familia. Unos la definen en función del grado de involucramiento de la familia, mientras que otros la ven como una organización destinada a ser transferida a la siguiente generación para su control y administración. Sobre la definición de la empresa, el autor Belausteguigoitia<sup>50</sup>, dice lo siguiente:

*“Una empresa familiar es una organización controlada y operada por miembros de una familia. Desde una perspectiva diferente, digamos espiritual, suelo referirme a empresas con alma, dado que el corazón de las familias esta en ellas. La empresa familiar, es una organización en la cual las decisiones con relación a su dirección y control son influidas por la relación de aquella con una familia (o con varias familias). La empresa familiar, es una organización en la cual los miembros de una familia tienen el control legal sobre la propiedad”.*

<sup>50</sup> Belausteguigoitia, Op., Cit. 2007. p. 15.

En la empresa familiar debe haber interacción entre dos o más miembros de una familia para que se viva en realidad la dinámica propia de este tipo de organizaciones.

## 9.2 Particularidades de las empresas familiares mexicanas

El valor que se da a la familia en México, es una característica cultural relevante, e incluso una de las más importantes. Esa conducta suele transmitirse hacia la empresa, en la que se prefiere contratar a miembros de la familia y amigos cercanos. Como consecuencia el trabajo tiende a ser una extensión del hogar, en la que el dueño juega como autoridad moral, el papel de padre. Las organizaciones familiares sufren cambios estructurales importantes al crecer, pero estas modificaciones no le restan importancia a los lazos familiares<sup>51</sup>.

Las empresas familiares tienen atributos particulares que las distinguen de los otros países, en gran medida debido a las características que poseen. Por lo general, las familias suelen ser numerosas. Por ejemplo el INEGI (2000), hace una clasificación de las familias mexicanas en tres grupos: a) la familia nuclear (integrada por padres e hijos), b) la familia extendida (integrada por los mismos elementos de la nuclear y otros parientes), y c) la familia individual (hogares formados por miembros no emparentados). Las relaciones en la familia mexicana suelen ser muy fuertes, inclusive en el caso de las familias extendidas, en la que la influencia de los abuelos resulta notable<sup>52</sup>. El promedio de miembros de una familia es de 4.8 y el 75% de las familias son nucleares y 3% son individuales.

Por otro lado, la cultura de la empresa familiar juega un papel importante en la determinación del éxito del negocio, y puede manifestarse de la siguiente manera<sup>53</sup>:

<sup>51</sup> Belausteguigoitia, Op., Cit. 2007. pp. 35-36.

<sup>52</sup> Idem.

<sup>53</sup> Belausteguigoitia, Op., Cit. 2007. pp. 36-37.

- 1) **Aspectos tangibles.** Tiene que ver con la manera de vestir, el lenguaje y los rituales. Este nivel puede considerarse como la representación simbólica del siguiente nivel.
- 2) **Perspectivas sociales compartidas.** Tiene que ver con un conjunto de ideas y acciones que una persona utiliza para enfrentar una situación problemática. Son normas y reglas de la conducta que un grupo acepta para tratar diversos problemas.
- 3) **Los valores.** Éstos representan no solo el tercer nivel, sino también una dimensión más amplia, como la honestidad, el servicio al cliente, etc. Estos valores pueden ser formales e informales, y es posible encontrarlos en la filosofía de la empresa. Desde luego es necesario distinguir entre valores ideales y los valores reales de un grupo cuando se emprende el análisis de la cultura organizacional de una compañía.
- 4) **Los puestos básicos del grupo.** En ellos está el origen de la cultura de la compañía y los otros niveles están fundamentados en ellos. Los supuestos son las premisas sobre las que los grupos basan su forma de ver la vida, y en los que se sustentan los otros tres niveles. Estos supuestos se refieren a aspectos profundos como la naturaleza humana, el significado del trabajo, etc. En este punto se notan las diferencias relevantes entre la cultura latinoamericana y otras culturas.

Sobre la cultura, es difícil cambiar a ésta en cualquier negocio. Los líderes de las organizaciones son los que principalmente le dan forma a la cultura, éstas pueden dar y asegurar la buena marcha de los negocios y de las familias. Según De la Cerda y Núñez<sup>54</sup>, el grado de eficiencia de una organización (o un país) se determina en gran medida por su cultura de trabajo, que es distinta entre países, comunidades y organizaciones. Los valores asociados al trabajo han ascendido en la jerarquía de valores de las sociedades modernas (inclusive en países de América Latina), aunque no han alcanzado los niveles de otros países. No

---

<sup>54</sup> *Ibidem.* pp. 37-38.

obstante, en otros países estos valores han alcanzado incluso niveles problemáticos; por ejemplo, los japoneses son los líderes de la cultura de la calidad, cuestión que les ha traído grandes beneficios, pero también les ha generado problemas graves. Estos autores mencionan que los japoneses inclusive han enviado delegaciones a México y Brasil con objeto de planear campañas de promoción de ocio, para moderar su cultura de trabajo.

En un estudio aplicado en ocho países de Europa a 1,132 pequeñas y medianas empresas, se determinó que estas organizaciones suelen adoptar estrategias conservadoras, por lo que deben verse como entidades estables, más que progresistas. Para las empresas familiares la innovación supone un gran riesgo, en el sentido que ésta constituye un reto a lo establecido y tradicional, mientras que para las empresas no familiares la innovación se toma como algo menos riesgoso. Para las empresas familiares la internacionalización significa, por una parte, una gran oportunidad de crecimiento, pero a la vez constituye un gran reto que se asocia a la incertidumbre.

Se comprende, que las empresas familiares, sobre todo las de primera y segunda generación, experimentan un proceso más lento de internacionalización que las compañías no familiares. Esto es así, porque si bien no es necesario que las empresas familiares pierdan su carácter familiar para internacionalizarse, estas deben de reorientar su vocación local y su actitud. Si no lo hacen, es probable que las empresas familiares se vuelvan cada vez más resistentes al cambio, y que nunca lleguen a internacionalizarse.

## **10. POLITICAS DE DESARROLLO Y FOMENTO DE ARTESANÍAS**

A partir de 1917, los gobiernos que surgen como triunfantes con la derrota del movimiento popular, se enfrentan al compromiso de rescatar para el país una imagen ideológica de corte nacionalista.

Fue en 1921, cuando el Estado reconoció en forma pública su admiración por las artesanías, o lo que en su época se llamaban “industrias típicas”: la entonces Secretaría de Industria y Comercio publicó por acuerdo expreso del presidente Álvaro Obregón<sup>55</sup>. Este era un primer mensaje oficial del Gobierno de la República al ingenio y a la habilidad de los indígenas de México, lo cuál figuraban ya los primeros pasos para implementar una política cultural que desembocaría en una ideología y cultura nacional.

Así, en la búsqueda de la nacionalidad era imperativo el descubrimiento de la cultura mexicana. Para ello se manejó la idea de que a todos los mexicanos los unía un patrimonio cultural común, heredado de lo verdaderamente mexicano, de lo que se podía vanagloriar cualquier habitante del país: lo indígena y algunas de sus expresiones culturales que se consideraran positivas, como sus vestidos, su música, sus bailes, sus ollas, su pintura, sus adornos. La población no indígena del país (minoritaria), debía aprender a amar a lo indígena, a respetarlo, a fusionarse con sus valores y costumbres, de tal manera que de esa unión naciera lo verdaderamente nacional<sup>56</sup>.

De este modo, las políticas de desarrollo y fomento de las artesanías que se han delineado e implementado a través de varios organismos (ad hoc), debemos entenderlas como parte de las políticas generales de desarrollo económico del país. Para tener una idea más clara del tipo de organismos que fomentaron la actividad artesanal en ese momento fueron el Instituto Nacional Indigenista (INI), el Fideicomiso para el Fomento de las Artesanías (FFA), que en su tiempo manejó el Banco de Fomento Cooperativo, La Secretaría de Trabajadores no Asalariados y Artesanos de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares del PRI (CNOP) y el Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE); instituciones en su gran mayoría en este momento, desaparecidas por el Estado mexicano.

<sup>55</sup> Martínez Peñaloza, Op., Cit. 1972. p. 98.

<sup>56</sup> Novelo, Op., Cit. 1976 p. 32.

Así, desde la segunda década del siglo pasado, el aparato del Estado ha sido en México el impulsor determinante del desarrollo de las fuerzas productivas<sup>57</sup>. Esta función debe también entenderse como una forma en que el sistema político ha operado como instrumento de control y legitimidad hacia los sectores más vulnerables como lo es el artesanal. El Estado en sus estrategias de desarrollo, ha creado una amplia red de organismos e instituciones relacionados con el crecimiento económico y que han participado de forma directa en el proceso productivo.

Las políticas de fomento a las artesanías, así como su estrategia general de crecimiento económico, han venido cambiando. Esto significa, que aún cuando el modelo general que se sigue, el aparato del Estado es el promotor del crecimiento de un país capitalista, el proceso económico nacional ha pasado por fases que no solo responden a situaciones de orden interno sino que, estos cambios son determinados por el proceso capitalista, o bien dicho, por el proceso capitalista internacional.

Así, las políticas oficiales de fomento artesanal, de lo que se conoce, éstas fueron diseñadas para las zonas rurales del país, las cuales subrayaron diferentes aspectos de fomento, así como de productos, grupos sociales de productores que se pretendieron proteger o fomentar. En estas primeras iniciativas oficiales de fomento de la actividad artesanal, ésta se dirigió a la producción de objetos plásticos indígenas, la cuál inculcó aspectos de protección, preservación y difusión de de la producción tradicional auténtica, entendida como arte popular.

La notoria estabilidad política, la paz social que predominaba en México en estos tiempos, fue una atracción importante para el turismo de otros países. El turismo exterior apareció como una de las alternativas para obtener divisas, lo cuál favoreció en la comercialización de las artesanías al incrementarse cada vez más un número de turistas extranjeros.

---

<sup>57</sup> Novelo, Op., Cit. 1972. p. 13.

De esta forma fue como las artesanías mexicanas cobraron una nueva importancia; su auge comercial incidió en una progresiva industrialización y los artículos indígenas fueron conocidos y promocionados en varios mercados, incluyendo el internacional.

Conforme evolucionaba rápidamente el crecimiento de las importaciones de bienes de capital y también de bienes suntuarios para las élites de más altos ingresos, determinado por el proceso conocido como de sustitución de importaciones, se hacía más necesario ampliar las exportaciones mexicanas para tratar de impedir el ensanchamiento exagerado del déficit de la balanza comercial; las artesanías tienen gran importancia en las políticas de fomento de la exportación de manufacturas. Esto incidió en la multiplicación de firmas comerciales dedicadas a la exportación masiva de artesanías, que englobó producciones tanto rurales como urbanas, objetos tradicionales y modernos, únicos y en serie, etc.<sup>58</sup>

Las políticas de fomento artesanal hasta antes de que terminara la década de los setentas del siglo pasado, parecen haber tenido éxito. Autores como Victoria Novelo, sustentan que las artesanías son equilibradoras de la balanza comercial y como la política de fomento de las artesanías estuvo dirigida dentro de los lineamientos de la política agrícola por tratarse de zonas rurales, aquí la tasa de crecimiento de la agricultura mexicana a partir de 1935 y hasta 1960, creció una tasa anual de 4.4%, cifra que estuvo muy por encima del crecimiento de la población<sup>59</sup>. En efecto, debe decirse, que el auge de las artesanías contribuyó a que este indicador creciera de manera importante.

Sobre lo anterior se puede afirmar que hasta mediados de los años sesenta, la agricultura seguía siendo el sector que dominaba la dinámica de la economía nacional, aún absorbía gran parte de la mano de obra, generaba divisas mediante exportaciones, abastecía al mercado interno para el consumo y a la creciente industria la proveía de materias primas. Pero poco a poco se hace evidente el

<sup>58</sup> Novelo, Óp., Cit. 1972. pp. 7-16.

<sup>59</sup> Novelo, Óp., Cit. 1972. p. 17.

mayor peso que adquirió la industria en la economía. Ahora la industria se convertía en la directriz y el eje central de la economía mexicana (especialmente durante los años setenta), así como el foco de atención y promoción por parte de las políticas económicas del gobierno mexicano.

Debe decirse, que la política de fomento artesanal que se aplicó desde inicios de 1920 a fines de 1960 en donde se aplicó el Modelo Primario Exportador y de Sustitución de Importaciones, para la artesanía fueron décadas gloriosas de impulso, auge, valoración, producción, distribución, comercialización, etc., y en conjunto de crecimiento cultural de las comunidades indígenas de México.

Así la política de creación de empleos, en los proyectos de fomentos de artesanías, dirigió su atención, de manera primordial, a las áreas rurales del país que eran tradicionalmente las zonas expulsoras de mano de obra, situación que provocó un crecimiento capitalista en el campo (aguda distribución del ingreso y de la propiedad sobre todo), crecimiento que dio lugar a una polarización de la agricultura mexicana, donde los sectores más pobres no echan manos de mecanismos reivindicativos (como nuevos repartos de tierra, ocupación de tierras, crédito, etc.), los obliga a buscar fuentes adicionales de ingreso para satisfacer las necesidades familiares.

Por lo tanto, la concentración del ingreso y los niveles de pobreza se acrecentaron en el área rural, provocando una crisis en el sector agrícola (al no producir los alimentos para el mercado interno), lo cuál forzó al aparato del Estado a reorientar su política agraria, haciendo énfasis, esta vez, en un cambio de organización de la producción ejidal (como la colectivización del ejido).

Ahora, poco a poco, el modelo que se estaba aplicando hasta fines de los años setenta, comenzó a tener sus problemas y acabó por ceder su paso a una estrategia económica que buscaba ser más eficiente a la planta productiva mediante la apertura a la competencia internacional. La nueva estrategia económica a la que se le ha dado por llamar un modelo neoclásico persigue la liberalización económica, y que pretende reducir las actividades que efectúa el

Estado a las más indispensables y dejar al mercado regirse por la ley de la oferta y la demanda.

Es así, que a partir de 1982 cuando se abandona progresivamente el modelo de desarrollo que México venía siguiendo durante décadas y que se apoyaba en la intensa y extensa participación del Estado en la economía, que procuraba la justicia social, que protegía a la producción nacional y que estimulaba la industrialización del país por la vía de la sustitución de importaciones, por otro modelo distinto, que busca descansar en el libre juego de las fuerzas del mercado para asignar y utilizar los recursos, desregulando, abierto a la competencia con el exterior y con una cada vez menor participación de la economía.

Con este tipo de reformas, representaron cambios en el sesgo de la actividad productiva, en las estructuras institucionales y administrativas, y en el desmantelamiento de las políticas que se venían aplicando. Pero no solo se suspendieron las políticas económicas que se venían aplicando, sino que también extinguieron a la mayoría de las instituciones que venían apoyando sobre todo a los sectores vulnerables. En el caso de las artesanías, no solo se eliminan las políticas de apoyo, sino que también varios de los organismos de fomento que hasta antes de los setentas operaban.

Además, con la liberalización de la economía, en 1985 México inicia las negociaciones para adherirse al GATT firmado en 1986. En este año, nuestro país logra entrar al famoso GATT, logrando que el 73% del total de las importaciones fueran exentas, menos 28% del valor de las importaciones quedaron sujetas a permiso previo y se desmantela el sistema de precios oficiales<sup>60</sup>. Con este acuerdo, en términos generales la economía mexicana se ve seriamente perjudicada, ya que se desprotege a toda la planta productiva nacional, sobre todo las micros y pequeñas empresas (es aquí donde encontramos a los artesanos) al no poder competir con la importación de productos extranjeros, a pesar de que son de menor calidad.

---

<sup>60</sup> Tello, Carlos, *Estado y Desarrollo económico: México 1920-2006*. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Economía, Editorial Grupo Edición, S.A, de C.V., México, 2007. pp. 684-686.

Por sino fuera suficiente lo anterior, siguieron las firmas de más tratados de México con otros países. Se destaca el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), firmado por Estados Unidos, Canadá y México. Éste se aprobó el primero de enero de 1994. El TLCAN se proponía lo siguiente: eliminar los obstáculos al comercio de bienes y servicios, promover la competencia leal (se diría desleal), aumentar las oportunidades de inversión, proteger la propiedad intelectual, procurar la eficiencia en la aplicación y administración del tratado, entre otras cosas. Con este tratado se terminó de liberalizar a la economía y México ingresó a la competencia comercial con uno de los países más poderosos en el mundo (Estados Unidos), sin menospreciar el crecimiento que tiene Canadá. Con ello, México termina por insertarse hacia la economía globalizada de libre intercambio de mercancías y servicios y de libre movimiento de capital. Difícilmente se puede aceptar que los resultados para nuestro país han sido positivos. Primero, porque entre los firmantes en el tratado no existe igualdad económica y segundo, México es un productor de materias primas y de mano de obra barata y con la mitad o más de la población viviendo en la marginación y pobreza, y si le agregamos más, con crisis recurrentes por lo menos cada diez años.

Se pensaba que con el TLCAN, la economía mexicana crecería para mejorar las condiciones deplorables de sus habitantes. Después de 1994, este propósito no se tradujo en un mayor crecimiento económico, es decir, en un aumento del ingreso por habitante, en mayor productividad, en mayor empleo, etc. La competencia desleal que se ha dado por la apertura de los tratados ha sido desastrosa para la economía nacional, pero sobre todo como se mencionó anteriormente para las micros y pequeñas empresas. Se entiende que el TLCAN solo ha beneficiado a las grandes empresas nacionales y extranjeras y por el contrario ha deteriorado la vida de miles de micros y pequeñas empresas y sobre todo familiares que han quebrado ante la abrumadora competencia desleal y ante la falta de tecnología.

Con el desmantelamiento de la economía, ante un Estado que se ha achicado en su intervención, queda claro, que las políticas actuales sobre el fomento artesanal,

han desaparecido prácticamente. A diferencia del pasado, ahora son contados los organismos oficiales que se dedican a impulsar el desarrollo artesanal y esto con un limitado presupuesto. Sobre los organismos que actualmente conocemos podemos citar a FONART, Fondo Nacional de Empresas Solidarias, (FONAES), el INI, Casa de las Artesanías (CASART) en los Estados del país y otras. Estas instituciones han creado mecanismos concretos para orientar y fomentar a los artesanos a través de concursos, exposiciones temáticas, exposiciones individuales, acompañadas de promociones y programas de prensa, radio y televisión; los concursos han representado un soporte significativo al desarrollo artesanal, han servido de estímulo para elevar la calidad técnica, han animado la competitividad para nuevos diseños, y han sido una forma de compensar económicamente a los productores con el premio que se otorga y los mercados que se les abren; acciones que han sido insuficientes para resolver su gran problemática.

El momento actual del desarrollo del país se ha condenado indefendiblemente, al propiciar que el campesino desaparezca y por ende sus artesanías, y por tanto al creador del arte popular. Las políticas de desarrollo y de fomento artesanal que se venían aplicando hasta antes de los años setenta, parece que han desaparecido debido al achicamiento del Estado en la economía y ahora la producción quedó en manos de la oferta y la demanda y de un mundo cada vez más globalizado.

Al respecto, debe recordarse, que del gran número de instituciones y organismos que operaban antes de que iniciara el modelo que conocemos neoliberal (inicios de los ochenta), ahora solo conocemos que el FONART y las CASART en los estados, son los únicos organismos (al menos los más activos) que participan con programas de impulso artesanal.

Con el actual modelo de desarrollo, no solo las políticas de fomento artesanal han desaparecido; sino que también se desvanece el interés del sector público de rescatar a las artesanías. Ahora solo su rescate se hace por medio de discursos políticos hacia los indígenas cada vez que hay elecciones y se demuestra que el olvido hacia este sector, es cada día más evidente.

Sin embargo, la artesanía sigue sobreviviendo pesar del escaso apoyo gubernamental que actualmente se le brinda. Sobre el apoyo que se brindaba antes y lo que se hace ahora, nos hace recordar la importancia del mensaje que daba el entonces candidato a la presidencia de la República en 1958 y donde expresaba lo siguiente<sup>61</sup>:

*“Si se fortalece nuestro artesano con el crédito y la organización adecuados, podrá convertirse dentro de sus dimensiones de industria familiar, en un importante renglón de la actividad económica general [...]. El mexicano está dotado de ingenio y habilidad que le permiten hacer hermoso cualquier artefacto. Esta capacidad innata debe convertirse en una fuerza económica [...]. Mucho de lo que la familia rural produce en los tiempos libres, cuando el trabajo agrícola no requiere su presencia en la sementera, puede organizarse y desarrollarse para constituir la base de diversos artículos que demandan los habitantes de nuestras ciudades y que pueden ser exportables [...] A los artesanos de la República les digo: sus manos son su mayor riqueza; ellas, con nuestra herencia cultural y la sensibilidad que han recibido de nuestros antepasados, les permite hacer muchas cosas que pueden beneficiarlos económicamente”.*

## 11. ANTECEDENTES DEL DESARROLLO LOCAL.

El modelo de desarrollo que predominó durante los años de la posguerra y que tenía como eje principal el promover y atraer la inversión exógena, dejó de ser funcional a partir de la crisis de los años setenta, ya que puso de manifiesto sus limitaciones en materia de empleo y desarrollo, no solo en sus aspectos cuantitativos, sino mas aún, desde una perspectiva de progreso<sup>62</sup>. Esta limitación de la política obligó a que se diera un cambio hacia una nueva política de

<sup>61</sup> Citas de varios discursos pronunciados por el Licenciado Adolfo López Mateos en distintas partes del país durante su gira como candidato a la presidencia de la República en 1958. Citado por Novelo, Victoria, *Artesanías y Capitalismo en México*. Centro de Investigaciones Superiores. Instituto Nacional de Antropología. SEP-INAH. Primera Edición. Editorial, Casa Chata. México, 1976. p. 40.

<sup>62</sup> Manual de Desarrollo Local, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), Dirección de Desarrollo y Gestión Local, Centro de Estudios para América Latina (CEPAL), 1994. pp. 8-9.

desarrollo que valorizara el potencial endógeno y que resaltara el papel del territorio como algo más que mero soporte de actividades inconexas.

El dramático descenso de los niveles de crecimiento provocado por la crisis junto al agotamiento de los mercados de productos tradicionales, los cambios en la demanda mundial y la acelerada aparición de nuevas tecnologías y productos hicieron que, frente a la teoría del crecimiento, se aumentara también la preocupación por los recursos naturales, la mejora del medio ambiente y en general todos aquellos aspectos relacionados con la calidad de vida.

El cambio de actitud de la política y el principio de otra pasó a que el desarrollo endógeno jugara un papel central en el desarrollo.

Según el Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) en un primer momento, las respuestas a la crisis tuvieron un carácter eminentemente nacional debido al profundo desequilibrio que ésta generó en los grandes indicadores macroeconómicos, pero más tarde empezaron a considerarse también las consecuencias de la misma para los niveles sub-nacionales (local, regional) donde la falta de recursos, el desempleo, la dificultad de adaptación y la mayor cercanía del problema hicieron que estas repercusiones fueran mas intensas y sentidas<sup>63</sup>.

El cambio de la estrategia de desarrollo que se había impuesto hasta mediados de los setentas, se debió también a la observaciones de que los impactos negativos de la crisis rebasaban las posibilidades de unas políticas macroeconómicas diseñadas desde el centro y que resultaron poco efectivas para resolver la problemática del estancamiento, desindustrialización y contención del desempleo de las diferentes zona<sup>64</sup>.

Fue a partir de ese momento cuando se transformaron los planteamientos básicos, dando lugar a un nuevo enfoque del desarrollo, basado en el aprovechamiento de

---

<sup>63</sup> Ídem.

<sup>64</sup> Manual de Desarrollo Local, Op., Cit. 1994. pp. 9-10.

los recursos endógenos y que permitió redescubrir y desarrollar las potencialidades contenidas en el tejido económico y social local para darles un nuevo y positivo giro. La aplicación de estas políticas más específicas (en su diseño y aplicación), llevó a una participación imprescindible de los agentes locales (tanto de carácter público como privado), dado que son los que más conocen las características de la problemática concreta que afecta a cada zona. Por lo tanto, estas iniciativas locales jugaron un papel de suma importancia, ya que movilizaron el potencial existente y estimularon una mayor participación en el progreso comunitario. De este modo, no se enfoca como una alternativa sino como un complemento necesario a las otras políticas de desarrollos regionales y nacionales que por su lejanía o por la necesidad de atender problemas más urgentes de carácter macroeconómico no resultan lo eficaces que deberían de ser en el nivel local.

Debe decirse que esta nueva estrategia “desde abajo”, como se dijo anteriormente, tiene su origen en la década de los setenta, pero ha sido en los ochentas cuando los procesos de descentralización y desarrollo local adquirieron más importancia y cuando la estrategia “oculta” del desarrollo endógeno se ha ido transformando en una estrategia activa de desarrollo local a medida que los gobiernos locales, democráticamente elegidos, han ido incorporando a sus funciones el diseño y ejecución de políticas de largo plazo para resolver problemas locales y defenderse de los cambios producidos por la globalización.

Bajo este contexto, la aplicación de esta nueva política de desarrollo local endógeno no surge pues como fruto del cambio de estrategia de los Estados, sino como consecuencia de que algunos gobiernos locales/regionales deciden intervenir en su definición y ejecución en un momento en que las condiciones institucionales y económicas han cambiado de manera radical.

### 11.1. Teoría del desarrollo local

El estudio del desarrollo con una óptica local muestra que todas las regiones poseen características culturales, históricas, físicas e institucionales que representan conjuntamente un potencial de crecimiento propio<sup>65</sup>. Las comunidades cuentan con una cultura propia, creencias y valores que están presentes en todas las actividades que emprenden, incluida la económica. Por esta razón, la óptica del desarrollo local concede a cada comunidad una oportunidad de crecimiento con sus propios recursos, su saber hacer, su organización y sus valores.

Existen tres elementos en los cuales se basa en gran medida la potenciación futura del crecimiento: un “saber hacer específico” que ha evolucionado desde formas de acumulación de excedentes basadas en la agricultura hasta la producción artesanal y posteriormente industrial; “encadenamientos productivos locales” que generan e incentivan la especialización productiva, fortaleciendo el saber local; y “capacidad empresarial propia” que suele considerarse el elemento decisivo para promover el desarrollo local<sup>66</sup>.

El desarrollo económico local puede definirse como aquel proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona es capaz de estimular su crecimiento económico, para crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local<sup>67</sup>.

Al tratarse de un concepto relativamente novedoso, no existe sin embargo, una definición comúnmente aceptada. Según Allende, el desarrollo económico local también podría definirse como un “proceso por el que el gobierno local establece iniciativas, promueve actividades económicas y sociales y conecta con el sector

<sup>65</sup> Martínez Piva, Jorge Mario, “Desarrollo económico local en América Latina”. *Comercio Exterior*, Vol. 51, Núm. 8, México, 2001. p. 688.

<sup>66</sup> *Ibidem*.

<sup>67</sup> *Manual de Desarrollo Local*. Op., Cit. 1994. pp.12-13.

privado en proyectos conjuntos o incentivándolos con objeto de crear nuevos empleos y regenerar la estructura socioeconómica de la zona”<sup>68</sup>.

Otra definición, sobre desarrollo económico local, según Rofman es entendida como “un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o una región”<sup>69</sup>.

Igualmente se podría concebir el desarrollo local como “un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora del nivel de vida de la población local en el que se pueden identificar al menos tres dimensiones: una económica en la que los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; otra, la sociocultural, en que los valores y las instituciones sirven de base al proceso de desarrollo; y finalmente, una dimensión política-administrativa en que las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable, protegerlo de interferencias externas e impulsar el desarrollo local”<sup>70</sup>.

Por lo tanto, podemos entender que el desarrollo endógeno, es la habilidad para innovar a nivel local con una amplia participación social, si bien es cierta la complejidad de los procesos de cambio territorial, no dejan de existir los planos: económico, político, científico y tecnológico, y el cultural en que se manifiesta la endogeneidad<sup>71</sup>.

Finalmente, es importante recalcar que el desarrollo local puede ser una estrategia poderosa, puede conducir indiscutidamente sobre el objetivo de mejorar las condiciones del nivel de vida de la población local.

<sup>68</sup> Allende, J., *Desarrollo económico local y reestructuración urbana en la ciudad. Instrumento de recuperación económica de creación de empleo*. Ed. Ayuntamiento de Vitoria, Vitoria, 1988, pp. 12-13. p. 49.

<sup>69</sup> Rofman, A., *Los actores del desarrollo Local. Notas teórico metodológicas para el análisis del sistema de actores*. Apuntes para el módulo del curso de posgrado Desarrollo Local en áreas metropolitanas. Buenos Aires Argentina, 2003. p. 21.

<sup>70</sup> *Manual de Desarrollo Local*. Op., Cit. 1994. pp.13-14.

<sup>71</sup> Vázquez Barquero, Antonio. *Desarrollo, redes innovación. Lecciones sobre Desarrollo Endógeno*. Editorial Pirámide. Madrid España, 1999.

### **CAPÍTULO III**

## **ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN CAPULA, TZINTZÚNTZAN, ZINAPÉCUARO Y CHULUCANAS**

El presente capítulo, hace un análisis de los principales aspectos socioeconómicos de la producción artesanal en las localidades michoacanas, así como la de Chulucanas en Perú. Cabe mencionar que damos una mayor relevancia al análisis michoacano en los aspectos históricos, económicos y culturales porque es ahí donde encontramos nuestro objeto de estudio.

En los primeros puntos, desarrollamos las principales características de la producción artesanal en Michoacán en los aspectos económicos, históricos y culturales, así como las características generales de las actividades artesanales que actualmente se desarrolla en el Perú.

Posteriormente, revisando algunos indicadores de pobreza, bienestar social, Índice de Marginación e Índice de Desarrollo Humano (IDH) en las entidades caracterizadas por su fuerte presencia indígena y desde luego destacando las particularidades que imperan en el estado de Michoacán. Consecutivamente, exponemos la importancia que tuvo el impulso de la política industrial en Michoacán suscitada en los años ochenta y promulgada por el entonces gobernador del Estado, Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano.

En este mismo orden, revisamos algunas características e indicadores de bienestar social para el caso de las diferentes regiones de la entidad para identificar sus niveles de desarrollo y los rezagos en que se involucran.

Y finalmente, presentamos un diagnóstico en diferentes aspectos (históricos, económicos, culturales, etc.), de las actividades artesanales en las localidades michoacanas y piuranas con la finalidad de identificar las principales características productivas, sus artesanos y sus problemas.

## 1. ANTECEDENTES DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN MICHOACÁN: ASPECTOS HISTÓRICOS, CULTURALES Y ECONÓMICOS.

Los orígenes de la actividad alfarera en nuestro país, se remontan a la época precolombina, cuando varias de las culturas de esa época alcanzaron gran maestría en la elaboración de piezas de cerámica.

Se puede decir que México tiene una gran tradición alfarera de milenios. Esta parte de la cultura material la encontramos ricamente desarrollada desde la época prehispánica hasta nuestros días, en un dilatado universo de formas, técnicas y decoraciones. Así, la cerámica en nuestro país es un indicador de su historia.

Cuando los españoles llegaron a México, estos introdujeron importantes innovaciones tecnológicas entre las que destaca el uso de la greta, así como el uso del torno. A pesar de las innovaciones por los europeos, la organización de los talleres artesanales no se modificó y siguió siendo fundamentalmente indígena.

Siendo nuestro país un lugar lleno de historia y riqueza cultural, Michoacán también es parte de ella.

En Michoacán, esta actividad tiene sus orígenes en el año 2000 a. de C., con la cultura Chupícuaro, principalmente, teniendo su apogeo en el periodo 400 a. de C., y 200 después de C<sup>72</sup>.

Con la llegada de Tata Vasco a territorio michoacano, los artesanos de algunos “pueblos se vieron beneficiados, primero, porque estos pueblos indígenas se habían visto sometido por los españoles y segundo, fueron ayudados a refinar y a pulir sus piezas en la industria de la alfarería”<sup>73</sup>.

Debido a su historia, Michoacán no es una entidad culturalmente homogénea. Desde antes de la Conquista, había diferentes grupos étnicos asentados en el territorio, como los nahuas en la costa, los purépechas o tarascos en las zonas centrales conocidas como la Cañada, la Meseta o el Lago, y otros grupos

<sup>72</sup> García García, Op., Cit. 1997. pp. 2-3.

<sup>73</sup> Tapia Mendoza, Feliciano, *Memoria histórica de Capula*. H. Ayuntamiento de Morelia, 1999-2001. Ed. Conaculta, PACMYC, Morelia, Michoacán, México. 2001. p. 4. pp. 150.

mazahuas y otomíes en la zona oriente. La resistencia cultural de estos grupos frente al poder español y posteriormente al mestizo, ha tenido como resultado la permanencia de sus lenguas y de numerosos rasgos (si bien fragmentados, subordinados, desligados de su matriz original) que aún les dan una personalidad propia, así como suficientes razones para distinguirse de la occidentalización dominante<sup>74</sup>.

En el estado de Michoacán, se hablan casi 40 lenguas indígenas. El idioma más hablado es el purépecha con 89.8%, le siguen el náhuatl, el mazahua y el otomí, con 3.9%, 3.6% y 0.6% respectivamente<sup>75</sup>.

El panorama cultural del Michoacán contemporáneo está, por lo tanto, constituido por varios horizontes perfectamente diferenciados entre sí: el indígena, predominantemente purépecha, que ha conservado su identidad cultural adaptándola a los cambios externos; el criollo, que defiende vigorosamente su raíz española en algunos enclaves de población del estado; y el mestizo y mayoritario, que representa no solo la conflictiva mezcla de razas y símbolos, sino también el impulso histórico por ser una nación independiente. No obstante su diferenciación y sus desigualdades, la cultura michoacana exhibe aún, frente a la tendencia nacional actual hacia una modernización a ultranza, una singularidad y un vigor muy difíciles de encontrar en otras entidades del país.

Nuestra cultura ante las tendencias de la globalización, es claro que promueve la uniformidad de los individuos en tanto que consumidores, la población michoacana insiste (en la medida de lo posible), en conservar su cultura, no solo en libros y museos, sino también en las practicas cotidianas.

La artesanía en Michoacán, representa una parte entrañable de la cultura michoacana. Dueño de una identidad propia y una variedad casi infinita, este quehacer se realiza desde hace siglos, con los gestos ancestrales de los

<sup>74</sup> *Atlas Geográfico de Michoacán*. Secretaría de Educación Pública y Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Gobierno del Estado de Michoacán, Segunda Edición, 2003.

<sup>75</sup> Navarro Chávez, José César Lenin (Coord.), *Informe sobre Desarrollo Humano en Michoacán*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo/México. Gobierno del Estado de Michoacán e Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la UMSNH. Editorial, Galera, 2008. pp. 50-51. p. 151.

antepasados indios y con la laboriosidad que inculcara en cada poblado Don Vasco de Quiroga. Con los recursos naturales de cada región, los artesanos michoacanos convierten cada objeto trabajado con sus manos en una pieza única que, a su vez, muestra en sus formas y colores los signos de una tradición centenaria que sigue transmitiéndose de una generación a otra, ininterrumpidamente.

Las comunidades con más arraigo y tradición alfarera están en la sierra y en la región lacustre. Esta actividad productiva es una de las ramas artesanales más fecundas, más difundidas y más ricas en formas y acabados. Es perfectamente posible distinguir la cerámica por ejemplo de Capula de la de San José de Gracia o la de Patamban. Cada comunidad alfarera guarda celosamente su tradición propia, cuidando de no perder la personalidad artística que van cultivando por tanto tiempo.

Así, nuestro estado, tiene una historia cultural que resalta en el medio nacional no solo por su cultura; sino que además por su importante actividad artesanal reflejo del trabajo de sus indígenas, asentados en muchos municipios y localidades culturalmente reconocidos por lo que producen y su especial forma de vivir.

Ante esta característica, Michoacán es el tercer estado del país en importancia en cuanto a producción alfarera se refiere. Los estados con mayor relevancia económica son en ese orden, Jalisco, Estado de México, Michoacán y Oaxaca<sup>76</sup>.

La importante participación de Michoacán en materia artesanal, tiene que ver a que nuestro estado cuenta con un importante número de comunidades artesanales distribuidas en toda la geografía michoacana. Cuenta con mano de obra capacitada y a la vez experimentada así como los insumos necesarios para el proceso productivo de la actividad, pero este potencial desafortunadamente poco ha sido desaprovechado, dado que la gran mayoría de los artesanos viven en condiciones de atraso y por ende en la marginación y pobreza.

---

<sup>76</sup> Martínez Peñaloza, Op., Cit. 1972. pp. 78-79.

Sin embargo, sobre la importancia que tiene Michoacán en el ramo artesanal, Rubín de la Borbolla (1964) y sus colaboradores, hicieron una investigación inédita, en que se estima que en el año 1958 existían, fuera de la Ciudad de México y el Distrito Federal, 650 centros alfareros en 14 estados de la República, y se destaca que Michoacán ocupa el primer lugar en cuanto a centros alfareros de México, siguiéndole Oaxaca y Jalisco, (ver cuadro 4).

<b>Cuadro 4. Principales centros alfareros de México.</b>	
<b>Estados</b>	<b>Centros productores</b>
<b>Michoacán</b>	110
Oaxaca	100
Jalisco	90
Estado de México	60
Puebla	60
Guanajuato	40
Guerrero	40
Veracruz	30
Hidalgo	30
San Luis Potosí	20
Zacatecas	20
Aguascalientes	20
Chiapas	20
Tlaxcala	10
<b>Total</b>	<b>650</b>
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a datos de: Martínez Peñaloza, Porfirio, en: <i>Arte Popular y Artesanías Artísticas en México. Un acercamiento</i> . Segunda Edición. SEP. Consejo Nacional de Fomento Educativo. México, 1972. p. 78. p. 135.	

De acuerdo a estos datos, Michoacán y Oaxaca son los principales productores alfareros y se mantienen a la cabeza por el volumen de su producción y que a pesar de que la fuente tenga varias décadas en que se investigó, se cree que estos estados en la actualidad se han mantenido con el mismo número de centros productores. Es importante que para el caso de la alfarería, en las últimas décadas (fines del siglo XX), la producción se ha diversificado con la aparición de centros productores de cerámica de alta temperatura (stoneware), y sea en localidades con tradición alfarera como es el caso de Tlaquepaque y Tonalá, en Jalisco y Capula en Michoacán y otros pueblos artesanales.

Por otro lado, Martínez Peñaloza, estima que para el año de 1972, que a nivel nacional había 3,800 familias productoras de alfarería y precisamente cita a

Michoacán como uno de los estados que sobresalen en el ramo artesanal, (ver cuadro 5).

<b>Cuadro 5. Número de familias productoras de alfarería en México.</b>	
<b>Estados</b>	<b>Familias</b>
Estado de México	2000
Jalisco	600
Oaxaca	400
<b>Michoacán</b>	<b>300</b>
Puebla	200
Guanajuato	200
Hidalgo	30
Aguascalientes	30
Otros Estados	40
<b>Total</b>	<b>3800</b>

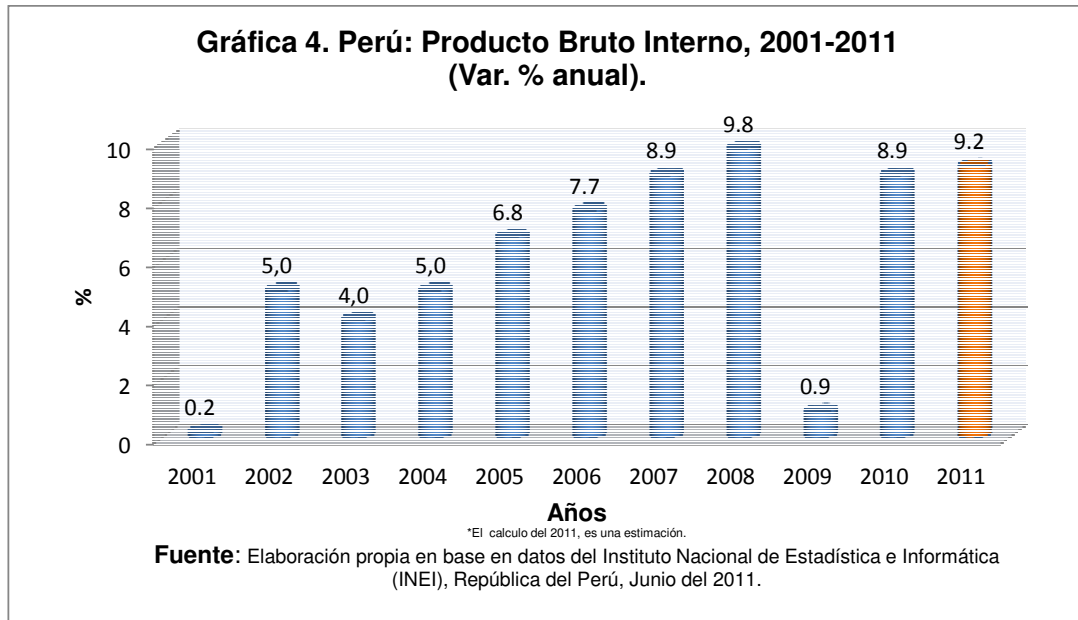
**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de: Martínez Peñaloza, Porfirio, en: *Arte Popular y Artesanías Artísticas en México. Un acercamiento*. Segunda Edición. SEP. Consejo Nacional de Fomento Educativo. México. 1972. p. 77. pp. 135.

Sobre el cuadro anterior, se destaca que Michoacán ocupa el cuarto lugar en cuanto a número de familias productoras de alfarería, en donde el estado de México, Jalisco y Oaxaca ocupan los primeros lugares.

## **2. LA ARTESANÍA PERUANA: ASPECTOS HISTÓRICOS, CULTURALES Y ECONÓMICOS.**

### **2.1 Principales características de las Micros y Pequeñas Empresas (MYPES) del Perú y su inserción en el mercado internacional.**

La economía peruana se sitúa entre las de mejor desempeño en América Latina desde el año 2002. Creció 7.7% en 2006, 8.9% en 2007, 9.8% en 2008; 8.9% en 2010, y para el 2011 se tiene una proyección arriba del 9.0%. Durante la crisis financiera internacional suscitada en 2009, fue de lo pocos países en la región en registrar un crecimiento positivo de casi 1.0%, mostrando un desempeño superior al promedio de países latinoamericanos (-2.3%), ver gráfica siguiente:

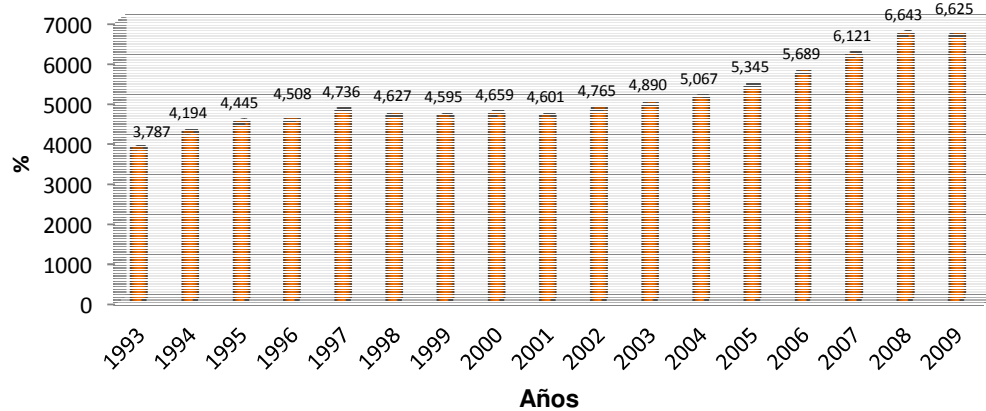


En general, el crecimiento económico reciente ha permitido generar mejoras en los niveles de ingresos y empleo y así alcanzar reducciones en los niveles de la pobreza nacional.

Un indicador significativo que nos indica mejoras en los niveles de vida de los peruanos, es el Producto Interno Per Cápita que a partir de los años noventa ha evolucionado de manera positiva, ya que pasó de 3,877 nuevos soles en el año 1993 a 6,625 nuevos soles para el 2009; es decir casi se duplicó, (ver grafica 5).

**Gráfica. 5. Perú: Producto Interno Percápita, 1993-2009.**

Valores a precios constantes, 1994 (nuevos soles)



Fuente: Elaboración propia en base en datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), República del Perú, 2011.

Durante los últimos 15 años el sector de micro finanzas peruano ha mostrado un gran dinamismo a pesar de las crisis financieras que sucedieron a nivel internacional y la prolongada recesión de fines de los noventa<sup>77</sup>. Perú es un ejemplo en América Latina de transición exitosa de un sector de micro finanzas dominado por las ONGs (Organizaciones No Gubernamentales) y en donde compiten bancos e Instituciones de Micro Finanzas (IMFs) para beneficio de las Pymes que ven ampliar la oferta de servicios financieros de los que disponen y reducirse de los costos asociados a los mismos.

Durante los últimos 15 años ha habido un avance importante en el diseño de un marco legal a institucional adecuado para el desarrollo de políticas financieras en general y las del microcrédito, en particular.

En efecto, desde hace más de una década, las micro-finanzas en el Perú han experimentado un desarrollo notable. En parte esto se relaciona al continuo y sostenido crecimiento de la economía a partir del 2001, así como a la continuidad

<sup>77</sup> Artecona, Raquel (comp), Jaramillo Baanante, Miguel y Néstor Valdivia, "Las políticas para el financiamiento de las PYMEs en el Perú", en: *Apertura comercial y capacidades productivas. Estudio de casos*, en: Revista CEPAL-Colección Documentos de Proyectos. Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y Naciones Unidas, Santiago de Chile, Julio del 2008.

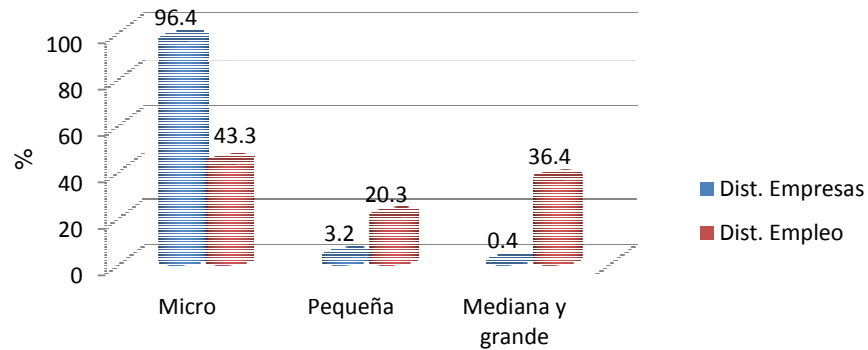
de un marco de políticas económicas que favorecen la inversión y el crecimiento en el sector de las PyMEs, (Pequeñas y Medianas Empresas).

Es importante del número de PyMEs que existen en todo lo largo y ancho del país. Solamente las MyPEs dan cuenta de 95% del total nacional de unidades empresariales. Según datos disponibles, se estima que en el Perú existen más de 2.5 millones de MyPEs, es decir, micros y pequeñas empresas sin contar las medianas y las grandes. De este total, 2,477,284 (98.4%) son micros, 41,333 (1.6%) son pequeñas empresas, de las cuales en su gran mayoría operan de manera informal, (ver cuadro 6).

<b>Cuadro 6. Perú: número de MYPEs formales e informales a nivel nacional, 2004.</b>				
Tipo de empresa	Número de empresas totales	%	Número de empresas formales	Número de empresas informales
Micro	2,477,284	98.4%	622,209	1,855,075
Pequeña	41,333	1.6%	25,938	15,395
<b>Total MYPEs</b>	<b>2,518,617</b>	<b>100%</b>	<b>648,147</b>	<b>1,870,470</b>
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en: Artecona, Raquel (Comp.), Jaramillo Baanante, Miguel y Néstor Valdivia, "Las políticas para el financiamiento de las PYMEs en el Perú", en: <i>Apertura comercial y capacidades productivas. Estudio de casos</i> , en: Revista CEPAL-Colección Documentos de Proyectos. Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y Naciones Unidas, Santiago de Chile, Julio del 2008.				

Del total nacional del complejo empresarial, más del 96% son microempresas que emplean en promedio de 1 a 10 empleados y absorben cerca de la mitad (43%) del empleo nacional. Por otro lado, las empresas pequeñas que dan ocupación de entre 10 y 100 trabajadores son solo el 3.2% del total de las empresas y absorben más del 20% del personal ocupado; es decir, en suma las micros y pequeñas empresas (MyPEs) colaboran con más del 60% del empleo ocupado en el Perú. En el caso de las medianas y grandes empresas (0.4%) que ocupan de 101 trabajadores o más, captan aproximadamente 36% de la población ocupada total, (ver gráfica 6).

**Gráfica 6. Perú: distribución de las empresas por tamaño y su participación en el empleo, en (%).**



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos del Ministerio de la Producción, República del Perú, Lima Perú, junio del 2007.

Es importante mencionar que una de las principales fortalezas que tienen las MyPES en el Perú, es que estas se encuentran cobijadas por un importante número de redes y asociaciones llamadas ONGs, las cuales realizan múltiples actividades para mejorar la vida de sus miembros.

Desde inicios de los años ochentas, las ONGs en el Perú han ejercido gran fuerza en la formulación de políticas públicas para mejorar las condiciones de vida de sus comunidades.

En el sector artesanal, las ONGs han jugado un papel de suma importancia en la aportación de elementos y en la formulación de políticas públicas en beneficio de los indígenas que desarrollan esta actividad.

Un ejemplo sobre el papel que juegan estas organizaciones, tiene que ver con el rol de actividades que realiza una de las más grandes e importantes Organizaciones de Artesanos llamada CIAP (Centro Interregional de Artesanos del Perú), establecida en Lima Perú. La CIAP es una asociación civil sin fines de lucro conformada por asociaciones y grupos productores de artesanías; organización sólida e institucional y socialmente integrada con reconocimiento nacional e internacional; realiza un importante número de actividades para mejorar las

condiciones de vida y de trabajo de los artesanos, sus familias y comunidades, así como poniendo en valor su cultura.

Una de las principales actividades de esta organización es la producción y exportación de artesanías de diferentes tipos y regiones del Perú.

Actualmente CIAP cuenta con 21 grupos o asociaciones de base donde trabajan aproximadamente 700 artesanos, con lo que se ha beneficiado a más de 2,000 personas. Algunas de las actividades que ofrece el CIAP en beneficio de sus socios son las siguientes:

- ✓ Formación y capacitación
- ✓ Apoyo organizativo
- ✓ Desarrollo de productos
- ✓ Promoción e información
- ✓ Actividades sociales

## **2.2 Oferta y demanda turística del Perú**

Perú es uno de los países con gran riqueza cultural gracias a su historia que han dejado sus antepasados. Se estima que en el país viven aproximadamente 6 millones de indígenas. Es uno de los países con más patrimonio histórico-cultural del mundo, hecho que está constatado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) a través de los muchos bienes declarados *Patrimonio de la Humanidad* por esta organización internacional.

A lo largo de su el territorio encontramos ciudades, monumentos, paisajes culturales de envidiable valor histórico cultural y áreas naturales protegidas. Algunas de las razones que justifican este rico valor cultural y con enorme potencial turístico, se sustentan en las siguientes características:

- ✓ Perú es considerado como uno de los siete focos originarios de la cultura en el mundo.

- ✓ Existen más de 70 sitios arqueológicos considerados de uso turístico.
- ✓ El Perú es uno de los 12 países mega diversos.
- ✓ La artesanía del Perú tiene una amplia relación con el turismo internacional.
- ✓ Perú cuenta con lugares aptos para la práctica de deportes de montaña, así como con playas para la práctica de *surf*.
- ✓ Además, tiene 10 lugares inscritos en la lista del patrimonio de la humanidad UNESCO: Parque Nacional Río Abiseo, Parque Nacional Huascarán, Sitio Arqueológico de Chavín, Zona Arqueológica de Chan Chan, Centro Histórico de Lima, Santuario Histórico del Machu Picchu (una de las 7 maravillas del mundo), Ciudad del Cusco, Líneas y Geoglifos de Nasca y de Pampas de Jumana, Parque Nacional del Manu y Centro Histórico de Arequipa, entre los más importantes.

En el Perú, a lo largo y ancho de su territorio encontramos ricos y abundantes destinos turísticos, razones que muestran que este país tiene oferta turística que representan verdaderas opciones de satisfacción para el turismo internacional en todas sus regiones.

Estos lugares se han visto posicionados sobre todo dentro del segmento de cultura (arqueología y culturas vivas) y algunos de sus corredores turísticos más comerciales los podemos observar en el siguiente mapa:

**Mapa 3. Principales destinos comerciales operativos en el Perú.**



**Fuente:** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, Lima, 2008.

El patrimonio peruano es de los pocos en el mundo en ofertar envidiables espacios turísticos dentro del contexto turístico internacional. Cada año, estos lugares en diferentes temporadas, son demandados por el turismo internacional que admira su cultura y su historia. Por estas razones, actualmente la oferta turística está teniendo una revalorización para posicionarse cada vez más como un destino turístico diverso y renovado con verdaderas opciones culturales-recreativas de calidad y que seguramente en algunos años se verá posicionado en uno de los centros turísticos mundiales mas visitados del planeta.

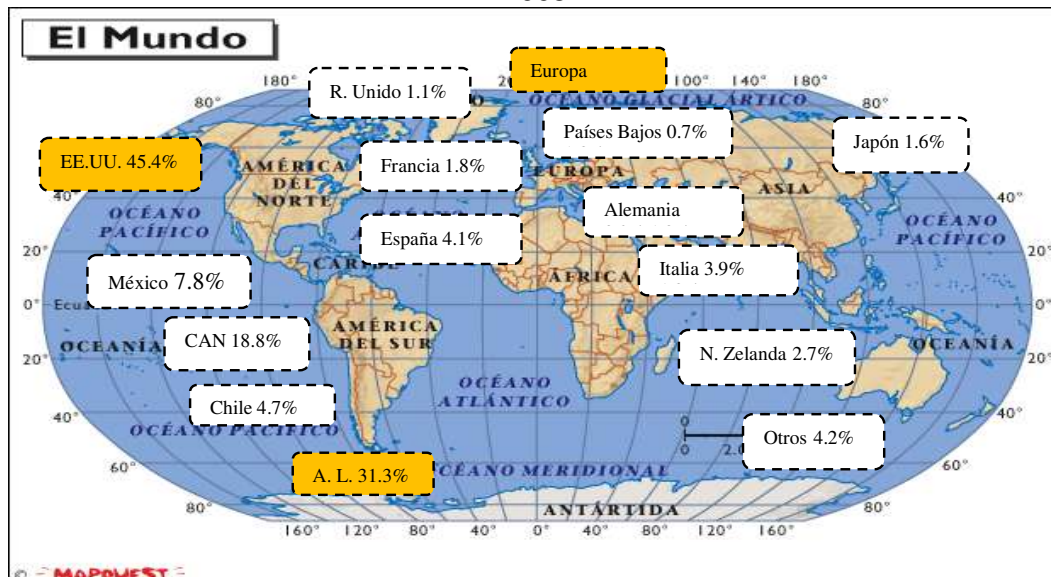
En términos turísticos, la artesanía generalmente complementa el motivo de viaje ligado a un interés cultural. Se trata de un vínculo que genera indudable beneficios para las comunidades artesanas, con mínima intervención de intermediarios y por tanto, considerado de sumo interés para el país. Cabe resaltar que según PROMPEX Perú (Promoción para las Exportaciones del Perú)<sup>78</sup>, más del 90% de los turistas culturales que vienen a Perú, dejan una derrama económica significativa en los siguientes rubros: prendas de vestir como chompas, gorros y

<sup>78</sup> Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), República del Perú, septiembre del 2008.

chalinás (69%), artículos de piel de alpaca (44%), cerámicas (40%), joyería (36%) y tapices (26%). Asimismo, se precisa que el visitante, al momento de elegir una artesanía, busca lo más representativo de la cultura del lugar y variedades y estilos propios.

Es indispensable mencionar que las artesanías del Perú, actualmente tienden a comercializarse en casi todo el mundo, siendo los mercados de Estados Unidos (45.4%), Europa (14.8%) y América Latina (31.3%) los que más demandan este cultural e innovado producto, (ver mapa 4).

**Mapa 4. Perú: exportaciones de artesanías, por principales países destino, 2005.**



**Fuente:** Elaboración propia en base en Información de PROMPEX, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, 2006.

### 2.3 Análisis de las actividades artesanales desarrolladas en Perú

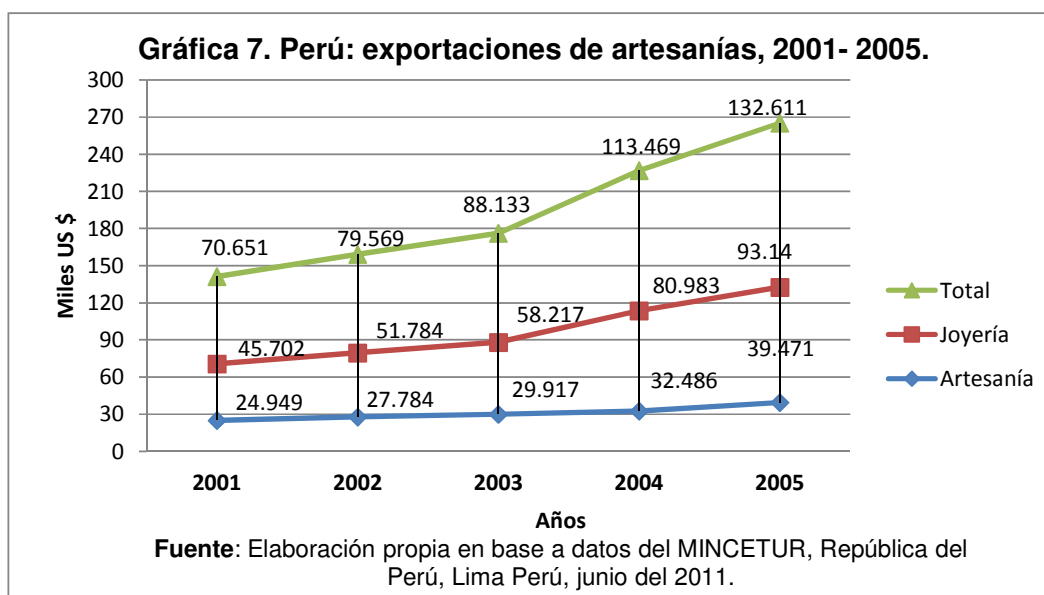
En Perú, la artesanía es una de las principales actividades que los indígenas desarrollan y que históricamente da identidad a este país de América Latina.

Asimismo, en este país, la artesanía ha evolucionado, desde el arte popular que desarrollaron y desarrollan estos pueblos como parte de su identidad hasta su integración a la economía nacional como una de las actividades básicas en la

fabricación en serie de objetos artísticos de origen popular, constituyéndose ahora como un importante sector y con excelentes perspectivas gracias a la innovación que la mayoría de los productores han realizado en ella.

Pero sin duda otro aspecto muy importante de la artesanía peruana, es que ella está directamente ligada a la actividad turística; puesto que los artesanos, en la mayoría de los casos, mantienen relación directa con los turistas, quienes realizan diversas actividades en las localidades visitadas.

Un ejemplo de la importancia que hoy tiene la artesanía peruana, se muestra en el ascenso de sus exportaciones que han crecido considerablemente. La gráfica siguiente da cuenta de su crecimiento, (ver gráfica 7).



La producción de la artesanía peruana se hace presente en casi en todo el territorio nacional, encontrando gran diversidad de objetos como la cerámica y alfarería, textiles, muebles, peletería, cuero, bisutería, joyería, etc., (ver mapa 5).

**Mapa 5. Regiones productoras de artesanías en el Perú.**



**Fuente:** Elaboración propia en base en información del MINCETUR, República del Perú, Lima Perú, junio del 2011.

Asimismo, cabe destacar que desde el punto de vista de la distribución geográfica y como se observa en el mapa anterior, el sector artesanía se ubica en todo el ámbito nacional, principalmente en las regiones de Cusco, Ayacucho, Puno, Ancash, Huancavelica, Cajamarca, Junín, Piura, Loreto, Lambayeque, Arequipa y Lima.

Dentro de las 32 ramas o actividades, la principal es la textil; la cual se desarrolla en 21 regiones del país, con excepción de Tumbes, Loreto y Madre de Dios, seguida de la rama de cerámica y alfarería que también es producida en 17 regiones; la madera en 15 y fibras y vegetales se desarrolla en 14.

Con lo anterior observamos que el sector artesanías no solo es amplio en términos culturales sino que también tiene gran relevancia en aspectos económicos, situación que ha llevado a que dicho sector sea merecedor de un proceso de constante revalorización por el gobierno peruano durante los últimos 10 años.

En este sentido, una de las políticas de Estado que se han venido aplicando en los últimos 10 años, ha sido la “Revalorización del Sector Artesanal Peruano”, política que impulsada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Ministerio de la Producción y el Ministerio de Cultura.

Una de las acciones ejecutadas como políticas de Estado, hacia la revalorización del sector artesanal, es la creación de los famosos Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo a fin de dotar de competitividad a este tipo de producción nacional.

Los potenciales beneficiarios de esta política representan alrededor el 8% de la población nacional. Debe tomarse en cuenta que no existen cifras estadísticas de censos artesanales que den cuenta de datos precisos sobre la actividad, pero estimaciones del MINCETUR señalan que en el país existen alrededor de 100,000 talleres artesanales que involucran directamente a 500,000 artesanos, de los cuales indirectamente emplean aproximadamente 2,000,000 de personas más. Es decir, el sector artesanal entre empleos directos e indirectos genera cerca de 2,500,000 puestos de trabajo; mismos que representa el 16% de la población económicamente activa total nacional que ascendió a más de 15,000,000 para el año 2010.

## **2.4 La creación de los Centros de Innovación Tecnológica (CITEs) en el Perú**

Desde fines de los años noventas, la República del Perú ha tenido a bien de preocuparse y de crear acciones encaminadas al impulso productivo de las MyPyMEs de todas regiones y localidades del país. No era para menos, pues estas pequeñas unidades empresariales y en su gran mayoría unidades familiares son dinamizadoras tanto en producción como en empleo nacional, aportando más del 60% de los ocupados en el país.

Constituido los CITEs como una política de Estado, uno de sus objetivos centrales era la de dotar de mejores condiciones de innovación tecnológica a la MyPyMEs a fin de dotarla de competitividad, aprovechando desde luego las potencialidades productivas de cada región, pero con la participación de los agentes locales.

Desde la política pública, los CITEs fueron diseñados sin fines de lucro (tanto los públicos como los privados), con el único objetivo de elevar la competitividad de la producción de zona, instalados en espacios comunitarios y dirigidos con el mejor personal de la localidad tanto en la parte técnica como administrativa y sin fines políticos. En ellos solo operan máximo 5 personas los cuáles trabajan para la comunidad y siempre supervisados primero por un comité de vigilancia local y desde el gobierno central por el MINCETUR.

## **3. CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN MICHOACÁN**

Sobre la importancia que tiene la producción alfarera en Michoacán, significa que para muchos artesanos, es ahí precisamente donde encuentran el sustento económico de sobrevivencia, dado que gran parte de la población económicamente activa, (sin contar a los niños y adultos mayores), aquí encuentran el sustento económico. Según el Censo Económico de INEGI, de 1994, registró que en Michoacán existían 27 municipios que aglutinan a varias comunidades dedicadas a producir alfarería y cerámica, donde es precisamente el

de Morelia el que participa con el segundo lugar en porcentaje de personas ocupadas, y el primer lugar en valor agregado<sup>79</sup>, siendo Quiroga el que ocupa el primer lugar en ocupados, pero segundo en valor agregado, (ver cuadro 7).

<b>Cuadro 7. Productores alfareros en Michoacán por municipio (1997)*.</b>				
	<b>Personal ocupado</b>	<b>Valor agregado</b>	<b>% personal ocupado</b>	<b>% de valor agregado</b>
<b>Estatad</b>	<b>3,158</b>	<b>4,901.5</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Acuitzio	1	2.1	0.03%	0.04%
Apatzingán	5	17.7	0.16%	0.36%
Charapan	2	0.6	0.06%	0.01%
Chilchota	364	416.8	11.53%	8.50%
Erongarícuaro	2	23.8	0.06%	0.49%
Hidalgo	169	680.2	5.35%	13.88%
Irimbo	4	16.3	0.13%	0.33%
<b>Morelia</b>	<b>822</b>	<b>1762.3</b>	<b>26.03%</b>	<b>35.95%</b>
Morelos	19	15.6	0.60%	0.32%
Parangaricutiro	2	2.3	0.06%	0.05%
Pátzcuaro	3	16.2	0.09%	0.33%
La Piedad	1	45.2	0.03%	0.92%
<b>Quiroga</b>	<b>977</b>	<b>964.4</b>	<b>30.94%</b>	<b>19.74%</b>
Tacambaro	2	18.3	0.06%	0.37%
Tangancícuaro	521	500.9	16.50%	10.22%
Tzintzúntzan	218	258.4	6.90%	5.27%
Uruapan	9	63.4	0.28%	1.29%
Zamora	2	12.3	0.06%	0.25%
Zináparo	1	0.9	0.03%	0.02%
Zinapécuaro	34	80.8	1.08%	1.65%

**Fuente:** Campos M. Ramiro, "La Economía de Capula" (Inédito) en: *Proyecto ALFAR*. Coordinador Gordon Ross. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Michoacán, 1997.  
\*Se sumaron los municipios de Coeneo, Jiménez, Maravatío, Panindícuaro, Tlapujahua, Coahuayana y Aquila.

Sobre la destacada importancia que tiene Michoacán en el ramo artesanal y específicamente en la alfarería, además se resalta que nuestro estado cuenta con varias localidades productoras en el ramo, distribuidas en todo el territorio michoacano (ver cuadro 8).

<sup>79</sup> Estos datos y resultados, deben de tomarse con mucho cuidado, dado que no se tienen otros datos comparativos de otros años para realizar un mejor análisis.

**Cuadro 8. Localidades productoras de alfarería y cerámica en Michoacán.**

1. Pómaro	16. Tlalpujahua	31. Apatzingán
2. Maruata	17. San Felipe de los Alzati	32. Charapan
3. Colola	18. Cuitáreo	33. Erongarícuaro
4. Motín de oro	19. San Matías	34. Irimbo
5. El Faro	20. Patamban	35. Parangaricutiro
6. Ostula	21. San José de Gracia	36. La Piedad
7. La Placita	22. Santo Tomás	37. Tacámbaro
8. Huetamo	23. Cocucho	38. Zamora
9. Purépero	24. Ocomicho	39. Ichán
10. Zipiajo	25. Coeneo	40. Huáncito
11. Puruándiro	26. Maravatío	41. Tacuro
12. <b>Capula</b>	27. Uruapan	42. Zopoco
13. <b>Zinapécuaro</b>	28. Morelia	43. Cd. Hidalgo
14. <b>Tzintzúntzan</b>	29. Pátzcuaro	44. Villa Morelos
15. Santa Fe de la Laguna	30. Acuitzio	45. San Miguel Huango

**Fuente:** Elaboración propia en base en: INEGI (1995) y Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán, (1997).

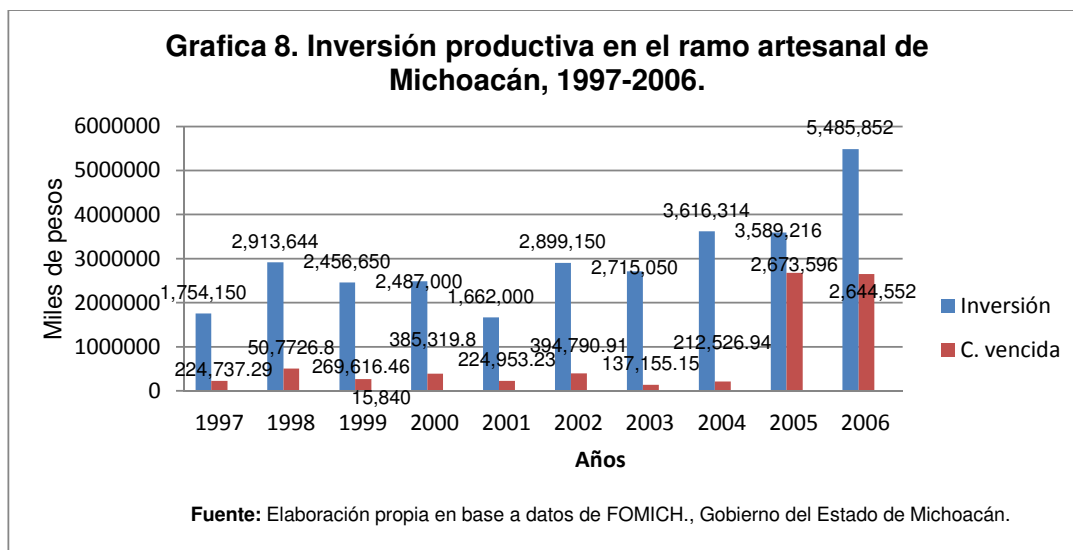
En el cuadro anterior, es importante señalar que el INEGI y Casa de las Artesanías no las ordena de acuerdo a su importancia económica y más bien las clasifica de manera general por su presencia artesanal en el estado.

A pesar de que Michoacán, resalta por sus condiciones productivas artesanales a nivel nacional, el sector ha carecido de políticas de productivas que den apoyo financiero y asistencia técnica hacia los artesanos. Actualmente la Casa de las Artesanías y otras instituciones estatales y federales, como FONAR, FONAES, Centro de Exportaciones de Michoacán (CEXPORITA), etc., que son las responsables de promover la actividad artesanal de decenas de comunidades en el estado, estas han carecido de programas eficaces que promuevan el desarrollo artesanal. Sobre este aspecto, debe citarse que la Casa de las Artesanías de Michoacán, ha administrado recursos de varios programas estatales, federales y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con la finalidad de brindar apoyos financieros a los artesanos, pero éstos siguen siendo muy selectivos, además de exigir altas tasa de interés y de ser muy burocráticos (ver cuadro 9).

<b>Requisitos</b>	<b>Tipos de crédito</b>	<b>Características de préstamo</b>
1. Ser artesano. 2. Al momento de solicitar crédito, estar desarrollando la actividad artesanal. 3. Solicitud de crédito de acuerdo al formato de la Unidad de Financiamiento. 4. Justificar el uso del crédito. 5. Tener arraigo en la localidad (por lo menos 2 años). 6. No tener adeudo con otra institución. 7. No ser sujeto a crédito ante instituciones bancarias.	<b>a) Avío:</b> Destinado a la adquisición de la materia prima y pago de trabajo.  <b>b) Refaccionario:</b> Destinado a la adquisición de maquinaria y equipo y/o acondicionamiento del taller.	<b>Individuales:</b> Se otorgarán por un monto mínimo de \$400.00 pesos (m/n) y un monto máximo de \$1,500.00 pesos. <b>Colectivos:</b> Hasta por un monto de \$1500.00 pesos multiplicado por el número de integrantes o socios. <b>Interés:</b> 10% anual. <b>Moratorio:</b> 5% fijo sobre la mensualidad vencida. <b>Formato de pago:</b> 12 meses incluyendo 2 meses de gracia, realizando pagos mensuales de capital e interés y en su caso de moratorio, puede pagarse en la propia localidad o en nuestras oficinas.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en información de: <i>Fondo Michoacano para el Desarrollo Artesanal (FOMICH)</i> ., Gobierno del Estado de Michoacán, 2009.		

El burocratismo y las elevadas tasas de interés, hacen que decenas de artesanos queden al margen de los apoyos que justamente debieran tenerlo y ejercerlo. Un ejemplo de ello, es la serie de requisitos que se piden y que se tienen que cubrir para tener acceso a un crédito como se vio en el cuadro anterior.

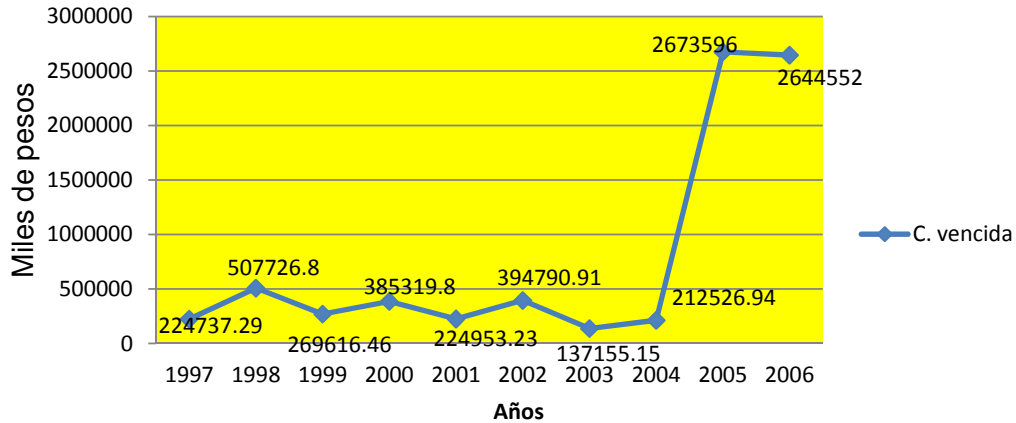
Sobre los datos que se tienen en cuanto a financiamiento otorgado a productores artesanales desde el año de 1997 a 2006, se tiene que la inversión productiva estatal en ramo artesanal ascendió a más de 29.57 millones de pesos, cifra que ha sido insuficiente para cubrir las añejas necesidades de los artesanos. A pesar de que la inversión productiva hacia el ramo artesanal ha crecido durante estos años, se considera que ha sido insuficiente para abatir el rezago productivo, (ver grafica 8).



En estos años, el promedio de inversión anual corresponde a solo 2,957,902.60 pesos, cifra que resulta insignificante para la gran cantidad de artesanos en Michoacán, a pesar de que la inversión aumentó en los últimos 3 años al pasar de 3,616,314.00 en el 2004, a más de 5 millones de pesos en el 2006.

En este sentido, las políticas crediticias sobre el ramo artesanal, han ocasionado que los apoyos crediticios sigan siendo fuertemente selectivos. Sobre los apoyos que se brindan al sector, el burocratismo y las elevadas tasas de interés, llevan a que el productor caiga en la famosa cartera vencida. Las altas tasas de interés y las bajas ventas, ocasionan la incapacidad de que el artesano responda a sus obligaciones crediticias. Sobre este hecho, la cartera vencida en el ramo artesanal, en los últimos años a crecido; y es a partir del año 2004 cuando ésta se ha disparado notablemente, ascendiendo a una cantidad de mas de 2.6 millones de pesos en el 2006. Por lo tanto el promedio de la cartera vencida en lo que va de los 10 años de análisis (1997-2006), asciende a 25.7% con respecto a la inversión total, dado que la cartera vencida en términos absolutos asciende a \$7,674,674.60 pesos, (ver gráfica 9).

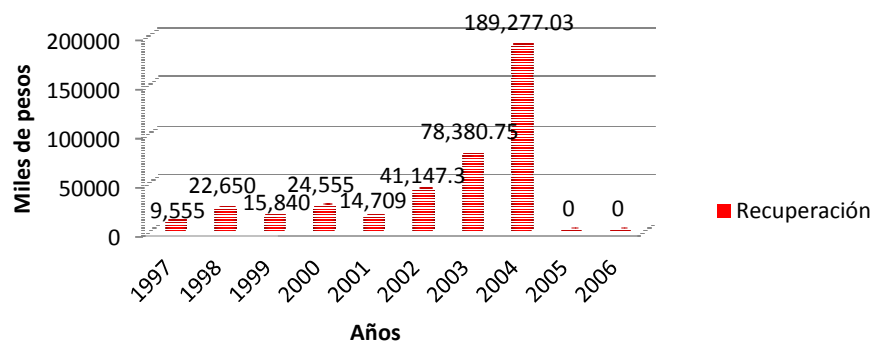
**Gráfica 9. Evolución de la cartera vencida sobre la inversión productiva artesanal en Michoacán, 1997-2006.**



Fuente: Elaboración propia en base en datos de FOMICH., Gobierno del Estado de Michoacán.

Sin embargo, a pesar de que se tiene una política selectiva y burocrática hacia el ramo artesanal, la recuperación de fondos en la cartera vencida parece que ha mejorado notablemente a partir del año del 2002 pero insuficiente para cubrir el 100% de lo prestado. Sin embargo, se observa que para el año 2005 y 2006, esta tendencia se interrumpe notablemente y su recuperación se reporta en ceros, (ver gráfica 10).

**Gráfica 10. Recuperación de créditos artesanales, sobre la inversión total en Michoacán, 1997-2006.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos de FOMICH. Gobierno del Estado de Michoacán, 2007.

Se calcula, que ésta recuperación de fondos en su conjunto, representan solo el 5% del total de los créditos otorgados a los artesanos.

#### **4. ARTESANÍAS, POBREZA Y DESARROLLO EN MICHOACÁN: 1980-2007**

La población indígena en México, históricamente se ha caracterizado por ser un sector en el que prevalecen enormes rezagos sociales. El origen de su marginación tiene su origen en fenómenos de carácter histórico y estructural, pero también tiene que ver con la exclusión que han sido objeto sobre todo de la política económica prevaleciente al no formular políticas sociales que contribuyan a impulsar la equidad y el desarrollo.

##### **4.1 Pobreza y marginación indígena entre el sur y norte de México**

En México las familias más pobres viven en su mayoría en zonas rurales, y de éstos la mayoría son hablantes de alguna lengua indígena. En nuestro país de los 100 municipios con mayor rezago social y pobreza son indígenas o rurales. De los 19.5 millones de mexicanos que sufren hambre, contabilizados a finales de 2008 por la Comisión Nacional de Evaluación (CONEVAL), 12.2 millones vivían en esas regiones, al tiempo de que 9 de cada 10 municipios indígenas tenía en 2005 condiciones de alta y muy alta marginación<sup>80</sup>.

Según la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), estimó que para el año 2005 la población indígena sumaba un total de 9 millones 854 mil 301; es decir, esta cifra representó casi el 10% de la población nacional.

Asimismo, en nuestro país las personas indígenas viven predominantemente, en los estados del sur-sureste del territorio nacional, que es donde históricamente se ha concentrado en mayor medida la pobreza. Según datos del INEGI 2005, destaca en primer lugar a Oaxaca con un millón 91 mil 502 hablantes de alguna lengua indígena (18.1% del total); Chiapas con 957 mil 255 (15.8%); Veracruz, con

---

<sup>80</sup> Mario Luis, *Pobreza y Marginación: el rostro indígena*, en: Excélsior, martes 4 de agosto de 2009. p. 15.

605 mil 135 (10.1%); Puebla, con 548 mil 723 (9.1%), Guerrero con 383 mil 427; Yucatán con 164 mil 937 y Michoacán con 113, 166 hablantes (ver el siguiente mapa 6):

Mapa 6: Población indígena hablante por entidad, en México, 2009.



Fuente: Mario Luis, "Pobreza y Marginación: el rostro indígena", en: *Excélsior*, martes 4 de agosto de 2009. Pág. 15.

La diversidad étnica y lingüística del país, está compuesta por 62 pueblos indígenas que representan más del 10% de la población. Esta diversidad históricamente ha estado marcada por enormes rezagos en prácticamente todos los derechos fundamentales de las personas. De los poco más de 6 millones de indígenas que viven en los 655 municipios con más del 40% de la población indígena que hay el país, el 86.7% vive en 587 municipios (89.6%) con niveles altos y muy altos de marginación. El resto de la población indígena se encuentra presente en la mayoría de los municipios y las localidades del país e incluso de los Estados Unidos y Canadá.<sup>81</sup>

<sup>81</sup> Suárez Blanch, Claudia, "Situación socio-demográfica de los pueblos indígenas de México", *Seminario Internacional, Pueblos indígenas y afro-descendientes de América Latina y el Caribe: relevancia y pertinencia*

Con relación a los estados de la República en donde se concentran los municipios con mayores niveles de marginación, en Chihuahua, Durango y Nayarit el 100% de la población en los municipios con más de 40% de población indígena presentaron niveles muy altos. Además al tomar en cuenta a los niveles altos, se incorpora el 100% de los municipios eminentemente indígenas de Guerrero, Jalisco, México, Querétaro, San Luis Potosí y Veracruz. En el caso de Michoacán, presenta casi el 50% (45.6%) de la población en los municipios con más de 40% de población indígena, en un nivel de marginación alta y el resto en un nivel medio de marginación. Solamente en Campeche, Sonora y Tlaxcala, más del 50% de la población indígena en municipios eminentemente indígenas tiene niveles de marginación entre media y muy baja (ver cuadro 10):

Entidad federativa	Nivel de marginación					Población	
	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo	Total	%
4 Campeche	9.4%	29.7%	61.0%	0.0%	0.0%	102,177	1.7%
7 Chiapas	69.6%	23.2%	0.0%	7.2%	0.0%	926,770	15.4%
8 Chihuahua	100%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	56,903	0.9%
10 Durango	100%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20,984	0.3%
12 Guerrero	87.8%	12.2%	0.0%	0.0%	0.0%	368,175	6.1%
13 Hidalgo	22.1%	57.2%	20.7%	0.0%	0.0%	444,804	7.4%
14 Jalisco	77.9%	22.1%	0.0%	0.0%	0.0%	12,507	0.2%
15 México	0.0%	100%	0.0%	0.0%	0.0%	193,293	3.2%
<b>16 Michoacán</b>	<b>0.0%</b>	<b>45.6%</b>	<b>54.4%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>79,005</b>	<b>1.3%</b>
18 Nayarit	100%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	23,123	0.4%
20 Oaxaca	53.7%	33.6%	9.7%	2.4%	0.0%	1,295,213	21.5%
21 Puebla	42.0%	45.9%	11.1%	1.1%	7.2%	590,932	9.8%
22 Querétaro	0.0%	100%	0.0%	0.0%	0.0%	8,902	0.1%
23 Q. Roo	0.0%	65.3%	0.0%	18.7%	16.0%	151,320	2.5%
24 S.L.P	32.0%	68.0%	0.0%	0.0%	0.0%	282,877	4.7%
26 Sonora	0.0%	0.0%	100%	0.0%	0.0%	23,708	0.4%
29 Tlaxcala	0.0%	0.0%	0.0%	100%	0.0%	15,598	0.3%
30 Veracruz	63.4%	36.6%	0.0%	0.0%	0.0%	691,757	11.5%
31 Veracruz	4.8%	66.7%	28.5%	0.0%	0.0%	733,136	12.2%
<b>Total general</b>	<b>44.7%</b>	<b>42.0%</b>	<b>10.3%</b>	<b>2.5%</b>	<b>0.5%</b>	<b>6,021,184</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base en: Suárez Blanch, Claudia, "Situación socio-demográfica de los pueblos indígenas de México", *Seminario Internacional, Pueblos indígenas y afro-descendientes de América Latina y el Caribe: relevancia y pertinencia de la información socio-económica para políticas y programas*. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Santiago de Chile, abril 27 al 29 del 2005.

De acuerdo a la tabla anterior, el panorama de la marginación para los pueblos indígenas es tan grave que casi el 90% (86.7%) de los municipios y más de la mitad de la población indígena vive en condiciones de alta y muy alta marginación.

de la información socio-económica para políticas y programas. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Santiago de Chile, abril 27 al 29 del 2005. p.112

Ahora, si relacionamos la pobreza y marginación de los grupos indígenas de nuestro país con las actividades que ellos mismos desarrollan, encontraremos que los ingresos que perciben por dichas actividades son precarios e insuficientes para cubrir por lo menos las necesidades básicas que requiere cualquier individuo. Y cuando hablamos de las principales actividades en que se ocupan los indígenas, nos referimos a la producción artesanal combinado con la agricultura; actividades que se desarrollan con grandes dificultades por la carencia de programas que incentiven y ayuden mejorar las condiciones de vida de los indígenas.

#### **4.2 Michoacán: indígenas, pobreza y desarrollo.**

Los indígenas en México, son aún la población que en mayor medida vive desigualdad y pobreza. Como mencionamos anteriormente, la mayor parte de los indígenas viven en los estados del sureste. Aquí las entidades y desde luego los municipios con mayor proporción de población indígena son también los que presentan mayor marginación e Índices de Desarrollo Humano más bajos. Es decir, existe una relación negativa entre el IDH y la población indígena: las entidades y los municipios con IDH bajos, tienen niveles altos de población indígena.

En lo que se refiere al IDH, cuyo contenido está compuesto por los niveles de mortalidad infantil, educación e ingresos, apreciamos que en el territorio nacional encontramos a dos México distintos: encontramos desigualdad social entre las entidades federativas que lo conforman, por ejemplo Chiapas, Oaxaca Guerrero, Veracruz, Puebla, Hidalgo y Michoacán para el año 2005, se encontraban en los últimos escalones de bienestar social, a diferencia del Distrito Federal, Nuevo León, Baja California, Coahuila y Chihuahua que presentaban los mayores niveles de IDH dentro del territorio nacional, (ver mapa 2).

En este sentido, en la siguiente tabla, observamos con detalle, apreciamos que las entidades (Puebla, Hidalgo, Michoacán, Veracruz, Guerrero, Oaxaca y Chiapas) con mayor presencia de grupos indígenas en el país, históricamente presentan el

IDH más bajo del país, indicadores muy por debajo de la media nacional (ver cuadro 11).

**Cuadro 11. Índice de Desarrollo Humano por entidad, 1980-2005.**

Entidad	1980		1990		2000		2005	
	IDH	Lugar	IDH	Lugar	IDH	Lugar	IDH	Lugar
D. Federal	0.8297	1	0.9118	1	0.8806	1	0.8905	1
Nuevo León	0.8016	2	0.8693	2	0.8419	2	0.8535	2
B.C.N	0.7972	3	0.8517	3	0.8355	3	0.8415	3
Chihuahua	0.7779	5	0.8403	4	0.8273	4	0.8392	4
Coahuila	0.7711	6	0.8169	8	0.8247	5	0.8372	5
B.C.S	0.7891	4	0.8402	5	0.8225	6	0.8354	6
Sonora	0.7607	7	0.8315	6	0.8194	8	0.8299	7
Ags.	0.7387	12	0.8079	10	0.8182	9	0.8297	8
Campeche	0.6556	27	0.7859	15	0.8124	10	0.8296	9
Q.Roo	0.7388	11	0.8285	7	0.8208	7	0.8273	10
Tamaulipas	0.7604	8	0.8128	9	0.8109	11	0.8251	11
Colima	0.7207	14	0.7969	12	0.8045	12	0.8176	12
Querétaro.	0.6931	17	0.7818	16	0.7993	14	0.8118	13
Jalisco	0.7427	10	0.8043	11	0.8000	13	0.8097	14
Durango.	0.7248	13	0.7791	17	0.7896	15	0.8069	15
Morelos	0.7007	16	0.7868	14	0.7878	16	0.8055	16
Sinaloa	0.7146	15	0.7790	18	0.7854	17	0.7991	17
Edo. México	0.7433	9	0.7957	13	0.7820	18	0.7911	18
Yucatán	0.6915	19	0.7488	22	0.7736	19	0.7861	19
S.L.P	0.6640	25	0.7515	20	0.7694	21	0.7858	20
Tabascos	0.6792	20	0.7596	19	0.7724	20	0.7822	21
Nayarit	0.6926	18	0.7502	21	0.7689	22	0.7817	22
Guanajuato	0.6665	23	0.7367	25	0.7637	24	0.7803	23
Zacatecas	0.6708	21	0.7397	24	0.7522	27	0.7756	24
Tlax.	0.6661	24	0.7418	23	0.7649	23	0.7750	25
Pueb.	0.6587	26	0.7261	28	0.7590	25	0.7719	26
Hgo.	0.6499	29	0.7309	26	0.7523	26	0.7684	27
<b>Mich.</b>	<b>0.6500</b>	<b>28</b>	<b>0.7123</b>	<b>29</b>	<b>0.7461</b>	<b>28</b>	<b>0.7624</b>	<b>28</b>
Veracruz	0.6675	22	0.7286	27	0.7453	29	0.7601	29
Guerrero	0.6088	30	0.6887	30	0.7273	30	0.7445	30
Oaxaca	0.5813	32	0.6695	31	0.7169	31	0.7397	31
Chiapas	0.5906	31	0.6558	32	0.7010	32	0.7212	32
<b>Nacional</b>	<b>0.7239</b>		<b>0.7846</b>		<b>0.7940</b>		<b>0.8070</b>	

**Fuente:** Elaboración propia en base en: Navarro Chávez, José César Lenin (Coord.), *Informe de Desarrollo Humano Michoacán, 2007*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo/México. Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE-UMSNH). Morelia, Michoacán, 2007.

Nuevamente, si observamos detenidamente la tabla anterior, apreciamos que Michoacán, es uno de los 5 estados con menor IDH en el país, compartiendo los últimos lugares con entidades como Chiapas, Oaxaca, Guerrero y Veracruz. La fuerte presencia indígena que reflejan estos estados en el territorio nacional, indican que los indígenas son los grupos menos atendidos en materia de bienestar social, y más golpeados por las políticas económicas implementadas en los últimos años.

Respecto a lo anterior, Michoacán es uno de los estados que se caracteriza por tener en su territorio un importante número de grupos étnicos. Se estima que más de 340 mil personas son indígenas los cuales habitan y se desarrollan en lo largo y ancho de la entidad.<sup>82</sup>

Ahora, revisamos la situación de Michoacán en el cuadro anterior, podemos observar que esta entidad sigue ocupando los últimos lugares en bienestar social, su IHD es de los más bajos del país ocupando el lugar número 28 (ver cuadro).

Por otro lado, la marginación y pobreza en Michoacán ya es añeja, habiendo influido una serie de factores para que se generaran, como históricos, culturales, geográficos, políticos, económicos y sociales.

Tradicionalmente, Michoacán se ha caracterizado por ocupar los primeros lugares nacionales en cuanto al grado marginación, en el 2000, 2005 y 2010 ocupó el lugar numero 9, 9 y 8 con un grado de marginación alto, solo después de Campeche, Puebla, San Luis Potosí, Hidalgo, Veracruz, Oaxaca, Chiapas y Guerrero, entidades que ocupan altos y muy altos grados de marginación en el país, (ver cuadro 12):

---

<sup>82</sup> Tirado, Elvira, "La globalización desplaza", en: *La Voz de Michoacán*, 3 de noviembre del 2009. p.10G.

**Cuadro 12. Grado de marginación por entidad federativa, 2000, 2005 y 2010.**

Entidad federativa	2000		2005		2010		Cambio de lugar 2000-2010
	Grado de marginación	Lugar	Grado de marginación	Lugar	Grado de marginación	Lugar	
Guerrero.	Muy alto	2	Muy Alto	1	Muy Alto	1	-1
Chis.	Muy alto	1	Muy Alto	2	Muy Alto	2	1
Oaxaca	Muy alto	3	Muy Alto	3	Muy Alto	3	0
Veracruz	Muy bajo	4	Alto	4	Alto	4	0
Hidalgo	Muy alto	5	Alto	5	Alto	6	1
S. L. Potosí	Alto	6	Alto	6	Alto	7	1
Puebla	Alto	7	Alto	7	Alto	5	-2
Campeche	Alto	8	Alto	8	Alto	10	2
<b>Michoacán</b>	<b>Alto</b>	<b>10</b>	<b>Alto</b>	<b>9</b>	<b>Alto</b>	<b>8</b>	<b>-2</b>
Tabasco	Alto	9	Alto	10	Alto	9	0
Yucatán	Alto	11	Alto	11	Alto	11	0
Nayarit	Alto	14	Medio	12	Medio	12	-2
Zacatecas	Alto	12	Medio	13	Medio	13	1
Guanajuato	Alto	13	Medio	14	Medio	14	1
Durango	Medio	17	Medio	15	Medio	15	-2
Tlaxcala	Medio	18	Medio	16	Medio	16	-2
Querétaro	Medio	16	Medio	17	Medio	18	2
Sinaloa	Medio	15	Medio	18	Medio	17	2
Q. Roo	Medio	20	Bajo	19	Medio	20	0
Morelos	Medio	19	Bajo	20	Medio	19	0
México	Bajo	21	Bajo	21	Bajo	22	1
Chihuahua	Bajo	26	Bajo	22	Bajo	21	-5
Tamaulipas	Bajo	23	Bajo	23	Bajo	25	2
B. C. S.	Bajo	27	Bajo	24	Bajo	23	-4
Colima	Bajo	22	Bajo	25	Bajo	26	4
Sonora	Bajo	24	Bajo	26	Bajo	24	0
Jalisco	Bajo	25	Bajo	27	Bajo	27	2
Aguasc.	Bajo	28	Bajo	28	Bajo	28	0
Coahuila	Muy bajo	29	Muy Bajo	29	Muy Bajo	29	0
B. C. N.	Muy bajo	30	Muy Bajo	30	Muy Bajo	30	0
Nuevo León	Muy bajo	31	Muy Bajo	31	Muy Bajo	31	0
D.F.	Muy bajo	32	Muy Bajo	32	Muy Bajo	32	0

**Fuente:** Elaboración Propia en base a datos del Consejo Estatal de Población (CONAPO), Gobierno del Estado de Michoacán, 2010.

## 5. IMPORTANCIA DE LA POLÍTICA INDUSTRIAL EN MICHOACÁN, 1980-1986: UN PERIODO DE IMPULSO Y DESARROLLO EN LA ARTESANÍA MICHOACANA.

En 1981, con la implementación del Plan Estatal de Fomento Industrial, la industria en Michoacán tuvo un importante auge encabezado por el gobierno del Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano. Cuando Cárdenas Solórzano gana la

gubernatura de Michoacán (1980-1986), su gobierno se identifica con los indígenas de la entidad con el objetivo de impulsar el desarrollo artesanal que por décadas había sido abandonado.

El plan fue un instrumento valioso que contribuyó a lograr un mayor y mejor desarrollo de las actividades sectoriales en la entidad, con la coordinación y concertación de acciones de los sectores público, privado y social. Para implementar dicho plan, se elaboró un diagnóstico de la situación en que se encontraba la industria michoacana (como infraestructura, maquinaria y equipo técnico, organización de planta industrial, etc.), así como la disponibilidad de sus recursos tanto humanos y financieros para la industrialización de Michoacán. Asimismo, se analizaron los canales de comercialización de los productos michoacanos para su impulso y mejoramiento productivo, así como el apoyo que éstos recibían por las diferentes instituciones en materia de asesoría, financiamiento, asistencia técnica e infraestructura para su uso industrial. El plan cardenista tuvo una visión de largo plazo hacia la industria michoacana y pesar de la crisis económica nacional que detonaba a inicios de los ochenta en México, tuvo objetivos claros, metas y estrategias que se pretendían alcanzar en materia de industrialización.

En esta década, Michoacán aprovechó el impulso que se estuvo brindando al desarrollo regional en México con los llamados Polos de Desarrollo (caso el complejo industrial “Lázaro Cárdenas-Las Truchas”). Así empezaron a llegar cuantiosos recursos económicos a la entidad para el impulso del sector industrial propiciando el surgimiento de numerosas industrias que contribuyeron a la creación de nuevos empleos; generándose en el periodo 1981-1986 más de 44,000 empleos directos e indirectos<sup>83</sup>.

En este sentido, Nacional Financiera en este periodo fue de gran importancia en la creación y ampliación de las empresas michoacanas; facilitó créditos a más de

---

<sup>83</sup> Plan Estatal de Desarrollo, 1980-1986. *Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán*. Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986., Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo. pp. 151-152. p. 290.

647 empresas con una inversión de \$8,733, 062,000, con lo cual fue posible la creación de 7,207 empleos (ver cuadro 13).

<b>Cuadro 13. Apoyo crediticio de NAFINSA, 1981-1986.</b>					
<b>Año</b>	<b>Aportación empresarios</b>	<b>Crédito</b>	<b>Inversión total (miles de pesos)</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>Nuevos empleos</b>
1981	\$ 454,630	\$ 240,884	\$ 695,514	97	695
1982	756,075	310,924	1,066,999	88	623
1983	1,426,339	578,697	2,005,096	88	1,177
1984	2,996,863	1,644,826	4,461,689	116	1,610
1985	4,689,185	2,557,731	7,246,916	126	1,251
1986	6,290,000	3,400,000	9,690,000	132	1,851
<b>Total</b>	<b>\$ 16,613,152</b>	<b>\$ 8,733,062</b>	<b>\$ 25,346,214</b>	<b>647</b>	<b>7,207</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base en el Plan Estatal de Desarrollo, 1980-1986. *Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán.* Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986., Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo. p. 152.

Cabe mencionar que durante el periodo 1980-1985, se ejecutaron 97 proyectos de inversión, de los cuáles 26 fueron agro-industriales y 71 propiamente industriales; representó una inversión de \$2,693,000,000 proyectando así 1,474 empleos. Estos proyectos fueron promovidos dentro y fuera del estado, para lo cuál se realizaron 146 reuniones de promoción.

Así, para asistir íntegramente a la industria, se dieron a conocer los diferentes apoyos que ofrecieron tanto la Federación como el estado, se llevaron a cabo varios foros, reuniones y estudios de promoción industrial en los que se dieron a conocer los mecanismos de operación del sector financiero, sistemas de co-inversión, nuevas tecnologías, estímulos fiscales, cursos de capacitación en materia laboral, contable y financiera local.

Para conocer las características de la planta industrial establecida en la entidad se elaboró el Directorio Industrial de Michoacán, con el objetivo también de propiciar mayor participación de todos los sectores en beneficio de la industria estatal y promover mayor intercambio nacional e internacional de los bienes e insumos que se producen en el estado. Este documento registró a 1,329 empresas, las cuáles

fueron seleccionadas por su giro industrial y las materias primas que utilizaban, dando cuenta así del potencial con que contaba la entidad para su desarrollo económico.

Por otro lado, con la finalidad de apoyar y promover los programas de investigación tecnológica industrial y fomentar su divulgación, en 1981 se firmó el acuerdo de colaboración entre el estado, los municipios, el sector productivo y el Colegio Nacional de Educación Profesional (CONALEP), para establecer en diferentes partes de la entidad los planteles necesarios para la formación de técnicos capacitados para el desarrollo industrial que la entidad requería.

Además, con el fin de llevar un programa de cooperación técnica entre Michoacán y varios países que contaban con tecnología que era necesaria para varios proyectos, se suscribió un Protocolo de intención entre el gobierno de Michoacán y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI).

Asimismo, se mantuvo estrecho contacto con la Universidad Michoacana y específicamente con el Instituto de Investigaciones Metalúrgicas, para asesorar y orientar al sector productivo en el desarrollo de nuevas tecnologías y el mejoramiento de programas y procesos operativos de la planta industrial establecida.

Al inicio del gobierno de Cárdenas Solórzano, en materia artesanal, grandes fueron los esfuerzos que se encaminaron para impulsar el sector. Dentro de la Secretaría de Fomento Industrial, se creó el Fondo Mixto para el Fomento Industrial de Michoacán (FOMICH), institución que todavía sigue vigente en el gobierno del Estado. El objetivo central era el de impulsar el desarrollo de la actividad industrial y la producción artesanal en el estado, mediante la participación accionaria temporal en empresas pequeñas y medianas, otorgando financiamiento de inmediato a tasas de interés preferencial a talleres artesanales, así como el otorgamiento de garantías complementarias a micro industriales, el desarrollo de infraestructura industrial y la prestación de asesoría y asistencia técnica encaminada al incremento de la productividad de los sectores apoyados.

Al inicio de este periodo (1980-1981), el Fondo tenía canalizado en inversiones un total de \$16, 946,730, de los cuáles \$15,688,607 estaban invertidos como capital de riesgo en 7 diferentes empresas, además se tenía un activo de cuentas por cobrar de \$45,794,684 y un pasivo exigible a corto plazo de \$20,153,972.<sup>84</sup> Durante el año de 1985, FOMICH concertó un convenio de colaboración con el Fondo Nacional de Fomento Industrial (FOMIN) mediante el cuál se comprometió a aportar capital de riesgo en las empresas participantes, donde FOMICH se encargó de vigilar los fondos aportados por ambas instituciones y que a la vez éstos fueran adecuadamente utilizados.

Así con recursos propios de FOMICH y con los obtenidos de un convenio de financiamiento en moneda nacional, por el equivalente de \$500,000 dólares (EEUU) con el BID se proporcionaron créditos a 1,497 artesanos de 44 localidades del estado. En el cuadro siguiente pueden verse estas cifras:

<b>Cuadro 14. Créditos otorgados a artesanos por el FOMICH; enero de 1983, septiembre de 1986.</b>		
<b>Localidades</b>	<b>Artesanos acreditados</b>	<b>Importe del crédito</b>
44	1,497	\$113,351,684
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en el Plan Estatal de Desarrollo, 1980-1986. <i>Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán.</i> Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986., Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo. p. 159.		

De los recursos obtenidos del BID se utilizó el 54% del monto global del crédito y dicho programa fue operado en coordinación con la Casa de las Artesanías, además de créditos a bajas tasas de interés y el cuál fue acompañado de asesoría y asistencia técnica para el artesanado. Con estas acciones se buscó el fortalecimiento y mantenimiento del empleo en las localidades atendidas y, a mediano plazo, la visión fue el de aumentar la producción, mejora de la calidad,

<sup>84</sup> Plan Estatal, Óp. Cit., p. 35.

hacer más equitativos los términos en la comercialización, y consecuentemente, lograr un incremento real en los ingresos de los artesanos.

Como parte de los apoyos encaminados a identificar nuevos mercados para los productos manufactureros, con el apoyo del IMCE, se realizó un estudio para identificar productos y productores con potencial exportador, así como sus mercados potenciales. Las ramas seleccionadas fueron productos de madera, alfarería y cerámica, confección de textiles y piel, las industrias de plástico y la metalmecánica. Como resultado del estudio, se llevaron a cabo una serie de acciones tanto de manera conjunta con el IMCE, con la Secretaría de Fomento Industrial federal y la Secretaría de Fomento Rural del Gobierno del Estado, como en forma independiente, tendientes a propiciar la habilitación de productos michoacanos como exportables.

En materia de comercio, este fue llevado de manera eficiente; el instrumento fue convertir las necesidades sociales en demandas reales para estimular y orientar la producción, garantizando la disposición oportuna de los bienes sociales y nacionalmente necesarios para combatir el consumo suntuario y el dispendio, para acercar a los productores y consumidores por medio de operaciones justas y transparentes, reduciendo su costo y beneficiando las utilidades; es decir, se buscó que todos pudieran vender y comprar mejor, supieran qué y cómo hacerlo y se erradicara el abuso y la especulación.

Debe decirse, que el Plan Estatal que se impulsa, tuvo su marco de referencia en el modelo de desarrollo del país que se expresó en el Programa Nacional Alimentario y el Sistema Nacional para el Abasto, derivado del Plan Nacional de Desarrollo (PND).

Finalmente, debemos concluir que la política industrial que se lanza con el Plan Estatal para este periodo, marca un parte-aguas y un referente histórico en Michoacán. Es un periodo en donde en materia artesanal se tuvo política con visión y de largo alcance y que propició una activa participación del sector productivo local, específicamente del artesanado michoacano. Es el periodo en el

que se brinda un importante apoyo a pequeños empresarios industriales y organizaciones de productores en la búsqueda de alternativas viables para la producción y comercialización de las artesanías. Además, es el periodo que más difusión ha tenido en materia artesanal, tanto nacional como internacional y en el cuál se fomenta la exportación de productos michoacanos. También coincidimos que es el periodo en donde las condiciones de vida de los artesanos se mejoran sustancialmente. Y finalmente, es el periodo en donde se empieza a dotar de tecnología nueva a las unidades económicas artesanales (Hornos de gas a la alta temperatura); tecnología que visualmente podemos observar en algunas localidades artesanales en el estado porque todavía operan y existen en los talleres artesanales.

## **6. REGIONALIZACIÓN GEOGRÁFICO CULTURAL DE MICHOACÁN**

En los apartados anteriores, hemos venido confirmando que el Estado de Michoacán ocupa los primeros lugares en cuanto a cultura por su desatacada producción de artesanías. Esta característica que distingue a nuestro Estado, tiene que ver a que en él existen gran cantidad de comunidades y pueblos indígenas que poseen una herencia cultural, con tradiciones arraigadas que distinguen a los purépechas de los demás pueblos.

En este apartado, se muestra la regionalización geográfica cultural en que se divide Michoacán. Para ello, el gobierno estatal y la CASART, han utilizado la regionalización creada por la desaparecida Secretaria de Planeación y Desarrollo del Estado de Michoacán (SEPLADE), conformada por siete regiones, mostrando la distribución de la actividad artesanal a lo largo y ancho del Estado. Además la regionalización geográfica cultural que aquí se propone, nos permite ubicar de manera clara las tres localidades que son objeto de estudio de la presente investigación.

## 6.1 Regiones indígenas en Michoacán

En el territorio michoacano se identifican 4 regiones de grupos de étnicos que se caracterizan en su mayoría por vivir en la marginación y la pobreza, las cuáles las podemos observar el siguiente cuadro 15:

<b>Cuadro 15. Regiones indígenas en el Estado de Michoacán.</b>		
<b>Región</b>	<b>Grupo indígena</b>	<b>Municipios</b>
1. Región Centro	Purhépecha	Región Pátzcuaro y Meseta Purhépecha
2. Región Costa	Nahuas	Aguila, Coalcomán y Coahuayana
3. Región Oriente	Otomíes	Ocampo y Zitácuaro en Michoacán; además de parte del Estado de México, Hidalgo y Querétaro
4. Región Oriente	Mazahuas	Tlalpujahuá, Maravatío, Sengio, Angangueo, Zitácuaro y Susupuato

**Fuente:** Elaboración propia, en base en: Tirado, Elvira, "La globalización desplaza", en: *La Voz de Michoacán*, 3 de noviembre del 2009, p. 10G.a

El atraso de los indígenas en la entidad, se debe a que nuestro estado ha padecido históricamente de grandes rezagos sociales, ocupando tasas de crecimiento en varios indicadores muy por debajo de la media nacional.

Al interior de Michoacán, encontramos un desigual y desequilibrado desarrollo en sus diferentes regiones; es decir, el grado de desarrollo de las regiones, presentan contrastes muy marcados en el interior de sus territorios, con áreas o localidades rurales atrasadas y marginadas y con disparidades dentro del mismo área rural, dichas condiciones generan bajos niveles de vida para la población.

Para analizar el grado de desarrollo que existe en el interior de cada una de las regiones de la entidad, es necesario recurrir al IDH. Michoacán puede dividirse en diez regiones que agrupan a los 113 municipios: Lerma-Chapala, Bajío, Cuitzeo,

Oriente, Tepalcatepec, Purhépecha, Patzcuaro-Zirahuen, Tierra Caliente, Sierra-Costa e infiernillo<sup>85</sup>.

En la siguiente tabla, se muestran los indicadores del IDH de las regiones de Michoacán, 2000 y 2005. En el periodo 2000-2005, se observa que siete de las diez regiones conservaron su posición relativa en el IDH, y solo la región Sierra-Costa, mostró un avance; por su cercanía con el puerto industrial de Lázaro Cárdenas. Por el contrario, las regiones Bajío y Lerma-Chapala reportaron un retroceso de una posición, (ver cuadro 16):

Región	Año	IDH	Referencia	IDH
Bajío	2000	0.7602	Media	<b>0.7940</b>
	2005	0.7891	nacional	<b>0.8070</b>
Cuitzeo	2000	0.8021	Media	<b>0.7940</b>
	2005	0.8021	nacional	<b>0.8070</b>
Infiernillo	2000	0.7055	Media	<b>0.7940</b>
	2005	0.7404	nacional	<b>0.8070</b>
Lerma-Chapala	2000	0.7619	Media	<b>0.7940</b>
	2005	0.7950	nacional	<b>0.8070</b>
Oriente	2000	0.7194	Media	<b>0.7940</b>
	2005	0.7453	nacional	<b>0.8070</b>
Pázcuar-Zirahuen	2000	0.7379	Media	<b>0.7940</b>
	2005	0.7602	nacional	<b>0.8070</b>
Purépecha	2000	0.7484	Media	<b>0.7940</b>
	2005	0.7857	nacional	<b>0.8070</b>
Sierra-Costa	2000	0.7493	Media	<b>0.7940</b>
	2005	0.8027	nacional	<b>0.8070</b>
Tepalcatepec	2000	0.7389	Media	<b>0.7940</b>
	2005	0.7763	nacional	<b>0.8070</b>
Tierra Caliente	2000	0.6914	Media	<b>0.7940</b>
	2005	0.7302	nacional	<b>0.8070</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base en: Navarro Chávez, José Cesar Lenin (Coord.), *Informe de Desarrollo Humano Michoacán, 2007*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo/México. Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE-UMSNH). Morelia, Michoacán, 2007. pp. 21-22.

<sup>85</sup> <http://www.michoacán.gob.mx> (fecha de consulta 15 de octubre del 2010).

Analizando las diez regiones de la entidad, observamos que de acuerdo al IDH, actualmente Cuitzeo y la Costa-Sierra son las más desarrolladas en el estado, la primera, por compartir territorio con Morelia, la capital del estado y la segunda, por ubicarse geográficamente en la costa michoacana en donde se encuentra el puerto industrial de Lázaro Cárdenas. Por el contrario, las regiones más rezagadas son la de Infiernillo, Tierra Caliente y Oriente, ocupando en el 2005, los IDH más bajos de la entidad. Las regiones Bajío, Lerma-Chapala, Pázcuaro-Zirahuen y Tepalcatepec, se ubican en lugares intermedios de acuerdo al IDH, pero son las regiones que en términos generales mantuvieron casi idéntico este indicador.

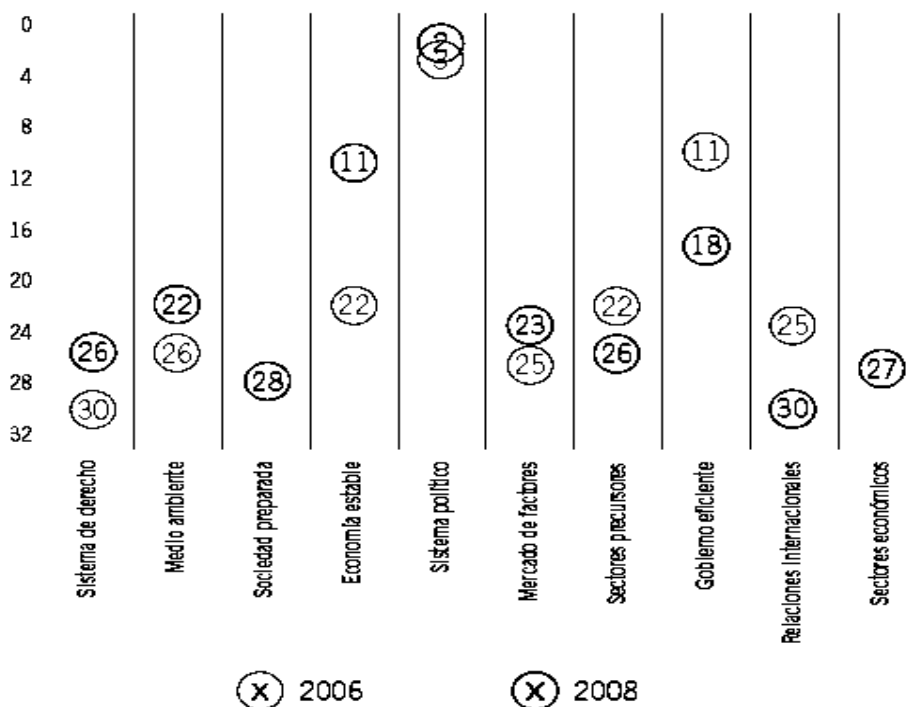
Ahora si comparamos el IDH de las regiones con respecto a la media nacional, observamos que solo la región Bajío y Costa-Sierra ofrecen un índice de bienestar cercano a la media nacional; el Bajío tiene en 2005 un 0.7891 contra una media nacional de 0.8070 y la Costa-Sierra un 0.8027 contra un 0.8070. El resto de las regiones, presenta un IDH muy por debajo de la media nacional.

En este sentido, si relacionamos los IDH que actualmente tienen las regiones del estado y si consideramos que ocho de las diez regiones presentan niveles de bienestar social muy por debajo de la media nacional, comprenderemos el por qué los indígenas y artesanos presentan las condiciones de vida que hoy tienen.

Por otro lado, existe otro indicador, que indican el avance o retroceso de Michoacán con respecto a algunos indicadores analizados. La entidad muestra un avance en cinco factores, retrocedió tres y se mantuvo en la misma posición en dos, pero lamentablemente, nuestro estado sigue ocupando los cinco últimos lugares con respecto a las 32 entidades. La mejora de mayor relevancia se da en el subíndice de "Economía dinámica y estable" en el que avanza 11 lugares, al pasar del 22 al 11. Además de este salto, el estado presentó cambios moderados en "Sistema de derecho confiable y objetivo" en el que mejoró cuatro lugares, al igual que en "Manejo sustentable del medio ambiente". En "Mercado de factores eficientes" avanzó dos posiciones y en "Sistema Político estable y funcional" solo una. En cuanto a los retrocesos, perdió siete posiciones en "Gobierno eficiente y

eficaz” y cinco en “Aprovechamiento de las relaciones internacionales”. Los factores “Sociedad incluyente, preparada y sana” y “Sectores económicos en vigorosa competencia” no mostraron cambios, (ver gráfica 11):

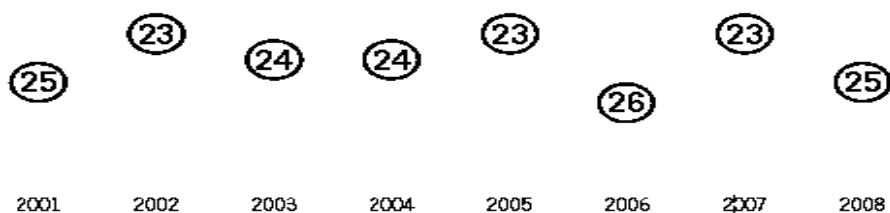
**Gráfica 11. Posición competitiva de Michoacán en cada factor, 2006-2008.**



**Fuente:** Michoacán. *Análisis de competitividad, 2010*. Gobierno del Estado de Michoacán, 2010, Morelia, Michoacán, México.

En este sentido, si analizamos la posición competitiva de Michoacán en el tiempo, constataremos, que la entidad ocupa la posición número 25 del Índice de Competitividad Estatal en el año 2008. En el periodo 2001-2008, nuestro estado ocupa los últimos nueve lugares más bajos en el Índice de competitividad, por ejemplo, en el 2001 estuvo en el lugar 25, 23 en 2002, 24 en 2003, 26 en 2006 y 2008 el lugar 25, (ver gráfica 12):

Grafica 12. Posición competitiva de Michoacán en el tiempo.



Fuente: Michoacán. *Análisis de competitividad, 2010*. Gobierno del Estado de Michoacán, 2010, Morelia, Michoacán, México.

El bajo Índice de Competitividad que muestra Michoacán en este periodo, indica que la industria michoacana, o de otro modo, la micro, pequeña y mediana empresa, son poco competitivas en sus productos y presentan importantes desventajas con respecto a la calidad de otros productos.

## 6.2 Regionalización cultural y ramas artesanales

La división de Michoacán cuenta con siete regiones consideradas como geográfico culturales. De esta manera, sobre esta regionalización, se consideran las principales características geográficas culturales y ramas artesanales, que distinguen a los grupos étnicos, así como su producción artesanal, su herencia cultural, etc. Se señala que existen en todo lo largo y ancho del estado, más de 80 localidades con importantes características culturales y productivas en artesanías, señalando que en Michoacán se identifican por lo menos a 16 ramas artesanales en orden de importancia dada la participación del número de indígenas que trabajan y producen en diferentes localidades, (ver cuadro 17).

<b>Cuadro 17. Ramas Artesanales en el estado de Michoacán.</b>		
<b>Número y ramas artesanales</b>		<b>Características productivas</b>
I	Alfarería	Alisado, bruñida, vidriada, alta temperatura y policromada.
II	Maderas	Muebles, bateas, cucharas y talla.
III	Maque y Laca perfilada en Oro.	Bateas, baúles, joyeros, marcos plasmados entre laque y mate.
IV	Textiles	Bordados, deshilados, tejidos, telar de cintura y telar colonial.
V	Metalistería	Cobre martillado, joyería de oro y cobre, herrería, fierro forjado y latón.
VI	Fibras Vegetales y Popotería	Palma, tule, chuspata, carrizo, paja de trigo, ixtle/pita, hoja de maíz y uinumo/ocochal.
VII	Pasta de Caña	Objetos básicamente religiosos (cristos, vírgenes, etc).
VIII	Juguetería	Juguetes de madera, de barro, maque, textil, popote, chuspata, etc.
IX	Papel Picado	Artesanía en papel china (figuras y dibujos plasmados en el papel picado).
X	Equipales y Talavartería	Sillones, taburetes, sillas (de madera y piel).
XI	Lapidaria	Cantería, metates, molcajetes y escultura.
XII	Cerería	Escultura, escamado, cirios y velas
XIII	Arte Plumario	Tapices en figuras de flora y fauna.
XIV	Miniatura	Juguetes en miniaturas para colección de todas las ramas artesanales.
XV	Vidrio Soplado	Esferas navideñas.
XVI	Laudería	Elaboración de Instrumentos musicales en general.

**Fuente:** Elaboración propia en base en información del Departamento de Capacitación, Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán, Marzo del 2010.

De la relación de las ramas artesanales, puede verse que la de alfarería ocupa el primer lugar, seguida a la de las maderas, mate y laca perfilada en oro, textiles y metalistería. En efecto, son las cuatro ramas artesanales más importantes en el Estado por aglomerar el mayor número de campesinos indígenas en este sector artesanal. Lo anterior, no quiere decir que el resto de las ramas no sean importantes, su justificación tiene que ver a que en las cuatro primeras ramas, se encuentra concentrado el mayor número de población ocupada y por ende el mayor número de empleos.

Por otro lado, en lo referente a las localidades productoras de artesanías y de acuerdo a la regionalización que propone el Gobierno del Estado, este no enumera las localidades artesanales de acuerdo a su importancia económica, sino que más bien, solo las menciona sus características productivas en cada región. Esto y otros aspectos se observan en la regionalización que se describe enseguida.

## Región Occidente

La región Occidental de Michoacán, está integrada por 9 localidades y diferentes grupos étnicos, principalmente el purhépecha que predomina en comunidades como Huáncito, Ichán, Santo Tomás y Tacuro en la cañada de los once pueblos; además de Tarecuato, Patamban, Tzirio, San José de Gracia, contrastando con poblaciones como Sahuayo y La Piedad que actualmente son mestizas pero que tienen un origen mexicana<sup>86</sup>.

Las actividades económicas de la zona son variadas, entre ellas se encuentra la industria en sus diferentes ramos, el comercio, el aprovechamiento de bosques, la agricultura y la ganadería como ocupación predominante, algunas de estas relacionadas directamente con el quehacer artesanal.

Dentro de las artesanías del occidente, la producción es abundante e incluye la sombrerería de trigo y palma, textiles, talla en madera aplicada a la creación de utensilios de cocina y máscaras de fino trabajo, cerería decorativa con fines religiosos, talabartería y alfarería, que es la mas representativa y diversa.

Las localidades que conforman a esta región, así como sus ramas o técnicas artesanales se pueden ver en el siguiente cuadro 18.

<b>Localidad</b>	<b>Rama o técnica artesanal</b>
1. Patamban 2. San Jose Gracia 3. Tarécuaro 4. Uren 5. La piedad 6. Tzirio 7. Huáncito 8. Sahuayo 9. Jacona	En esta región se trabaja principalmente la alfarería con un alto grado de especialización como: la loza charanda, loza verde vidriada, loza cambray y loza blanca en Patamban; la alfarería vidriada en verde, amarillo y café en San José de Gracia; el uso de los trajes en bordado en Tarecuaro; la sombrerería en Uren; los rebozos en la Piedad; los sombreros y máscaras de viejitos de Tzirio; la alfarería de barro (cántaros) en Huáncito; la huarachería y sombrero en Sahuayo y en Jacona la escultura en cera.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en datos de: <i>Museo Michoacano de las Artesanías. Panorama de la Producción Artesanal del Estado.</i> Casa de las Artesanías (CASART) del Estado de Michoacán, 2008.	

<sup>86</sup> Museo Michoacano de las Artesanías. *Panorama de la Producción Artesanal del Estado*, Casa de las Artesanías (CASART) del Estado de Michoacán, 2008.

### **Región Lacustre**

La región Lacustre está conformada por 16 localidades que se encuentran en la cuenca hidrológica de Pátzcuaro-Zirahuen, siendo la mas numerosa con respecto a todas las regiones. Su población es principalmente indígena de la etnia Purhépecha a la que pertenecen.

Los purhépechas construyeron su imperio en la zona alrededor del siglo XV, estableciendo como centro administrativo, religioso y militar las ciudades de Tzintzúntzan, Pátzcuaro e Ihuátzio respectivamente.

En la región se encuentra la mayor diversidad artesanal de Michoacán, trabajándose casi la totalidad de las 16 ramas artesanales con que cuenta el Estado. Los oficios que en ella se elaboran tiene su origen en tiempos prehispánicos, aunque en algunas se identifica la intervención de técnicas y estilos traídos por grupos europeos que hicieron de América su residencia, o bien, por comerciantes orientales que marcaban durante la Colonia objetos de lejano origen.

La región lacustre también es rica en cultura y en variedad de producción de artesanías. Se trata de las localidades que rodean el lago de Pátzcuaro y de Zirahuen. En la mayoría de estos pueblos purhépechas, está escrita la historia cultural que hace que Michoacán resalte por su cultura en el ámbito nacional, (ver cuadro 19).

<b>Localidad</b>	<b>Rama o técnica artesanal</b>
1. Santa Fe de la Laguna 2. <b>Tzinzúntzan</b> 3. Erongarícuaro 4. Ihuátzio 5. Jarácuaro 6. Pátzcuaro 7. Quiroga 8. Puácuaro 9. Opopeo 10. Cuanajo 11. Santa Clara del Cobre 12. Pichátaro 13. San Jerónimo Purenchécuaro 14. Santa Cruz 15. Zirahuén 16. Tócuaro	Es grande la variedad del tipo de artesanía que se produce en estos pueblos de la rivera de los dos lagos. Sobresale la alteraría vidriada (barro policromado) en Santa Fe de la Laguna; de igual manera en <b>Tzinzúntzan</b> , la alfarería se trabaja en cuatro diferentes terminados (barro bruñido, vidriado, cerámica blanca y negra), además de la escultura y pasta de caña; en Erongarícuaro, los muebles, la alfarería, y textiles; las fibras vegetales en Ihuátzio; los sombreros de Jarácuaro; en Pátzcuaro, los muebles, la escultura, la cera, textiles de lana, joyería tradicional, etc.; en Quiroga, la madera y las bateas pintadas; la chuspata y tule en Puácuaro; en Opopeo y Cuanajo, la carpintería en muebles de madera; en Santa Clara el Cobre amartillado; en Pichátaro, los textiles y la talla en madera; San Jerónimo Purenchécuaro, los textiles y fibras vegetales; Santa Cruz, los bordaos a mano; Zirahuén, las cucharas y juguetería de madera y finalmente, las máscaras y muebles de Tócuaro.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en datos de: <i>Museo Michoacano de las Artesanías. Panorama de la Producción Artesanal del Estad</i> , Casa de las Artesanías (CASART) del Estado de Michoacán, 2008.	

En esta región lacustre, encontramos la primera localidad que hemos elegido como objeto de estudio de la presente investigación, por ser uno de los centros artesanales mas importantes en el estado de Michoacán.

### **Región Meseta**

La región Meseta aporta gran parte a la riqueza cultural del estado, en ella se conservan fiestas, tradiciones e indumentaria como expresión del sincretismo entre las culturas que coexistieron en la época colonial: purhépecha, española y africana. Es la segunda región más numerosa en cuanto a localidades, con 15 de ellas.

Esta zona tiene un clima templado con lluvias frecuentes, lo que permite una vegetación abundante y propicia para el desarrollo de las áreas forestales en tierras medias y altas, de las que se aprovechan sus maderas para la elaboración

de muebles, máscaras, guitarras, juguetería y escultura en general, incluso para construir “la troje” que es la vivienda típica de la región.

La agricultura, las remesas de migrantes, la elaboración y venta de objetos artesanales son las fuentes de la economía local; el comercio generalmente se realiza entre comunidades de la región en ferias para los días de fiesta o tianguis ambulantes. Entre los mercaderes intercambian, incluso a manera de trueque, sus productos.

Otra importante actividad artesanal son los textiles, tejidos por las mujeres en telar de cintura, de origen prehispánico; mientras que los realizados en el telar de pedal, cuyo origen es europeo, son comúnmente hechos por los hombres. En esta rama se cuenta también los bordados en punto de cruz, además destaca la labor del deshilado, por su complejidad de delicadeza. Se realiza también piezas de herrería, alfarería, maque y joyería, entre otras.

La región meseta michoacana, es otra de las regiones y lugares más ricos y reconocidos culturalmente en México y Michoacán; es precisamente la región donde se concentran las localidades con mayor tradición y acervo cultural, donde la manifestación de las costumbres se sigue conservando a pesar de que pasan los años. En esta región es donde se concentran la mayor parte de los pueblos indígenas de Michoacán llamados también purhépechas (ver cuadro 20).

<b>Cuadro 20. Localidades artesanales de la Región Meseta de Michoacán.</b>	
<b>Localidad</b>	<b>Rama o técnica artesanal</b>
1. Ahuirán 2. Aranza 3. Paracho 4. Charapan 5. San Lorenzo 6. Ocomicho 7. Cocucho 8. Nuevo San Juan Parangaricutiro 9. Uruapan 10. San Felipe de los Herreros 11. Angahuan 12. Pamatácuaro 13. Zacán 14. Quinceo 15. Zipiajo	Es diversa la variedad que se produce en la región. En Ahuirán, se producen los rebozos de cintura y la tala en madera; en Aranza también se trabajan los rebozos de algodón e instrumentos musicales; Las guitarras en Paracho; en Charapan los gabanes de lana; los muñecos de trapo en San Lorenzo; en Ocomicho la alfarería policromada; en Cocucho la alfarería de barro y las camisas bordadas en su diseño geométrico para mujeres ;en San Juan las colchas en deshilado y bordado; en Uruapan el maque incrustado; la herrería y deshilado en San Felipe de los Herreros; en Angahuan, las colchas, gabanes, guanengos, blusas bordadas y rebozos; los artículos de madera de Pamatácuaro; la sombrerería y máscaras y escultura en Zacán; en Quinceo, las máscaras en madera, y finalmente, la alfarería de barro y bordados en Zipiajo.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en datos de: <i>Museo Michoacano de las Artesanías. Panorama de la Producción Artesanal del Estado.</i> Casa de las Artesanías (CASART) del Estado de Michoacán, 2008.	

### **Región Oriente**

Geográficamente la región Oriente se compone por sierras, cañadas, barrancas y grandes extensiones boscosas y se identifican a 7 localidades con características culturales, distribuidas en toda la región. Esta zona alberga a dos de los cuatro grupos indígenas que contribuyen a la riqueza cultural de Michoacán: Mazahua y Otomí.

La población Mazahua establecida en los municipios de Zitácuaro, Susupuato, Ocampo, Angangeo y Tlapujahua predomina en la zona, mientras los Otomíes prevalecen en las tenencias de Curungueo y San Felipe de los Alzati.

Dentro de las principales actividades económicas del oriente michoacano, está la cría del ganado bovino, por su relación con los textiles tradicionales de la región; que son junto con la alfarería, las producciones artesanales más representativas, elaboradas por mazahuas y otomíes respectivamente. No menos importantes son los trabajos escultóricos elaborados en cantera, los cuadros de popotillo, las

esferas que reflejan en cada modelo la creatividad de los artesanos; la joyería, los adornos de latón y el distinguido y ancestral arte plumario.

Finalmente, en efecto, la región Oriente de Michoacán, no es ajena al patrimonio cultural con el que cuenta nuestro estado, cuenta también con importantes localidades productoras y representativas en la actividad artesanal, en donde se destacan las localidades de Ciudad Hidalgo y Tlapujahua ampliamente conocidos; el primero por la industria de la madera y el segundo por la gran variedad de esferas navideñas, (ver cuadro 21).

<b>Cuadro 21. Localidades artesanales de la Región Oriente de Michoacán.</b>	
<b>Localidad</b>	<b>Rama o técnica artesanal</b>
1. Ciudad Hidalgo 2. Tlapujahua 3. Santa María de los Ángeles 4. San Cristóbal 5. San Bartolo Cuitáreo 6. San Matías el Grande 7. San Miguel Curanguango	En Ciudad Hidalgo, encontramos la alfarería vidriada dada la cantidad de minas de barro; las esferas de vidrio, joyería, los candiles, arte plumario y la cantería en Tlapujahua; la famosa cerámica a la alta temperatura, y la alfarería vidria en Santa María de los Ángeles; y los bordados en San Cristóbal; en San Bartolo Cuitáreo, la alfarería vidriada, en San Matías el Grande las macetas de barro y finalmente, las sillas rústicas de San Miguel Curanguango.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en datos de: <i>Museo Michoacano de las Artesanías. Panorama de la Producción Artesanal del Estado</i> , Casa de las Artesanías (CASART) del Estado de Michoacán, 2008.	

### **Región Costa**

La costa michoacana, es la tercera región más numerosa en cuanto a la distribución de localidades culturales, con 14 de ellas; comprende los municipios de Coahuayana, Aquila y Lazara Cárdenas, albergando tanto la población mestiza, como al grupo Nahuatl. La etnia Nahuatl tiene representatividad en casi todo México, en el caso de Michoacán se ubican desde hace más de 500 años en las comunidades del Coire, Ostula y Pómaro; sumando un total de población de aproximadamente de 5,000 habitantes.

Debido a la geografía de la región y su difícil acceso, los pobladores conservan usos y costumbres de tiempos precolombinos, como la elaboración de utensilios y otros objetos de uso cotidiano. Desde entonces la gente aprende de sus padres

abuelos a crear equipales, telas de algodón, ollas de barro, capotes morrales e incluso instrumentos musicales.

Para la elaboración de las artesanías, utilizan recursos naturales marinos y terrestres: el caracol púrpura, suelos arcillosos, especies vegetales de bosque tropical usadas para elaborar diversos objetos y teñir sus textiles de algodón, cultivado en sus traspatios. Así como las fibras de maguey, la palma y corteza de algunos árboles.

La artesanía de la Costa se ha elaborado para satisfacer las necesidades inmediatas de sus habitantes. Recientemente la búsqueda de un mercado para la comercialización de sus productos ha modificado el tipo de piezas realizadas y su significado, ahora se crea pensando también en el gusto del consumidor.

Finalmente, en seguida se nombran a las comunidades que son productoras de artesanías en la región, así como los tipos de artes que se producen (ver cuadro 22).

<b>Cuadro 22. Localidades artesanales de la Región Costa de Michoacán.</b>	
<b>Localidad</b>	<b>Rama o técnica artesanal</b>
1. Aquila 2. Cachán de Echeverría 3. Cachán de Santa Cruz 4. Chacala 5. Cocola 6. Coire 7. Cuirla 8. Faro de Bucerías 9. La Ticla 10. Marialitos 11. Maruata 12. Motín de Oro 13 Ostula 14. Pómaro	La artesanía de la costa se ha elaborado como en otros lados, para satisfacer las necesidades inmediatas. El tipo de artesanía que aquí se produce son los capotes, textiles, bateas, alfarería de barro, etc.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en datos de: <i>Museo Michoacano de las Artesanías. Panorama de la Producción Artesanal del Estado</i> , Casa de las Artesanías (CASART) del Estado de Michoacán, 2008.	

### **Región Centro**

La región ubicada en la parte central del estado, se caracteriza por albergar población predominantemente mestiza, aunque en algunas localidades sus

habitantes conservan marcados rasgos de la cultura purhépecha, y en menor grado tintes de la stirpe otomiana, de manera que el idioma prevaleciente es el español. Esta región ocupa el cuarto lugar en cuanto a número de localidades, con 13 de ellas.

En Morelia y sus alrededores, se elaboran diversas manufacturas artesanales, distribuida cada rama artesanal según los recursos naturales disponibles en su entorno. Alrededor del lago de Cuitzeo, se desarrollan artesanías con fibras vegetales como el tule, chuspata, carrizo, hoja de maíz y fibra de maguey; mientras que en otros lugares se hacen presentes los textiles, la madera, la herrería, el trabajo en cantera y piedra volcánica (metates y molcajetes), la talabartería y el arte plumario. La alfarería, al igual que en la mayoría de las regiones del estado, tiene importante representación, desde aquella que cumple con la función mas modesta en la cocina, hasta el uso ornamental; las cocidas en horno colonial, a cielo abierto, hasta de alta temperatura en horno de gas.

Siendo la región centro una de las regiones mas numerosas en localidades productoras de diversas artesanías, es importante señalar que en el interior de esta región encontramos precisamente a dos de las localidades que son objeto de estudio de la presente investigación (Capula y Zinapécuaro), las cuales se caracterizan por su destacada producción de artesanías de barro y cerámica (ver cuadro 23).

<b>Cuadro 23. Localidades artesanales de la Región Centro de Michoacán.</b>	
<b>Localidad</b>	<b>Rama o técnica artesanal</b>
1. Mariano Escobedo 2. San Agustín del Pulque 3. Miguel Silva 4. San Lucas Pío 5. Villa Morelos 6. Morelia 7. <b>Capula</b> 8. San Nicolás Obispo 9. Puruándiro 10. Huandacareo 11. Capacho 12. Santa Ana Maya 13. <b>Zinapécuaro</b>	La región centro se caracteriza por tener un importante número de localidades productoras de artesanías. En Mariano Escobedo y San Agustín del pulque encontramos las fibras vegetales y el tejido del hilo del maguey; En San Lucas Pío la recolecta del carrizo; la alfarería en Villa Morelos; en Morelia la herrería, cantería y muebles; la alfarería de barro en técnicas como el alisado, vidriado y a la alta temperatura en Capula; en San Nicolás Obispo los molcajetes y metates; la fibra de carrizo, cristos bizantinos y gabanes en Puruándiro; los sombreros en Huandacareo; en Capacho la artesanía de carrizo; los gabanes y cobijas de Santa Ana Maya; y finalmente la hermosa alfarería de barro bruñida de color amarillo de Zinapécuaro.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en datos de: <i>Museo Michoacano de las Artesanías. Panorama de la Producción Artesanal del Estado</i> , Casa de las Artesanías (CASART) del Estado de Michoacán, 2008.	

### **Región Tierra Caliente**

Se conoce con el nombre de Tierra Caliente al valle que se encuentra en la cuenca del Río Balsas, ésta es ante todo un área cultural que trasciende los límites geográficos. La planicie abarca el sureste de Michoacán, noreste de Guerrero y pueblos colindantes del Estado de México. Esta es una de las regiones que cuenta con menos localidades culturales en el Estado, aunque no menos importante.

Los restos de utensilios domésticos y objetos de uso ritual elaborados en cerámica señalan la existencia de poblaciones numerosas asentadas en los márgenes de los ríos. Las tribus nahuas no se retiraron de la zona cuando los purhépechas arribaron a estas tierras buscando extender su dominio, sin embargo tuvieron que tributarles algodón, plumas, oro, plata y cobre. Posteriormente, durante la Colonia, la mezcla racial entre naturales, europeos y negros africanos, fraguó la cultura tierra-calienteña que hoy conocemos.

En el ramo artesanal, la alfarería, curtiduría y posiblemente la huarachería, que en la época prehispánica ya se realizaba, continuaron a la llegada de los españoles; a

estos oficios se sumó la talabartería, surgida a la par de nuevas actividades del campo como la ganadería. La extracción de metales también dio beneficios con la introducción de las técnicas mineras.

Actualmente es común observar a las mujeres de Tierra Caliente con adornos orfebres en oro o plata, piezas que se venden en las plazas de Huetamo, en Michoacán, y Ciudad Altamirano, en Guerrero. La región es además productora y distribuidora en grandes cantidades de sombreros de palma y huarache para diferentes poblaciones del país; de esta manera la producción artesanal se convierte en para de la economía local.

La región de tierra caliente, es la región que como su nombre se indica está en las partes mas planas y bajas de Michoacán. La actividad que predomina es principalmente la agrícola. Sin embargo, es cierto que la actividad primaria es la que domina a la región, pero a pesar de ello, la actividad también se hace presente en 9 localidades, (ver cuadro 24).

<b>Cuadro 24. Localidades artesanales de la Región Tierra Caliente de Michoacán.</b>	
<b>Localidad</b>	<b>Rama o técnica artesanal</b>
1. Apatzingán 2. San Juan de los Plátanos 3. Ario de Rosales 4. Arteaga 5. Huetamo 6. Purechucho 7. Huizontla 8. Villa Victoria 9. Naranjo del Jorullo	Sus artesanos conservan las enseñanzas sobre el aprovechamiento de los recursos naturales y animales que aprendieron de las culturas precolombinas. En Apatzingán la artesanía se basa en los equipales y los huaraches; los instrumentos musicales son de San Juan de los Plátanos; la talabartería en Ario de Rosales; en Arteaga, los equipales y talabartería; la joyería, talabartería, tinajas de barro y los huaraches, en Huetamo; los sombreros de Purechucho; la alfarería de vasijas y esculturas prehispánicas de Huizontla; la talabartería de Villa Victoria y finalmente, los molcajetes y metates del Naranjo de Jorullo.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en datos de: <i>Museo Michoacano de las Artesanías. Panorama de la Producción Artesanal del Estado</i> , Casa de las Artesanías (CASART) del Estado de Michoacán, 2008.	

## 7. ASPECTOS HISTÓRICOS, GEOGRÁFICOS Y SOCIOECONÓMICOS DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN CAPULA

### 7.1 Aspectos históricos y geográficos

La palabra “Capula”, significa “lugar de capulines”. Para hablar de Capula es necesario hablar de ollas y cazuelas. Capula se escribe con “C” de cántaro, de cazuela, de comal y lo mas importante, de cerámica. Los pocos escritores que han escrito sobre Capula se han limitado a decir que es un pueblo tan antiguo que existía desde ante de la Conquista por parte de los españoles, más Capula existía desde la Conquista por parte de los purhépechas o tarascos, posiblemente a medio reinado de Tariácuri entre 1350 a 1375, ya que según la historia dice que Tariácuri murió por el año de 1400.<sup>87</sup>

A la llegada de los españoles la tribu nahuatlanca del pueblo de Capula tenía entre 150 a 170 años de haber sido conquistada por los tarascos durante el reinado del Rey Tariácuri. Con la llegada del Tata Vasco a territorio michoacano éste vino a darle un poco de alivio al pueblo de Capula, ya que se había visto sometido por los españoles, aunque a pesar de la presencia de Don Vasco, la explotación sin embargo siguió adelante.

Cuando llegó Don Vasco de Quiroga a Michoacán, los indígenas en Capula ya elaboraban preciosas piezas de barro ayudándoles a refinar y a pulir sus piezas en la industria de la alfarería.

Es importante mencionar que la alfarería para el caso de Capula a la llegada de los europeos, la cerámica fue perdiendo poco apoco las técnicas prehispánicas, para dedicarse a producir solamente ollas, cazuelas, molcajetes, cantaros y comales ya que los españoles traían la técnica vidriada.

---

<sup>87</sup> TAPIA Mendoza, Feliciano, *Memoria histórica de Capula*. H. Ayuntamiento de Morelia, 1999-2001. Editorial. Conaculta, PACMYC, Morelia, Michoacán, México. 2001. p.12.

Estos testimonios nos sirven para dar referencia, que la alfarería en Capula data desde la época prehispánica. Esto constata que la principal actividad de la historia ha sido precisamente la producción de artesanías.

Así Capula, es un pueblo alfarero de aproximadamente 5,000 habitantes, es considerado como Tenencia que pertenece al municipio de Morelia. Se localiza al oeste del municipio de Morelia aproximadamente a 20 minutos de la capital del estado, en las coordenadas 19°40' 30" de latitud norte y 101°23' 50" de longitud oeste, a una altura de 2,100 m.s.n.m. Tiene clima templado subhúmedo con lluvias en verano y está rodeado por montañas en cadena que forman una joya hermosa.

## 7.2 Aspectos socioeconómicos

En Capula no se tiene una cifra exacta del número de artesanos que trabajan en la localidad. Flores estimó que para 1988, había un total de 231 establecimientos dedicados a la producción alfarería y de cerámica, los cuales empleaban un total de 567 alfareros<sup>88</sup>.

Por otro lado, Martha Landa, afirma que para 1989 había en Capula aproximadamente 571, cifra que representó el 53% de los alfareros de Michoacán<sup>89</sup>.

Cabe señalar que estos dos autores obtienen sus estimaciones a partir de datos del INEGI. Sin embargo, este Instituto registra como alfareros propiamente dichos a los habitantes mayores de 12 años que se dedican a la alfarería en establecimientos que operan en la economía informal (empleados, obreros, peones y propietarios), mientras que en los talleres familiares (que están dentro de la economía informal) solo registran como alfarero al propietario.

<sup>88</sup> Flores P. Alejandro, *La empresa privada en la alfarería de Capula*. Tesina de la Escuela de Economía, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, Michoacán, 1995.

<sup>89</sup> Landa, Op., Cit. 1995. pp. 50-53.

De lo anterior, se deriva que los 567 o 571 alfareros considerados por los autores citados son cabezas de taller en su mayoría.

Por lo tanto, lo que es más cierto es que ésta localidad, es una de las principales productoras de artesanías del municipio de Morelia y de Michoacán. Se caracteriza por la alta producción artesanal en barro y cerámica y representa una importante fuente de ingresos y de empleos para la población local aunque este recurso poco se ha aprovechado, dado que la mayoría de los artesanos viven en condiciones de pobreza y marginación.

Los datos a los que tenemos acceso, nos permiten identificar las principales características sobre la problemática en que viven decenas de artesanos que viven en la localidad. En Capula, encontramos que existen 339 talleres artesanales de los cuales la gran mayoría presenta condiciones tradicionales, pero también de atraso y de escasa innovación.

Un dato importante sobre las características de los talleres, se tiene que el 90% de ellos, están techados con lámina de cartón y solo el 5.5% son de madera y teja. En el reglón de las paredes del taller, se constata que más del 36% son todavía de adobe de tierra, 16.3% de madera, 15.3% de lamina de cartón y solo una quinta parte (23.5%) del total de los talleres, sus paredes son de tabique, (ver cuadro 25).

<b>Cuadro 25. Número de talleres artesanales de Capula y sus principales características.</b>		
<b>Material del techo del taller</b>	<b>Numero de talleres</b>	<b>(%)</b>
Loza de concreto	9	2.9
Madera y teja	17	5.5
Lámina de cartón	279	90.0
Lámina de asbesto	5	1.6
No especificado	29	9.3
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100%</b>
<b>Material de las paredes del taller</b>		
<b>Material de las paredes del taller</b>	<b>Numero de talleres</b>	<b>(%)</b>
De tabique	80	23.5
De madera	55	16.3
De lámina de cartón	52	15.3
De adobe	123	36.3
No especificado	29	8.5
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100%</b>
<b>Material del piso del taller</b>		
<b>Material del piso del taller</b>	<b>Numero de talleres</b>	<b>(%)</b>
De cemento	65	19.2
De tierra	238	70.2
Otro	9	2.6
No especificado	29	8.5
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Duarte Duarte, Rómulo y Jorge Yeverino Juárez, *Desarrollo de Nuevos Mercados para las Artesanías de Michoacán. Estrategias de desarrollo local para el periodo 2008-2012*. División de Estudios de Posgrado. Facultad de Economía de la UMSNH y Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Primera Edición. Morelia, Michoacán, Octubre, 2007. p. 40. pp. 143.

Además, más del 70% del total de los talleres, su piso todavía es de tierra y 19.2% son de cemento. Estas cifras caracterizan la naturaleza física de las condiciones en que están contruidos los talleres artesanales de la localidad. En ellos se manifiesta que la mayoría de estos viven en la precariedad de la infraestructura y la tecnología, elementos que sin duda dificultan notablemente el desarrollo de la producción artesanal.

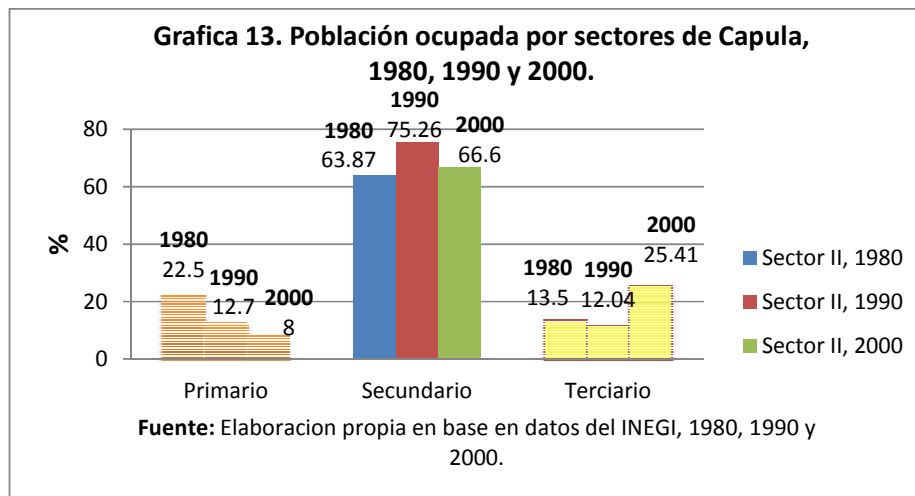
La localidad de Capula es conocida en casi todo el país y el mundo por la belleza de sus artesanías (ollas, cazuelas soperas, vajillas, paltos, macetas, etc.,) decoradas con peces, mariposas, grecas y flores, resaltando en cada una de ellas el punteado.

En esta localidad, la artesanía se constituye como la actividad más importante y dinamizadora en términos productivos, pero sobre todo en términos de empleo.

Según datos del INEGI<sup>90</sup>, la localidad actualmente cuenta con cerca de 5,000 habitantes, de los cuales 1,545 componen la población ocupada local.

Es importante mencionar que la población ocupada de Capula presenta una característica muy particular y complementaria de los sectores primario y secundario. La producción artesanal, como se mencionó anteriormente, es combinada con la producción agrícola, dado que ambas actividades, permite a sus habitantes de alguna manera incrementar sus ingresos económicos.

En Capula, el porcentaje de la población ocupada en el sector artesanías (secundario), refleja la importancia que tiene esta actividad sobre las actividades que realiza la gran mayoría de sus habitantes. Según datos del INEGI, analizados en los periodos de 1980, 1990 y 2000, nos indican que la población ocupada en el sector artesanal en términos porcentuales, ha pasado de 63.3% en 1980, a 75.26% en 1990 y 66.6% en el 2000 (ver gráfica 13).



En este análisis del porcentaje de la población ocupada en los tres sectores económicos, podemos observar que el porcentaje de los ocupados en el sector secundario ha decaído en casi 10 puntos porcentuales en el año 2000, al pasar de 75.26% en 1990 a 66.6% en el 2000. A pesar de esta disminución en la población

<sup>90</sup> Censo de Población y Vivienda, INEGI, 2000.

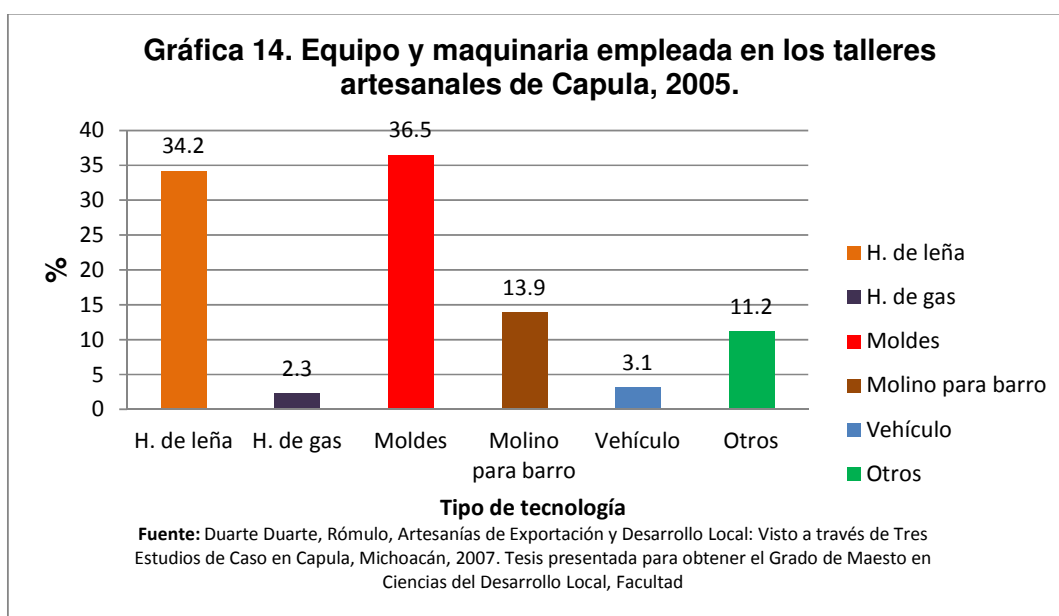
económicamente ocupada, el INEGI confirma que la población económicamente activa y principalmente ocupada, sigue siendo la del sector secundario, siendo el sector que dinamiza la economía local, esto sin contar a los niños que también participan de alguna manera en la actividad.

En este sentido, observamos que la población ocupada para el año 2000, representa en términos porcentuales una disminución importante con respecto a la década anterior de 1990, y se ubica casi en niveles a los presentados en 1980. Sobre su disminución, entendemos que se da por dos sucesos principales: el primero tiene que ver con el impacto de la crisis económica que todos conocimos suscitada a fines de 1994; y el segundo, está relacionada con el proceso de comercialización de las artesanías, ya que estas encuentran un mercado aparentemente limitado por la falta de condiciones productivas (apoyo financiero, asistencia técnica, promoción, etc.).

Sobre el suceso de falta de condiciones productivas en el sector artesanal, este fenómeno está ocasionando primero, que un importante porcentaje de la población ocupada se esté desplazando continuamente hacia el vecino país del norte en busca de mejores oportunidades y segundo, que manos potenciales de jóvenes y adultos, por su cercanía con la ciudad de Morelia se conduzcan a esta urbe a desarrollar actividades en el sector terciario o de servicios; actividades ajenas a lo que ellos saben hacer.

Sobre esta problemática, la gráfica anterior, nos indica explícitamente lo que pasa con el sector primario y terciario; el primero ha ido en decadencia al pasar de 22.5, 12.7 y 8.0% en 1980, 1990 y 2000, sin embargo, esta disminución pasa progresivamente al sector terciario de 13.5, 12.04 y 25.41% en 1980, 1990 y 2000. Esto nos indica, que en Capula, las actividades tradicionales como lo son el de la agricultura y artesanías se han ido cambiando progresivamente hacia el sector servicios por la falta de oportunidades productivas y por la cercanía con la capital del Estado.

Además, dentro de la importancia económica que tiene la actividad artesanal en la localidad, es fundamental revisar el factor innovativo (tipo de tecnología) que actualmente utilizan los productores para producir las diferentes variedades de objetos artesanales que conocemos en Capula. Para ello, encontramos, que en el caso de Capula, los productores carecen de la tecnología avanzada que ya se tiene en el mercado; es decir, estos todavía producen en su gran mayoría sus productos con maquinaria rudimentaria. El 33.4% del total utilizan hornos de leña y solo el 2.3% tiene horno de gas, (ver grafica 14).

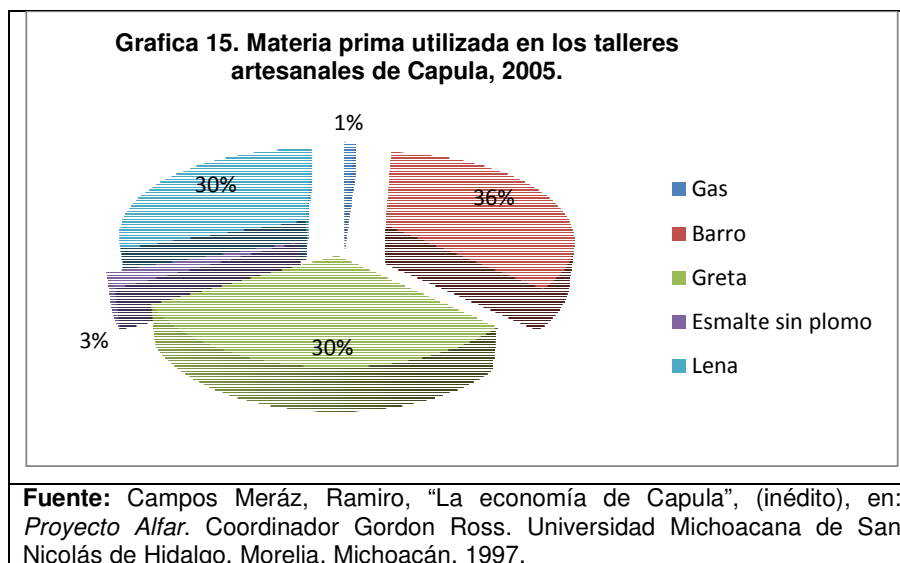


Estos datos son de suma importancia para analizar el papel que juega la tecnología en el proceso productivo artesanal. Por un lado, los productores que todavía usan el horno de leña y que son quemados a baja temperatura, dan como resultado que sus productos sean poco competitivos en el mercado, dado que los productos con estas características no reúnen los requisitos para comercializarlos en mercados más amplios, ni mucho menos reúnen las características conforme lo exige la norma oficial internacional. Además de que son producidos con greta (que contiene plomo), los cuales genera desconfianza hacia el cliente nacional e internacional. En cambio, aquellos productores que ya utilizan el horno de gas a la

alta temperatura (a más de 1200°C)<sup>91</sup>, los cuáles son un pequeño porcentaje (2.3%), son los que marcan la diferencia en términos productivos, comercialización, valor agregado, etc., dado que además producen con tecnología avanzada, dando como resultado una producción de mayor calidad y que en consecuencia los productos tiene demanda en mercados regionales, nacionales y de exportación.

Además, sobre la tecnología utilizada en Capula, encontramos que solo el 13.9% del total de los talleres artesanales tienen molino para barro; el 36.5% utiliza molde para dar forma a los productos; el 3.1% tiene vehículo y el 11.2% utiliza otro tipo de tecnología rudimentaria como lo es la carretilla, los animales, etc., para transportar su materia prima y sus productos.

Por otro lado, la materia prima utilizada en los talleres artesanales, tiene mucha relación con el tipo de tecnología que se usa en Capula explicada anteriormente. El 36.0% los talleres utilizan leña para su horno; el 30.0% utiliza greta, el 1.0% utiliza gas y solo el 3.0% utiliza esmalte sin plomo. En este sentido, el 35.8% de los talleres artesanales utilizan barro, dado que es el insumo más aprovechado por los artesanos capulenses (ver gráfica 15).



<sup>91</sup> La cocción de los productos contienen dos quemas a más de 1200°C.

Debe señalarse que la greta es un insumo que contiene plomo y que puede ser nocivo para la salud, sobre todo a largo plazo y que ante el conocimiento de los clientes, sobre todo del turismo nacional e internacional, esto genera desconfianza.

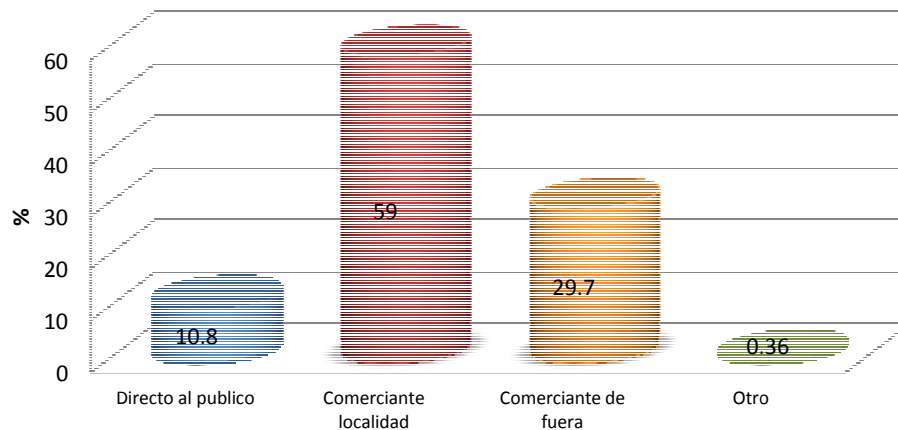
En general, observamos que la mayoría de los productores no reúne ni las mínimas condiciones para producir artesanías que permitan competir en un mercado más competitivo, por las limitadas condiciones productivas que imperan en el sector.

Por lo tanto, la baja competitividad de los productos y lo limitado del mercado, ha provocado en los últimos años, una gran disminución de sus ventas en todos los mercados (local, regional, nacional y exterior), pero sobre todo por la falta de promoción y comercialización.

Sobre este aspecto, los artesanos de Capula se enfrentan a limitados canales de comercialización y se distinguen cuatro canales: el directo al público, comerciante de la localidad, comerciante de fuera y otro (el de exportación).

En el primer canal que tiene que ver con aquellos artesanos que venden directo al público (1080%); y que son aquellos que venden sus productos directamente en casa y en mercados locales y regionales con visitas a los pueblos aledaños, así como en tianguis, ferias, etc., (ver gráfica 16).

Grafica 16. Canal de comercialización de los artesanos de Capula, 2005.



**Fuente:** Duarte Duarte, Rómulo y Jorge Yeverino Juárez, *Desarrollo de Nuevos Mercados para las Artesanías de Michoacán. Estrategias de desarrollo local para el periodo 2008-2012*. División de Estudios de Posgrado, Facultad de Economía de la UMSNH y Consejo

El segundo canal de comercialización, es el que más sobresale en Capula y es el relacionado con el intermediario (comerciante de la localidad); el cual tiene que ver con aquel productor que vende directamente al intermediario de la localidad; es decir, aquí encontramos a los productores que además de vender sus productos en su local de su casa, la mayor producción se la venden a estos acaparadores locales, el cual acapara la mayor producción pero a la vez la mayor ganancia, dado que compra de mayoreo y en grandes cantidades. Sobre el intermediarismo, puede verse que es el canal que ocupa el mayor mercado, porque el artesano al tener bajas ventas y al no tener otra alternativa de mercado, no solo decide liquidar su mercancía, sino que también lo hace aceptando bajos precios.

Sobre el tercer canal de comercialización, éste tiene que ver con el comerciante que viene de fuera; es decir, es el intermediario foráneo, el cual se caracteriza por comprar por mayoreo y en grandes cantidades. Aquí la producción artesanal es comercializada en diferentes partes del país, principalmente en lugares turísticos como Cancún, Puerto Vallarta, Veracruz, Ixtapa, Los Cabos, Acapulco, etc., pero sobre todo en ciudades con gran afluencia turística internacional.

Debe decirse que el intermediarismo local y foráneo es un factor muy negativo para la producción artesanal. La gran mayoría de los productores no cuentan con el capital ni mucho menos con el transporte para comercializar su producción. Situación que es aprovechada por los intermediarios. Ellos, al contar con los medios necesarios para comprar y comercializar artesanías al mayoreo, succionan la mayor parte del valor agregado de la producción y dejan sin oportunidad de ganancias a los artesanos.

El cuarto y último canal de comercialización (otro), lo encontramos en aquellos artesanos que están produciendo y orientando su producto hacia el mercado de exportación (0.36%). Su calidad de artesanía elaborada con procesos productivos más competitivos, hacen que ésta se oriente hacia mercados exteriores. Sin embargo, observamos que la mayor parte de la producción artesanal, la comercializan los intermediarios tanto locales como de fuera, lo cuál implica sobre todo, que el valor agregado se esté fugando hacia manos ajenas de la localidad, generando aún más la desigualdad entre los productores.

Otra forma de explicar de cómo circula la artesanía mexicana en la práctica, es haciendo referencia a la fuerte operación del intermediarismo local, así como el de la ciudad (externo). Estos comerciantes intermediarios contratan a los alfareros mediante préstamos adelantados, adquiriendo grandes cantidades y a precios bajos y se convierten en presas cautivas al no tener ni contar con el capital y los medios para comercializar su mercancía en otros mercados. Aunque hay que decirlo, en la actualidad hay productores alfareros, que se han escapado de este círculo vicioso y ahora sus productos son vendidos en mercados nacionales e incluso en el exterior.

Como vemos, el procedimiento que siguen los intermediarios tanto locales como foráneos, llegan y contratan a los alfareros, lo cuál su mercancía tiene todas las características de una industria a domicilio, donde el dueño del capital reparte el trabajo a los alfareros, les compra la producción y además los tiene atados con préstamos y adelantos (ni obreros libres son); así los comerciantes tienen así todas las ventajas para llevar a cabo una explotación de la fuerza de trabajo ajena,

ya que el pequeño productor, por lo aislado que aparece dadas las condiciones mismas de la producción (el taller familiar independiente), el cuál está sujeto a un determinado lugar y a un determinado comerciante que, aunque solo sea una parte, se apropia del trabajo ajeno. Además, el comerciante, acaparador o intermediario, se aprovecha de quedar exento de no pagar impuestos, al aprovechar lo que dictaminan las leyes del trabajo mexicano al patrón de una empresa, contenida en el “Informe de la Comisión Especial de Artesanías”, redactado por un grupo de Senadores de la República en 1960. Al respecto, citamos algunos párrafos que Novelo subraya<sup>92</sup>:

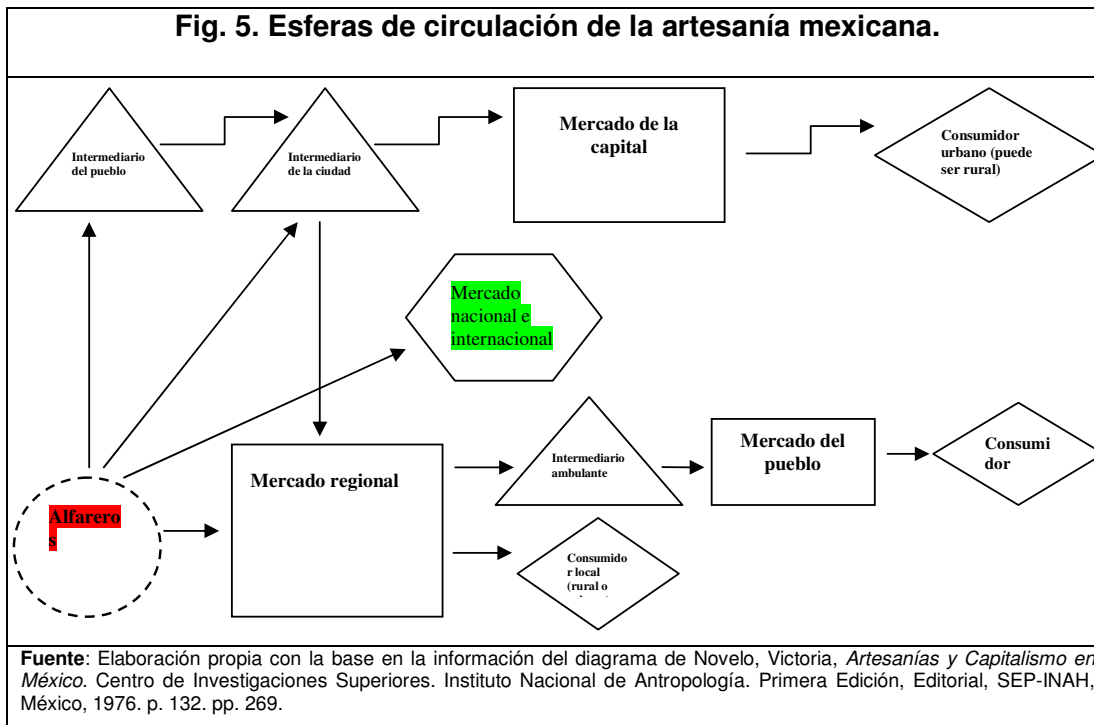
“En la actualidad los talleres familiares que quedan excluidos de de la aplicación de la Ley Federal del Trabajo están a merced de comerciantes hábiles que manejan industrias medianas y grandes, adaptadas para producir en plan familiar. En esta forma quedan exentos de la responsabilidad que las leyes del trabajo confieren al patrón y aprovechan para sí todas las ventajas. Será preciso considerar a los trabajadores de los talleres familiares, cuyo producto se destina a un solo comprador, como obreros dependientes del mismo...En la actualidad, los artesanos recurren necesariamente a prestamistas y usureros, que cobran interés elevados so pretexto del riesgo que corren refaccionando a pobres. En esta forma los mejores beneficios son para el dueño del dinero que se constituye en proveedor de materias primas y comprador de la producción con la que garantiza el crédito. En realidad es el empresario de un negocio sin compromiso ni con las leyes de trabajo, ni con las de seguridad social”.

En la siguiente figura (fig. 5), observamos cuales son las esferas de la circulación de artesanías en el mercado, que explicamos anteriormente.

---

<sup>92</sup> Novelo, Victoria, Óp., Cit. p. 129-130.

Fig. 5. Esferas de circulación de la artesanía mexicana.



### 7.3 La artesanía de Capula.

Como lo hemos venido analizando en apartados anteriores, la artesanía en Capula, responde a cuestiones de carácter económico, cultural y ecológico, y es el recurso viable y más importante para estimular a economía de la localidad. Esta comunidad resguarda entre su patrimonio la manufactura de una amplia gama de enseres y figuras moldeadas en barro en técnicas como el alisado, vidriado, policromado y a la alta temperatura. Sobre estas técnicas, las explicamos de manera detallada:

#### Barro vidriado.

Capula se caracteriza por su alfarería tradicional vidriada, engalanada con las técnicas del capulineado y punteado, decoración que le distingue donde quiera que se comercialicen sus productos.

La mayoría de sus habitantes, se dedican a esta labor, realizando loza como vajillas, ollas cazuelas, macetas, salseras, floreros y otros objetos en todos los tamaños.

La industria es familiar y desde pequeños los niños se ven inmiscuidos en el quehacer realizado por sus padres y abuelos, preniendo poco a poco la obtención de la materia prima, la elaboración de la pieza, la decoración, la cocción y la forma de comercializarlas.

### **Barro a la alta temperatura.**

Se conservan los diseños tradicionales e innovando a la vez, vajillas y diversos enseres que son manufacturados en cerámica. De esta manera se amplían las posibilidades de venta al abarcar las necesidades de diferentes compradores.

La quema en alta temperatura otorga cualidades distintas al barro vidriado. Esta loza o es apta para calentar alimentos directamente en la lumbre, pero por su quema a mayor temperatura la arcilla se comprime, resultando mas resistente y permitiendo su uso en aparatos sofisticados como el horno de microondas

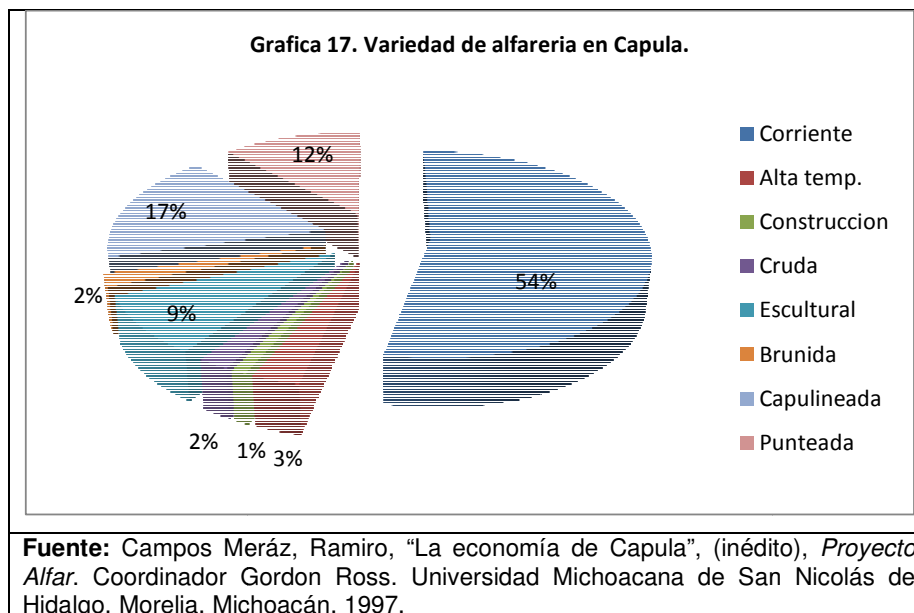
### **Barro policromado.**

Del ingenio de los artífices de Capula, surgen calaveras que por sus atavíos dan vida a los mas diversos personajes, como por ejemplo, que si porta corona de flores, hábito religioso y ofrenda en sus manos, es una “monja coronada”; por el otro lado, si lleva sombrero de ala ancha, adornado con flores o lumas y vestido entallado es una “catrina”; si es un caballero con vestimenta distinguida y sombrero de copa es un “catrín”.

Varias familias manufacturan catrinas y calaveras, ya sea policromadas ya sea con una sola quema o vidriadas. Aunque siguen los mismos cánones en las representaciones que realizan, es identificable el trabajo de cada taller, tanto en clores, formas atavíos que otorgan a sus personajes, así como el tratamiento que imprimen a cada una de sus piezas.

Además la loza para la cocina y las afamadas catrinas, los artesanos transforman los terrones de arcilla en figuras sencillas como lámparas, representaciones del sol, la luna, animales y cráneos en una sola quema, pintadas con colores llamativos.

Así pues Capula, tiene un carácter cultural propio en la elaboración de sus artesanías. Sobre esta gran variedad de ellas, se destaca que la artesanía vidriada (capulineada), es la más representativa de la localidad. Aquí se produce la artesanía vidriada mundialmente conocida bajo el nombre de “capulineada”, punteada o fina y la corriente, (ver grafica 17).



De acuerdo al Proyecto Alfar<sup>93</sup>, se estima que de una muestra de 92 productores, se observa que dentro de la producción de artesanías capulense, existe un gran porcentaje de producción en la categoría de la artesanía corriente (54%), seguido de la capulineada que llega al 17% y 12% la punteada. La artesanía escultural (calacas, calaveras, figuras abstractas, etc.), ocupa el 9%, la de alta temperatura ocupa solo el 3%, la bruñida 2% y la producción de materiales para la construcción

<sup>93</sup> Campos Meráz, Ramiro, “La economía de Capula”, (inédito), *Proyecto Alfar*. Coordinador Gordon Ross. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Michoacán. 1997.

(columnas, fuentes, tejas, cenefas, azulejos, escalones, etc.), el 1%, en cambio la bruñida y la venta de piezas crudas, ambas el 2% (que constituyen un acercamiento para reflejar la maquila de artesanía en Capula).

Por lo tanto y como se hizo referencia anteriormente, es importante mencionar que la artesanía producida a la alta temperatura y en donde su porcentaje es relativamente bajo (3%), es el tipo de arte mas competitivo y especializado de la localidad, por producirse bajo procesos mas amplios y con un nivel de especialización mayor.

Finalmente, es importante mencionar, que en Capula encontramos a productores especializados en artesanías de exportación como Ladislao Martínez, Blanca Pineda, Iván González Pineda, y otros. El primero, reconocido internacionalmente por su tipo especializado de pintado en artesanías y por haber ganado innumerables concursos nacionales y por haber obtenido un premio presidencial como el mejor artesano en 1994. El segundo y tercer productor, también se caracterizan por haber obtenido innumerables reconocimientos en concursos regionales, estatales y nacionales por sus diseños y pintados en diferentes objetos artesanales.

## **8. ASPECTOS HISTÓRICOS, GEOGRÁFICOS Y SOCIOECONÓMICOS DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL DE TZINTZÚNTZAN.**

### **8.1 Aspectos históricos y geográficos.**

Actualmente, el pueblo de Tzintzúntzan funciona como cabecera municipal del municipio. Tzintzúntzan fue capital de los antiguos tarascos, que descendían de tribus primitivas que llegaron a la zona lacustre de Pátzcuaro, en el siglo XII y que conquistaron a quienes habitaban en esa región y conformaron el imperio tarasco, el cuál se extendía a partir de Tzintzúntzan su capital antes de morir Tariácuri en

1400<sup>94</sup>. El imperio se dividió entre sus descendientes Irépan, Hiquingare y Tanganxoán, a los que repartió Pátzcuaro, Hihuátzio y Tzintzúntzan. Solo Tanganxoán se mantuvo en el poder centralizando en Tzintzúntzan que se convirtió en el centro ceremonial mas importante, donde se concentraba la producción de los tributarios de tierra caliente y fría, existía tal esplendor en la ciudad capital que fue la mas grande del imperio tarasco y mas poblada.

A la llegada de los españoles gobernaba el imperio Tanganxoán II, que fue quemado por Nuño de Guzmán en 1529, quien al llegar a Michoacán inició una de las etapas mas cruentas de la conquista y se produjeron pelitos entre los españoles por la posición de tierras.

Vasco de Quiroga llegó a Tzintzúntzan como oidor, se trasladó la capital de la provincia de Michoacán a Pátzcuaro que pertenecía a Tzintzúntzan y era considerado un barrio de la ciudad, pese a los pleitos y quejas de los españoles y nativos vecinados en el lugar. La ciudad perdió su esplendor e importancia económica y social en 1529, aunque se habló conferido el título de ciudad en 1523 y dicho título era reconocido por el propio Rey que lo emitió. Posteriormente, ese rango se le otorgó a Pátzcuaro, que de hecho ya tenía la administración eclesiástica y civil, dejando a Tzintzúntzan reducida y abandonada.

Dependió desde la conquista hasta la independencia de la Ciudad de Pátzcuaro. Con el reacomodo republicano, fue tenencia de Quiroga en 1831. En memoria de que fue en otro tiempo y por ser la primera de Michoacán se le otorgó el título de Ciudad Primitiva, el 27 de abril de 1861.

Por otro lado, Tzintzúntzan se localiza al norte del estado, en las coordenadas 19° 39´ de latitud norte y 101° 35´ de longitud oeste, a una altura de 2,050 m.s.n.m. Limita al norte con Quiroga, al noroeste con Morelia, al este con Lagunillas, al suroeste con Huiramba, al sur con Pátzcuaro y al oeste con Erongarícuaro. Su distancia a la capital del estado es de 53 km.

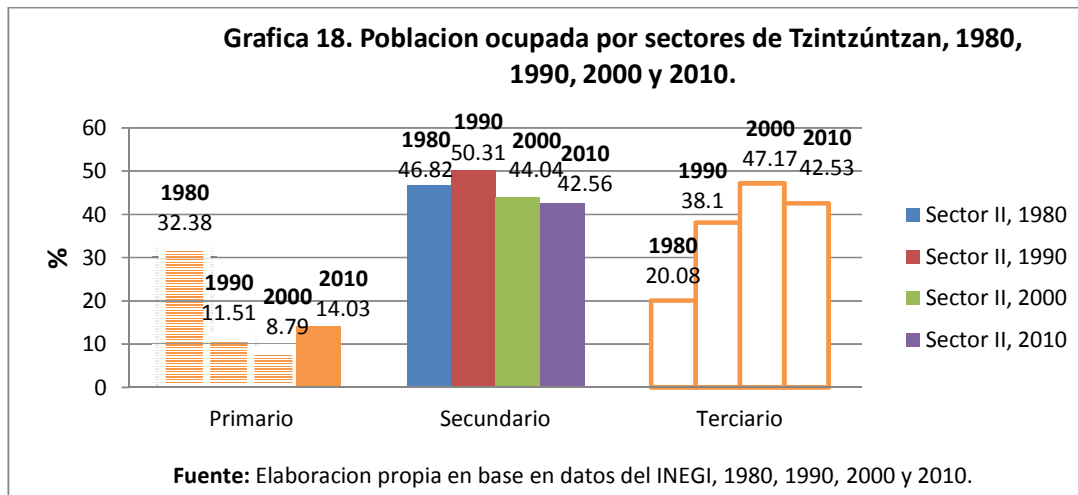
---

<sup>94</sup> *El Municipio en Cifras*. Centro de Investigación y Desarrollo del Estado de Michoacán y Secretaria de Educación en el Estado. Morelia, Michoacán. 2001.

## 8.2 Aspectos socioeconómicos

Sobre el número de artesanos que viven y que trabajan en esta localidad, no se tienen cifras sobre ello. Lo que sí se sabe, es que aquí encontramos a un gran número de niños, jóvenes y adultos que se dedican a esta importante actividad.

Así, a artesanía de Tzintzúntzan, es un caso menos estudiado con respecto a lo presentado de la comunidad de Capula. Tzintzúntzan es una localidad que cuenta con una población total 13,556 habitantes<sup>95</sup>. La participación de la población ocupada en el sector secundario es importante, ya que más de la mitad de ésta se dedica precisamente a la producción de artesanías. De acuerdo a datos del INEGI, observamos que la población ocupada en términos porcentuales, el sector artesanal (secundario) para 1980, se ubicó en un 46.82%, pasando al 50.31% en 1990, pero para el año 2000, su participación disminuye muy por debajo a los niveles presentados en 1980, con solo el 44.04%, (ver gráfica 18).



El comportamiento de la población ocupada para el caso de Tzintzúntzan, presenta las mismas características ocupacionales que las analizadas en Capula, donde el sector primario al igual que el secundario ha ido disminuyendo de manera notoria desde la década perdida hasta el año 2000 y en el 2010 se observa una pequeña recuperación. Es decir, el sector primario ha ido disminuyendo drásticamente al pasar de 32.8%, 11.51% y 8.79% en 1980, 1990 y

<sup>95</sup> Censo de Población y Vivienda, INEGI. 2010.

2000 y en el 2010 asciende a 14.03%. Sin embargo, el sector terciario muestra una tendencia de crecimiento importante, debido a que la economía local se está tercializando al no haber oportunidades en la actividad agrícola y en la artesanal. Por lo tanto, en Tzintzúntzan, encontramos una importante cantidad de población ocupada que está dedicando a realizar actividades ajenas a las tradicionales, como es el caso de la artesanía y agricultura, que ambas son complementarias. En el caso del sector terciario, este ha crecido de manera importante, pasando de 20.08%, 38.1% y 47.17% en 1980, 1990 y 2000.

El crecimiento que se observa en sector terciario, es un claro ejemplo de que la población ocupada, está abandonando las actividades tradicionales locales, situación que obliga a que manos potenciales de la localidad (al no tener condiciones productivas favorables sobre todo en la artesanía), se desplacen hacia las urbes más cercanas (caso de Pátzcuaro) o hacia los Estados Unidos en busca de mejores oportunidades de empleo y de ingreso para sobrevivir.

### **8.3 La artesanía de Tzintzúntzan**

En esta localidad el barro se trabaja con cuatro diferentes terminados conocidos como barro bruñido, vidriado, cerámica blanca y negra, aludiendo todos en su decoración a la historia, tradiciones y entornos de su comunidad.

#### **Barro bruñido:**

El bruñido es la técnica en barro mas antigua de Tzintzúntzan, en algunos museos del estado se aprecian ejemplares de enseres que bien podrían confundirse con los elaborados en la actualidad, reproducciones de ollas y vajillas trípodes de esa y vertedera que conservan formas y motivos plasmados antiguamente, difiriendo de las precolombinas en su uso exclusivamente ornamental.

Imitan los diseños de tepalcates y vajillas encontradas en la zona arqueológica, estas muestran a manera de decoración grecas pintadas con engobes de color

rojo, crema y negro, simulando el movimiento del agua, estructuras de las pirámides, caracoles y serpientes.

#### **Barro vidriado:**

La loza vidriada usada cotidianamente en la cocina tradicional es el color verde, rojo y azul, siendo este último el de menor manufacturación dado el alto costo que implica comprar dicho tono de greta.

En las últimas décadas, la proliferación de la alfarería sin plomo ha abierto mercados a Tzintzúntzan y otros pueblos hacia el extranjero, por aprobar las normas de salud de los países a los que se exportan. La decoración de los platos, jarras, charolas y otros enseres de cocina son elementos de la naturaleza cercana del artesano.

#### **Cerámica Blanca:**

La cerámica blanca está considerada entre las manufacturas de mayor aprecio del lugar. El proceso de extracción, preparación del barro, vidriado y cocimiento de las piezas coincide al de otros objetos de cerámica, su peculiaridad radica en la fina decoración.

La década de los sesenta, del siglo pasado se recuerdan como la época de esplendor de la cerámica blanca a pesar de que con el tiempo decayó hasta verse disminuida su producción, hace algunos años su ejercicio fue retomado con nuevos aires que muestran temas atractivos al comprador.

#### **Cerámica negra:**

El color negro se debe a la técnica de su acabado, llamada reducción. Cuando la pieza está en el horno al rojo vivo se saca y se cubre de aserrín o de otro material combustible, reduciendo la liberación del oxígeno de la materia prima y dando como resultado el color negro. Se elaboran diferentes piezas: platos, macetas, tazones, fruteros, jarras, cantaros, mascaros y vajillas.

A esta se le dibuja motivos decorativos esgrafiados, es decir, trazados sobre la pieza con un punzón.

### **Escultura:**

Las piezas esculpidas en madera o cantera son creadas por los mismos artesanos en el mismo espacio, pues ellos argumentan que el trabajo con ambos materiales es similar y las herramientas usadas en la devastación de uno, puede utilizarse en el otro. Las imágenes y motivos son diversos desde elementos constructivos como capiteles, hasta figuras de animales o imágenes.

### **Pasta de caña:**

Según informan los artesanos no existe una técnica autentica pero si de origen para la pasta de caña, siendo el artesano Baldomero Guzmán quien enseñó a finales de los años ochentas a los que hoy la emplean.

En el taller el escultor trabaja con el rastrojo-caña de maíz-entero y molido, orquídea y nopal como aglutinantes naturales. Las cañas enteras dan estructuras a la figura, mientras con la pulida y baba de nopal se crea una pasta moldeable con que el artesano puede trabajar los detalles finos como el rostro, manos y cabello. La mayoría de las figuras que se realizan son de carácter religioso.

## **9. ASPECTOS HISTÓRICOS, GEOGRÁFICOS Y SOCIOECONÓMICOS DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL DE ZINAPÉCUARO.**

### **9.1 Aspectos históricos y geográficos.**

La localidad de Zinapécuaro, es actualmente la cabecera municipal del municipio con el mismo nombre. En la época prehispánica, el lugar fue sometido al dominio territorial del señorío tarasco por Irépan, Hiquíngare y Tanganxoán, quienes ordenaron se originara un “CU” o templo para adorar a la diosa Cuerecuaperi, “la

madre creadora de la vida y de la muerte” en cuyo honor se celebran cada año la fiesta de Sicuindiro<sup>96</sup>.

En el siglo XVI, la region fue dominada pacíficamente por el conquistador español Don Luis Montañéz quien fundó el pueblo aproximadamente en 1530. Se instaló en Zinapécuaro una “República de Indias” para lo cuál se instaló una alcaldía mayor y posteriormente un corregimiento tributario. La evangelización la llevaron a cabo frailes franciscanos, quienes edificaron entre 1530 y 1536, el templo y el convento. Durante el desarrollo por la lucha de independencia, en octubre de 1810, estuvieron en el pueblo las fuerzas insurgentes de Don Miguel Hidalgo.

En los primeros años de México Independiente, el 10 de diciembre de 1831, se decretó la creación del municipio de Zinapécuaro. Posteriormente se le otorgó a la cabecera municipal el título de Villa, llamándosele Villa de Figueroa en memoria del cura del lugar y benefactor de la población Don Juan Bautista Figueroa Alcaráz.

Zinapécuaro, se localiza al noroeste del Estado, en las coordenadas 19°52 de latitud norte y 100°50 de longitud oeste, a una altura de 1800 m.s.n.m. Limita al norte con el Estado de Guanajuato, al oeste con Maravatío, al sur con Hidalgo y al oeste con Queréndaro. Su distancia a la capital del Estado es de 50 km.

## 9.2 Aspectos socioeconómicos.

La localidad de Zinapécuaro cuenta con una población total de 14,670 habitantes<sup>97</sup>. Es una comunidad al igual que las anteriores, de ascendencia indígena.

La actividad económica de Zinapécuaro es diversificada, en ella es marcada la desigual distribución del ingreso que unida a los bajos niveles de escolaridad y la falta de servicios públicos, agudizan la pobreza y la marginación. Sin embargo, a

<sup>96</sup> *El Municipio en Cifras*. Centro de Investigación y Desarrollo del Estado de Michoacán y Secretaría de Educación en el Estado, Morelia, Michoacán, 2001.

<sup>97</sup> Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Censo de Población y Vivienda, 2005.

pesar de que la actividad es diversificada, la actividad en el sector secundario es la más importante generadora de ingresos. Dentro del sector secundario, la artesanía es un quehacer que sobresale en la localidad. Al igual que en Capula, aquí se produce la artesanía bruñida.

En Zinapécuaro, la alfarería es también al igual que Capula y Tzintzúntzan, una actividad relevante que representa casi el 2% del valor agregado estatal. De las unidades económicas alfareras de Zinapécuaro el 68% se distingue por utilizar tecnología sencilla de baja productividad y la característica de los talleres alfareros son familiares y de subsistencia tradicional<sup>98</sup>.

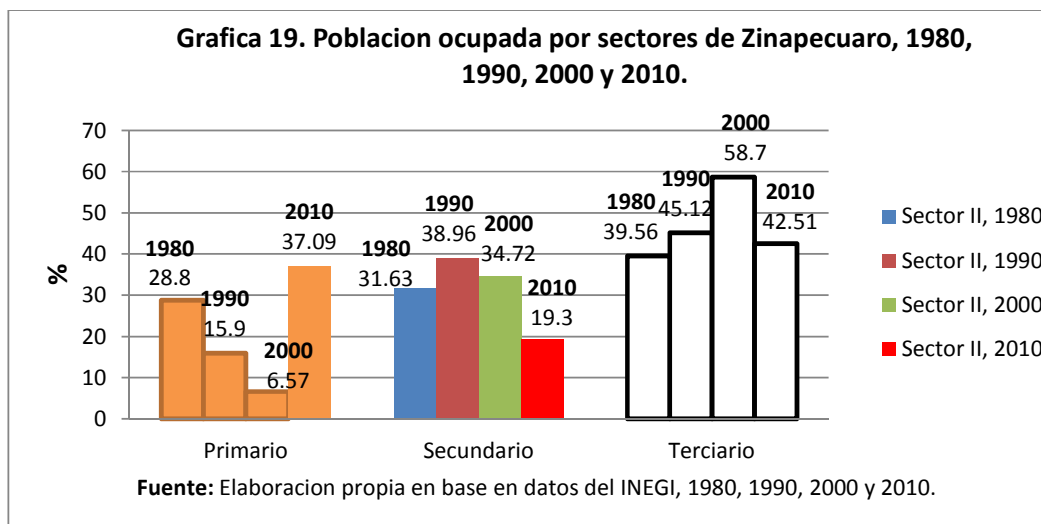
En Zinapécuaro, no se tienen cifras sobre el número de artesanos que trabajan en esta actividad. Lo que sí se conoce, es que aquí se producen hermosas artesanías fabricadas en barro y pintadas manualmente, además, esta actividad tiene la bondad de ser generadora de empleos y fuentes de ingresos para los artesanos.

La población ocupada en el sector secundario (artesanal) ocupa los primeros lugares de la economía local. Es decir, la principal actividad de Zinapécuaro, no es ajena a las características observadas en las poblaciones de Capula y Tzintzúntzan. En Zinapécuaro, encontramos la misma tendencia de la población ocupada en los tres sectores económicos. Con un sector primario que en las últimas décadas del siglo XX ha disminuido gradualmente aunque en el año 2010 su participación a aumentado y representa más del 37% y con un sector terciario que ha repuntado de forma importante a partir de los años ochentas al pasar de 39.56%, 45.12% y 58.7% en 1980, 1990 y 2000; y en el año 2010 descendió a 42.51%.

En esta localidad, el porcentaje de ocupados en el sector secundario, también ha descendido después de los años noventa, pasando de 38.96% en 1990 a 34.72% en el 2000 y 19.30% en el 2010, (ver gráfica 19).

---

<sup>98</sup> Campos Meráz. Ramiro, "La economía de Capula", (inédito), en: *Proyecto Alfar*. Coordinador Gordon Ross. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, Michoacán, 1997.



Sin embargo, es el sector terciario el que más ha crecido, dado los decrementos del sector primario, ya que este ha pasado de 39.56%, 45.12% y 58.7%, en 1980, 1990 y 2000. Sin embargo, el sector primario, ha descendido de manera importante: 28.8%, 15.9% y 6.57% en los mismos años.

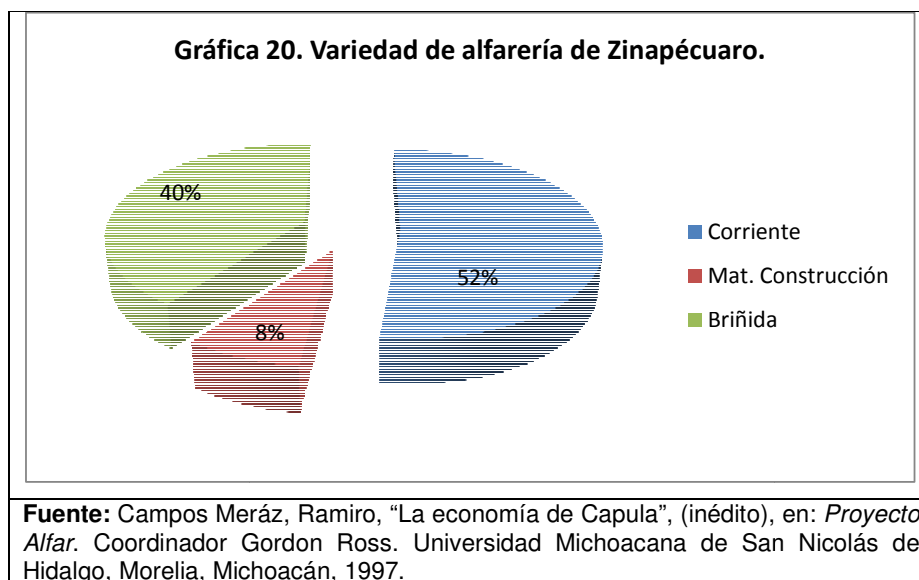
Sobre la tendencia porcentual que se observa sobre la población ocupada de los tres sectores económicos de la economía de Zinapécuaro, significa que el sector primario y secundario tienen una tendencia hacia la baja de su población ocupada y que muchas personas en edad de trabajar se están incorporando a las actividades terciarias en las ciudades de Morelia o Acámbaro por su cercanía, al no encontrar oportunidades productivas sobre las actividades tradicionales locales.

### 9.3 La artesanía de Zinapécuaro

La alfarería del lugar es conocida particularmente por el color amarillo ócreo del barro que se obtiene de las minas de la población. La producción tradicional consiste en ollas y cazuelas “choreadas” en color verde. La “greta” que se aplica al interior de las mismas se deja escurrir irregularmente al exterior para otorgarles un acabado vidriado que contrasta con el color natural del barro; también se hace barriles vidriados con verde y negro y anteriormente se trabajaba las “chondas” especies de cantaros con asas de gran capacidad que servían para acarrear agua.

Por su calidad destaca la alfarería bruñida decorada con tierra de clores, así como la decorada al negativo, técnica que remite a la producción cerámica prehispánica realizada para el intercambio diplomático entre pueblos o para realizar ofrendas a los dioses.

Zinapécuaro se destaca por su importancia económica, la producción artesanal elaborada bajo la técnica corriente con un 52%, la bruñida con un 40% y la de materiales para la construcción (especialmente tejas) con 8% (ver grafica 20).



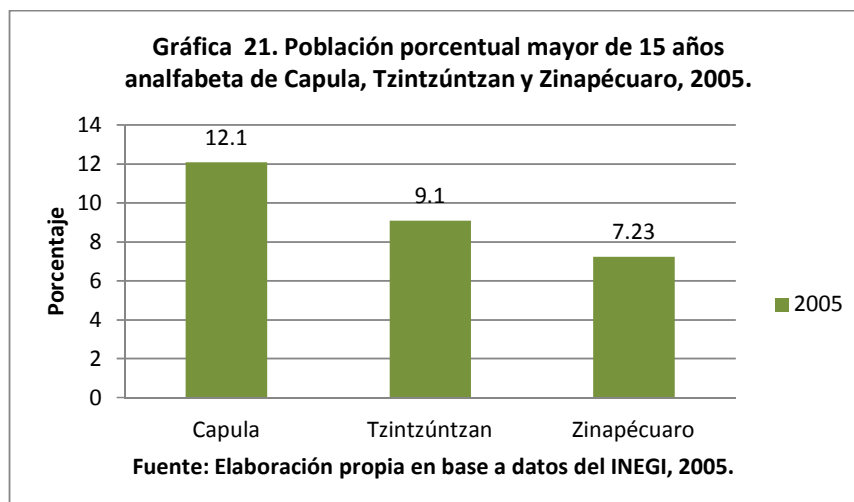
Dentro de las tres técnicas que se practican en Zinapécuaro, se pueden encontrar piezas de grandes tamaños y miniaturas o con tamaños ideales para darles una utilidad doméstica o decorativa.

En Zinapécuaro, encontramos familias destacadas dedicadas a la elaboración de artesanías especializadas como es el caso de los hermanos Hernández Cano, que se caracterizan por producir hermosas artes de barro producidas para el mercado estatal, nacional y de exportación.

## 10. EL FACTOR EDUCATIVO DE CAPULA, TZINTZÚNTZAN Y ZINAPÉCUARO

El factor educativo, es un indicador que dice mucho sobre el nivel de desarrollo de las comunidades. El bajo nivel educativo que registran las localidades que se estudian, es un elemento determinante que impide que los productores artesanales tengan una mejor visión de producción, de mercado y en conjunto de mejores condiciones de vida.

Dentro de las 3 localidades que se estudian, el mayor porcentaje de rezago educativo en cuanto a población mayor de 15 años analfabeta, lo tiene Capula, siguiéndole Tzintzúntzan y Zinapécuaro, con un porcentaje cada una de 12.1%, 9.1% y 7.23% (ver gráfica 21).



El problema de alfabetización de Capula que es el más alto, tiene que ver todavía con la resistencia al cambio (“modernidad”) por un lado, y por otro, la de la situación económica que obliga a los jóvenes (y a los adultos) a trabajar antes que a estudiar.

Según la Organización de Naciones Unidas (ONU), dice que una comunidad libre de rezago educativo es aquella que se encuentra con indicadores menores al 4% de su población mayor de 15 años. Sin embargo, los indicadores que muestran las localidades, están muy por encima a las cifras indicadas por la ONU. Situación

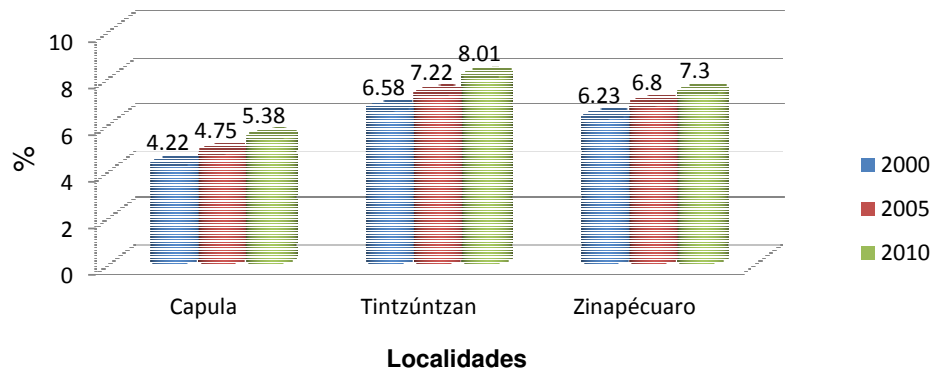
que indica, que un gran número de productores artesanales no saben todavía leer y escribir, aún no han terminado su primaria o su secundaria.

A pesar de que éstas localidades cuentan con la infraestructura educativa adecuada para estudiar la primaria, secundaria y hasta la preparatoria, para la mayoría de los artesanos no es prioritaria la educación. Su prioridad está en trabajar para subsistir a la familia y en caso de los niños y los jóvenes no todos pueden estudiar más allá de la secundaria porque primeramente tienen que ayudarle al padre a realizar las actividades elementales para poder cubrir las necesidades esenciales.

En este sentido, al tener todavía un alto porcentaje de la población mayor de 15 años en condiciones de analfabetismo, es lógico encontrar un bajo nivel escolaridad en las tres localidades. Según datos del INEGI, muestra que el nivel de escolaridad para las tres localidades sigue siendo muy bajo.

El pueblo de Capula, es el más atrasado en cuanto a grado de educación; en el año 2000 pasó de 4.22, 4.75 en el 2005 y 5.38 grados de escolaridad en el 2010 (medido en una escala de 1 a 10 puntos), seguido de Zinapécuaro que pasó de 6.23 en el 2000 a 6.80 en el 2005 y 7.30 grados en el 2010. Sin embargo, la localidad de Tzintzúntzan, es la que presenta el mayor nivel de escolaridad, pasando de 6.58 en el 2000 a 7.22 en el 2005 a 8.01grados en el 2010, (ver gráfica 22).

**Grafica 22. Grado promedio de escolaridad para Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro, 2000, 2005 y 2010.**



Fuente: Elaboración propia en base en datos de INEGI, 2000, 2005 y 2010.

En este sentido, debe tomarse en cuenta que la población con bajo nivel educativo es la que tiene los ingresos más bajos en el país y por consecuencia es la que tiene los mayores problemas de marginación y pobreza como es el caso de los artesanos. Ante ello, la educación es una herramienta fundamental que al individuo puede permitirle tener una mejor preparación y el acceso a mejores oportunidades para un mejor estilo de vida. En el caso de los artesanos, la educación, es un componente que sin duda puede llevarlos a que estos resuelvan la mayoría de sus problemas añejos y que accedan a mejores condiciones de vida.

## **11. LA DIVISIÓN DE TRABAJO EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS ARTESANALES DE CAPULA, TZINTZÚNTZAN Y ZINAPÉCUARO**

El funcionamiento de las empresas productivas de las localidades en cuestión, depende básicamente de la organización doméstica de cada hogar. Esencialmente, la especialización del trabajo se limita a la unidad familiar, en contraste con las sociedades industriales más avanzadas caracterizadas por una organización económica más compleja. Los problemas básicos conectados con la economía domestica son en su mayoría los mismos para todos los hogares o talleres de la localidad. Entre ellos se incluye la manera en que el trabajo se divide

entre los miembros de la familia; la rutina diaria de cada miembro; las características y las fuentes del ingreso y los gastos.

La división del trabajo está determinada por el sexo y la edad de los individuos involucrados. Por lo regular el hombre es el que realiza el trabajo mas pesado en el taller y es el jefe de familia el que toma el control tanto en mandos como en la producción. La división del trabajo se determina por la edad. En muchos casos, las esposas de los artesanos probablemente son las trabajadoras más tenaces del pueblo, puesto que este trabajo se agrega a las tareas femeninas normales.

Dentro de la división de trabajo de las unidades económicas artesanales y campesinas, encontramos características que están presentes en la fuerza de trabajo que emplean: en la primera, solo se usa fuerza de trabajo familiar y está ausente de acumulación de capital; es decir, en estas unidades solo se usa la mano de obra familiar sin la acumulación de capital, produciendo para el autoconsumo y en parte para la venta. Dentro de su proceso de producción se aplica tecnología sencilla y el trabajador controla tanto los medios de producción como la producción. Otro tipo de unidad campesina será aquella que solo usa mano de obra familiar y acumula capital y otra mas avanzada será aquella que combina su fuerza de trabajo con la ajena y acumula capital; es decir, usa mano de obra asalariada y su principal objetivo es la acumulación de capital.

Estos tres tipos de unidades económicas campesinas artesanales, las encontramos en las tres localidades que se estudian. La tercera unidad económica, es la considerada como especializada, que además de usar fuerza de trabajo familiar compran ajena (contribuyendo para que la organización del trabajo se dé en base en la calificación y capacitación), usan tecnología compleja y producen ara obtener excedentes que invierten y reinvierten. Estas unidades artesanales son las que producen para el mercado de exportación, casos que son el objeto de estudio de la presente investigación.

## **12. PROBLEMÁTICA GENERAL DE LAS UNIDADES ECONÓMICAS ARTESANALES DE CAPULA, TZINTZÚNTZAN Y ZINAPÉCUARO**

La problemática que enfrentan las unidades artesanales es amplia y compleja. Son varios los factores que inciden en la aguda situación que hoy viven de las unidades económicas artesanales. Una de las principales problemáticas que tiene el sector, es el referido al financiamiento, carencia de planes para el futuro, falta de una visión empresarial, falta de asistencia técnica, información financiera incompleta y un sin número de problemas que nos llevan a analizar su difícil situación.

En seguida, consideramos los principales aspectos problemáticos que enfrenta la actividad artesanal en orden de importancia de las localidades en estudio:

- 1.- No tienen acceso al crédito financiero (público o privado), por la poca confianza en el uso y el retorno de los respectivos recursos.
- 2.- Carecen de apoyo técnico y orientación profesional, tanto para la producción como para la organización de la inversión derivada del crédito.
- 3.- Carecen de una visión empresarial que las lleve a tener una mejor organización en sus procesos productivos y por ende de sus ganancias.
- 4.- Carecen de acceso a la tecnología indispensable para el desarrollo de la actividad artesanal.
- 5.- Presentan problemas de embalaje por la fragilidad de los productos y para ello se necesita de un empaque profesional para su traslado.
- 6.- Se enfrentan a la disminución de ventas, primero por la fuerte competencia extranjera desleal (productos asiáticos) y segundo, por la desconfianza del cliente (nacional e internacional), dado que la mayor parte de sus productos contienen plomo.
- 7.- Se enfrentan al cacicazgo artesanal local por el aumento de intermediarios que disponen de capital y transporte para vender sus propios productos en mercados importantes.

8.- Se ubican en zonas marginadas, no llevan un control de sus operaciones, sus dueños y trabajadores cuentan con un grado de formación educativa mínima y los ingresos que generan son escasos.

9.- La resistencia al cambio, por tratarse de grupos más cerrados y con características indígenas.

10.- El clima de inseguridad que impera en el estado y en el país desde inicios del 2004, ha repercutido notablemente en la afluencia del turismo nacional e internacional.

Sobre las limitantes que presenta el sector artesanal, observamos que la problemática que enfrentan los artesanos es amplia y compleja. Con estas condiciones, se exhibe que la mayoría de los productores no reúne ni las mínimas condiciones para producir para mercados externos. Además los productores no tienen la información necesaria para establecer conexiones con consumidores potenciales, además de que se desconoce sobre los requisitos y trámites para la exportación. Es decir, el sector artesanal, no presenta condiciones reales como para producir para un mercado competitivo, ya que la falta sobre todo de una visión más empresarial y de financiamiento principalmente, impiden su desarrollo.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS DE ARTESANÍAS ESPECIALIZADAS EN LOCALIDADES MICHOACANAS Y PIURANAS**

En el presente capítulo, realizamos un análisis detallado de las principales características productivas en relación a los seis estudios de caso especializados. Hacemos una amplia descripción histórica en cada uno de los casos, resaltando sobre todo sus aspectos productivos e innovativos que han llevado a estos talleres a situarse dentro de un entorno más competitivo y desde luego cerca de mejores mercados.

Además, presentamos un análisis comparativo sobre las condiciones productivas en que opera un taller artesanal especializado versus una unidad económica atrasada; para este análisis elegimos un taller atrasado de la localidad de Capula.

Subsecuentemente, presentamos un ejercicio económico para visualizar la forma en que los talleres especializados maximizan su beneficio económico; para este ejercicio elegimos el caso artesanal de Don Ladislao Martínez.

Finalmente, damos a conocer desde nuestro punto de vista, algunos cambios culturales que se han originado por la globalización a partir de los años ochenta; cambios que sin duda ha impactado en la actividad artesanal; además de presentar las limitantes productivas que se visualizan en los casos especializados.

#### **1. ANÁLISIS DE LOS ESTUDIOS DE CASO**

##### **1.1 Caso uno. Vajillas Finas “El Colibrí”**

El taller de artesanías finas “El Colibrí” nace en el año de 1981, es decir, hace 29 años, precisamente en la década perdida. Su propietaria es la señora Blanca Estela Pineda, la cual tiene 53 años de edad. Es madre de 3 hijos; Iván, René y Roberto, todos ellos también dedicados a la actividad artesanal. La señora Blanca

como todos la conocen en el medio artesanal, nació en la ciudad de México y a sus 3 años de edad sus padres la trajeron a vivir a la localidad de Capula, tierra donde nacieron sus padres y abuelos. Sus padres nunca fueron artesanos ni campesinos, pero la influencia de vivir en un pueblo alfarero hizo que pronto encontrara su vocación productiva y precisamente en el ramo artesanal. Fue así que desde joven, empezó a trabajar el barro en casa a pequeña escala y aprendiendo de las vivencias de los propios artesanos del pueblo. En sus inicios, su producción solo se dirigía en la elaboración de cazuelas y ollas chicas, pues era el producto que se demandaba para el mercado local y el cuál era vendido al menudeo en la región casa por casa y en las calles de Morelia.

El vivir en medio de ollas, cazuelas, macetas y de artesanos, Doña Blanca rápidamente aprendió el oficio de la artesanía, comenta que desde su niñez su pasión y su sueño ha sido la de producir artesanías. Una de sus principales potencialidades que tiene la señora Blanca, es la de tener gran habilidad para la venta de sus productos en diferentes mercados, además de tener gran capacidad de gestión sobre todo en créditos para la producción en instituciones públicas y privadas como CASART, FONART y otras. Es una persona preocupada en producir y cuidar la cultura local, el de generar empleo, pero sobre todo el de ofrecer calidad y mantener vivas las tradiciones de Capula. Es una mujer sumamente trabajadora, inteligente, capaz y emprendedora, lo cuál le ha permitido poco a poco ir ganándose el reconocimiento en el medio artesanal como una de las artesanas más exitosas de Michoacán, en el medio nacional e inclusive con fama internacional.

Cuando fueron creciendo sus tres hijos, todos fueron desarrollándose en medio de la artesanía con la enseñanza de su madre. Cuando su hijo mayor ya era un joven, decide mandarlo a especializarse en cerámica en alta temperatura.

Fue a partir de este momento cuando el taller artesanal “El Colibrí” se especializa en vajillas de exportación que van desde un precio de 2,000 a más de 60,000 pesos, según el tamaño y el diseño con la técnica “punteada” o “capulineda”. Una vez que este taller se especializa en artesanías a la alta temperatura, la

producción es reorganizada con un nuevo esquema de producción. Se deja de producir en casa y se reubica el taller en el entronque a la entrada de Capula. Pero este no fue el único cambio, al taller fue construido pensando en darle una nueva organización, es decir, con una área para cada etapa productiva y con una área de exhibición. Debe decirse que con esta nueva esfera productiva, también cambiaron los insumos y las herramientas de trabajo, pero lo que no se cambia y tal vez nunca cambiará y que además, se guarda celosamente, son los signos culturales: el pintado manual.

Una vez reorganizada la planta productiva de “El Colibrí”, se opta por producir productos en cerámica a la alta temperatura en horno de gas con capacidad de temperatura de 1500 °C, pero quemados a más de 1200 °C y a dos quemas. Con este nuevo esquema de producción e innovación, la producción dio un giro importante, ahora el 95% de los productos son de cerámica y solo el 5% son de barro, aunque cuando la demanda así lo requiere, se recurre a la materia prima original (barro). Los motivos que llevaron a este cambio productivo se deben a que la cerámica a diferencia del barro, es un material más manejable hablando productivamente y tal vez deja al artesano un valor agregado mayor.

El nuevo modelo de especialización productiva que adopta el “El Colibrí” a partir de mediados de los noventas, permitió abrir un abanico de oportunidades de crecimiento productivo para la unidad económica artesanal. A pesar de las restricciones tecnológicas que toda empresa enfrenta para producir, este taller ha sido capaz de innovarse y mantenerse a la vanguardia del mercado competitivo, ya que sus productos reúnen las mas exquisitas exigencias tanto del mercado como de los clientes, ya que son elaborados con materias primas libres de plomo. Actualmente artesanías finas “El Colibrí” se ha especializado en gran variedad de vajillas finas de exportación, pero ha diversificado su producción en cazuelas, tarros, ceniceros, juegos de café y otros.

Dicha especialización ha contribuido a que el taller “El Colibrí”, fuera objeto de innumerables convocatorias para participar en concursos locales, regionales y nacionales en el campo de la alfarería, logrando ganar un importante numero de

reconocimientos, todos en productos de vajillas decoradas con la técnica punteada o capulineada, (ver cuadro 26):

<b>Cuadro 26. Número de reconocimientos del taller de artesanías finas “El Colibrí”.</b>			
Primeros lugares	Segundos lugares	Terceros lugares	Total
15	15	3	33
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.			

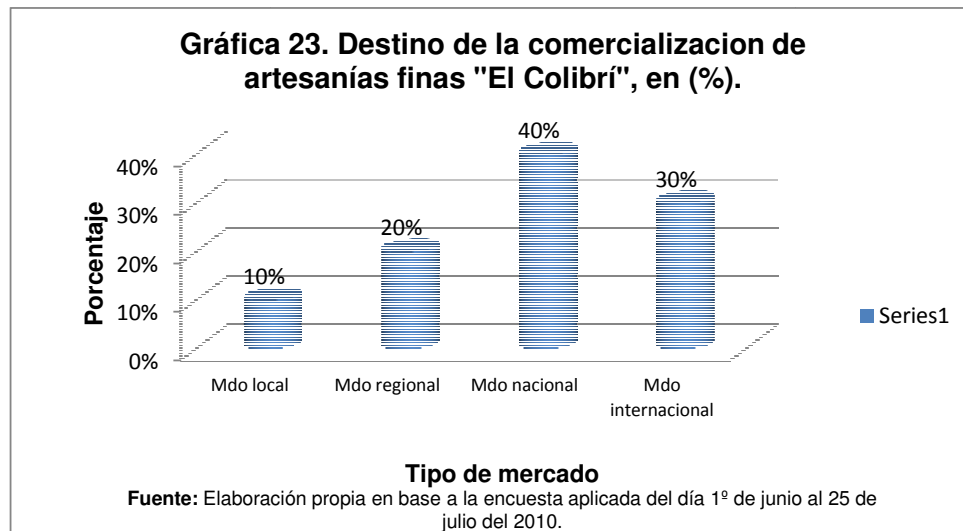
En los años ochentas, cuando inicia dicho taller, se comienza trabajando con tres miembros familiares (la dueña y dos hijos). Para el 2007, la unidad artesanal alcanza su mayor número de trabajadores con un total de 6, de los cuales 4 eran miembros familiares y 2 asalariados. Para el 2010, debido a la crisis internacional, las condiciones productivas se estancaron notablemente y del mismo modo el número de trabajadores, el cual se redujo de 6 en el 2007 a solo 4 para el 2010. En la siguiente tabla podemos observar más claramente esta evolución (ver cuadro 27):

<b>Cuadro 27. Numero de empleados familiares y asalariados en el taller de artesanías finas “El Colibrí”.</b>					
<b>1981</b>		<b>2007</b>		<b>2010</b>	
Familiares	No familiares	Familiares	No familiares	Familiares	No familiares
3	0	4	2	4	0
Total = 3		Total = 6		Total = 4	
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.					

Los datos anteriores tienen un significado importante: en primer lugar, a pasar de que el numero de trabajadores se reduce de 6 a 4 en el 2007 y 2010, se entiende que de cada trabajador empleado ya sea familiar o asalariado, lleva un ingreso

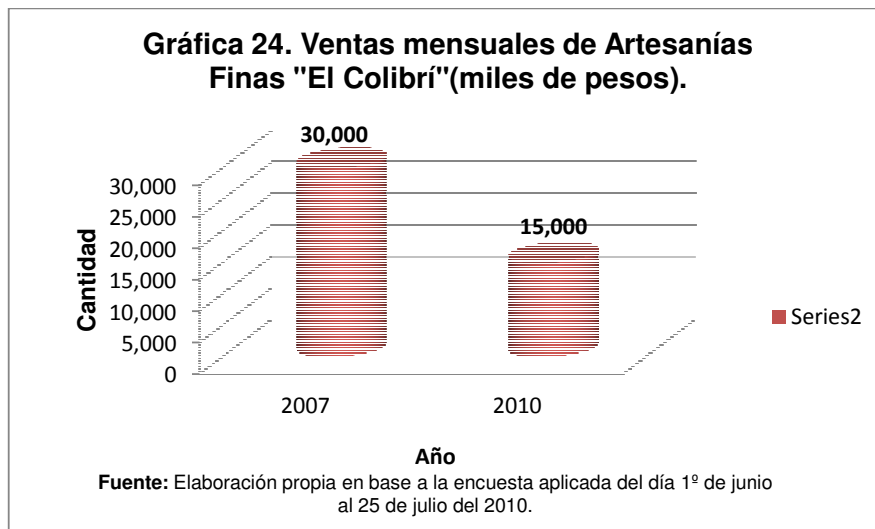
para su familia de donde el depende, además el de poder producir artesanías por su cuenta para su beneficio en sus ratos libres y con la misma capacitación. Sobre la jornada laboral, cada trabajador (familiar o asalariado) labora en promedio 7 horas ganando aproximadamente entre 2000 y 3000 pesos mensuales, que a diferencia del 2007, trabajando las mismas horas, un asalariado ganaba entre 3,500 y 5,000 pesos, reflejo de mejores condiciones que prevalecieron antes de crisis del 2009.

Sobre la comercialización del producto, este se vende por pedidos principalmente a la CASART, FONART, ferias regionales y nacionales, clientes internacionales y desde luego en el mercado local (área de exhibición del propio taller). Sobre el destino de la comercialización de los productos artesanales, el taller “El Colibrí” tiene los siguientes clientes potenciales (ver gráfica 23):



Cuando la señora Blanca vende productos a clientes internacionales, ella misma se encarga de facturar a nombre del Registro Federal de Contribuyentes (RFC) “El Colibrí”, ya que está registrada en la Secretaría de Hacienda como pequeño contribuyente a nombre de su hijo menor Oscar René Hernández Pineda y con la Razón social “El Colibrí”, en otros casos, cuando la demanda de productos sea muy grande y el cliente así lo requiera, se facturan a nombre de la CASART del Gobierno del Estado.

El taller “El Colibrí”, en el año 2007 registró un volumen de ventas por alrededor de \$30,000 pesos mensuales, cantidad que se redujo a \$15,000 en el 2010 por los efectos de la crisis internacional y afectó a toda la planta productiva nacional, (ver gráfica 24):



Sobre los competidores que tiene el taller “El Colibrí”, encontramos que son de tipo regional, nacional e internacional. En lo referente al mercado regional, el taller artesanal localizado en la misma localidad de Capula y propiedad de Fernando Ruiz, es el principal competidor, ya que produce objetos con características similares aunque éstos son producidos con una sola quema y son menor calidad. En cuanto a lo nacional, la empresa LAVATEL con sede en Dolores Hidalgo también compite con productos como vajillas aunque los diseños y el pintado manual es diferente; y finalmente, no podríamos dejar de mencionar a los productos chinos que aparecen por todos lados, ofreciendo gran variedad de productos a bajos costos y de menor calidad aunque ya no son hechos a mano, (ver cuadro 28):

**Cuadro 28. Competidores del taller “El Colibrí”.**

Regional	Nacional	Internacional
Fernando Ruiz (Capula)	Empresa LAVATEL (Dolores, Hidalgo)	Productos chinos
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.		

### 1.2 Caso dos. Artesanías Finas “El Nuevo Colibrí”

El taller denominado el “nuevo colibrí” nació hace 7 años pero con una experiencia de 15 años atrás. Su propietario es el joven Iván González Pineda, hijo de la exitosa artesana Blanca Pineda. El “Nuevo Colibrí”, es un taller que se caracteriza por tener tecnología de punta y tal vez el más especializado de los estudios de caso que aquí analizamos. También es el artesano más joven y habilidoso en el quehacer artesanal. Este taller se encuentra ubicado atrás de la Secundaria Federal de la localidad de Capula.

El joven Iván, como muchos lo llaman en el medio artesanal, desde sus 15 años se fue a estudiar a la Ciudad de Toluca, Estado de México, la carrera técnica en Alfarería Avanzada en MOA (Alfarería Vidriada Floreada o Capulineada), obteniendo el diploma de Técnico Ceramista y hace tres años que logró también concluir sus estudios de secundaria en el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) con sede en Capula.

Los estudios de Iván ha abierto la perspectiva de visualizar objetivos más ambiciosos en el campo de la artesanía tanto en su taller como en el de su señora madre “El Colibrí”.

Iván tiene dos hermanos (René y Roberto), de los cuáles se distribuyen en los dos talleres para apoyar la producción tanto al taller “El Colibrí” y “El Nuevo Colibrí”. La técnica artesanal que se utiliza es la punteada o capulineda y la flor de colibrí que son las dos técnicas más tradicionales del pueblo de Capula.

A Iván le ayuda su esposa y su hermano Roberto que además de ser familiares dominan perfectamente todo el proceso productivo y se apoya de personal asalariado que contrata de tiempo completo a destajo, además de que frecuentemente manda maquilar (con dos o tres artesanos) piezas de vajillas.

El “Nuevo Colibrí” es un taller pujante que ha venido creciendo tanto en producción como en número de trabajadores tanto familiares y asalariados. En el 2003, año en que nace, solo laboraban Iván, su esposa y su hermano Roberto, pero gracias a su especialización ésta unidad poco a poco fue atrayendo clientes tanto nacionales como internacionales. Para el año 2007, ya laboraban 7 trabajadores en la microempresa (3 familiares y 4 asalariados).

Para el año del 2010 la demanda de productos se contrajo por los estragos de la crisis internacional suscitada en el 2009 y se obligó a que se despidieran a 2 trabajadores asalariados quedando solo dos (ver cuadro 29).

<b>Cuadro 29. Número de empleados familiares y asalariados en el taller de artesanías finas “El Nuevo Colibrí”.</b>					
<b>2004</b>		<b>2007</b>		<b>2010</b>	
Familiares	No familiares	Familiares	No familiares	Familiares	No familiares
3	0	3	4	3	2
Total = 3		Total = 7		Total = 5	
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.					

El “Nuevo Colibrí” es uno de los talleres técnicamente más especializados y competitivos en alfarería de barro y cerámica tanto de la localidad Capula y tal vez en Michoacán. Sus productos son totalmente libres de plomo y con la resistencia adecuada para ser exportados a cualquier mercado del mundo. Su cocción tiene que ver con dos quemas a una temperatura de más de 1200°C, proceso que hace que el producto sea más ligero y de mayor calidad. Productos “libres de bióxido de

plomo” que pasan las normas de calidad “NOM” marcadas por la Secretaria de Salud.

Iván ha construido un taller artesanal donde ha distribuido organizadamente las áreas productivas para cada proceso de la producción. Esto le ha permitido que los procesos productivos sean más rápidos y con un costo menor.

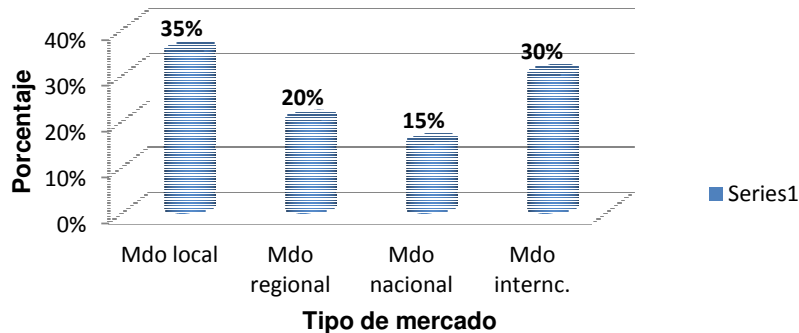
El principal mercado de “El Nuevo Colibrí” tiene que ver con el mercado local, regional, nacional e internacional.

En el mercado local, Iván tiene instalado un puesto de artesanías en el interior del mercado de Capula, en donde se ofrecen productos para el cliente local y en donde participan más de 70 artesanos miembros todos ellos de la Organización de Artesanos de Michoacán con sede en Capula. Dicha organización tiene la misión del apoyo mutuo entre artesanos y de la vinculación de mejores mercados.

Sobre el mercado regional, son las ferias regionales y nacionales las que impulsan una parte de la comercialización de las artesanías de este taller. Por ejemplo, el día de muertos se asiste a la feria celebrada en Pátzcuaro y en semana santa a la de “Domingo de Ramos” en Uruápan.

Sin embargo, el mercado internacional es una fuente de divisas importante que estimula la comercialización en el “Nuevo Colibrí”. Sus productos son exportados a diferentes mercados del mundo a través de instituciones gubernamentales como CASART, FONART y otras. La distribución de la comercialización hacia los diferentes mercados puede verse en la siguiente figura 25:

**Gráfica 25. Destino de la comercialización de Artesanías Finas "El Nuevo Colibrí", en (%).**



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.

Puede verse en la gráfica anterior, que el taller “El Nuevo Colibrí” tiene acceso prácticamente a todos los mercados. En el mercado local sus ventas tienen que ver con un 35% (ventas de piezas sueltas). El mercado regional y nacional también tienen importancia en la comercialización, existen grandes restaurantes en Monterrey, Guadalajara, Puerto Vallarta, etc., que demandan utilería para la cocina y que se compra aquí en este taller artesanal.

En el mercado internacional se vende el 30% de la producción ya sea por pedidos de instituciones gubernamentales, o por solicitudes de clientes internacionales. Cuando los pedidos se van al extranjero, los trámites de facturación se hacen a nombre del taller “El Colibrí” de Blanca Pineda (madre de Iván) o bien a nombre de Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado y en donde el cliente se hace responsable de los costos de transacción.

Debe decirse que la CASART, SEDECO, FONART y otras, funcionan como intermediarios en la comercialización de las artesanías y se han convertido en el principal acaparador o intermediario oficial de estas unidades artesanales especializadas.

“El Nuevo Colibrí” es un taller artesanal con proyección y visión de mercado. A partir del año 2007, ha diversificado su artesanía. Además ha lanzado al mercado,

productos artesanales rústicos de madera llamados “baúles joyeros”, los cuáles son vendidos a la Casa de las Artesanías del Gobierno de Michoacán, objetos artesanales que son fabricados por el mismo personal (tanto familiar y asalariado) del taller.

Para finalizar, diremos que el taller “El Nuevo Colibrí” opera con las mismas características productivas y tecnológicas que el caso anterior (El Colibrí), porque son talleres íntimamente familiares que mantienen estrechamente relaciones de producción.

### **1.3 Caso tres. Artesanías Finas “Ladislao Martínez”**

Ladislao Martínez, es conocido como uno de los mejores alfareros de Michoacán y de México. Tiene 71 años y como muchos mexicanos no tuvo la oportunidad de ir a la escuela. Aprendió a leer y escribir con el apoyo de su esposa y de sus hijos. Nació en el Barrio de San Miguel del pueblo de Capula, sus padres fueron campesinos y alfareros por tradición como la mayoría de los habitantes del lugar. Desde pequeño empezó a trabajar tanto en las labores del campo como en el tradicional oficio de la alfarería, apoyado con un horno de leña tradicional.

Ladislao Martínez se siente orgulloso de lo que ha logrado. Tiene una familia que lo respalda, es padre de 5 hijos (Sergio, Juan Mauricio, Leonel, Francisco y Olga Lidia), todos artesanos; además de tener 5 nietos que también participan en el proceso productivo de su taller. Toda su familia, es ejemplo de talento y trabajo en el barro y la pintura, para crear verdaderas obras de arte.

El hogar de Ladislao Martínez, además de ser una unidad económica artesanal y campesina, es un centro de enseñanza y aprendizaje que contagia a toda la familia. Es un hombre en apariencia cansado, pero con plena lucidez y una excelente memoria, ejemplo para las nuevas generaciones.

Durante su juventud, y ya casado, siguió trabajando la alfarería tradicional de Capula, produciendo principalmente ollas, las cuáles comercializaba al vecino estado de Guanajuato.

Fue en 1970, tenía entonces 31 años de edad cuando dejó de producir ollas y cazuelas tradicionales, decoradas solo con una mancha de cobre y comenzó a experimentar en el diseño de nuevos moldes y colores, e inspirado con su propia genialidad y en nuevas técnicas que aprendió de maestros que vinieron de Tlaquepaque y Tonalá, Jalisco, a enseñar a la localidad. Fue a partir de ese momento cuando Ladislao poco a poco empezó a decorar con más calidad, empezando a ganar premios en concursos locales y estatales. La habilidad en el pintado es una de las principales características de Ladislao, utilizando la técnica del punteado fino y capulineado (en mariposas, peces, colibrí y margaritas), las técnicas más tradicionales de Capula.

El liderazgo de Ladislao, pronto lo llevó a ocupar la presidencia de la Unión de Artesanos de la localidad, puesto que aprovechó para formar un grupo solidario para capacitar a artesanos locales y regionales en nuevas técnicas de producción. Con piezas mejores elaboradas fueron abriéndose mejores caminos de comercialización y nichos de mercado en tiendas como Liverpool, Comercial Mexicana, Aurrerá y Soriana, en ese entonces situadas sobre todo en el Norte del país. La demanda era importante, no solamente en el mercado nacional, sino que con pasos firmes, fue atrayendo clientes internacionales, y eso orilló a que él adquiriera un horno de gas.

Al inicio de los ochentas, con la política industrial que impulsa el entonces gobernador de Michoacán, Ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Ladislao Martínez adquirió un horno de gas, uno de los varios equipos que el gobernador repartió, dichos hornos tienen capacidad para quemar a más de 1200°C. Muchos artesanos tuvieron la desconfianza y no aceptaron los hornos, pensaron que no servirían. Ladislao fue de los primeros en utilizar dicho horno y en capacitarse para su manejo, ya que este apoyo vino acompañado de cursos con personal especializado directamente de la Ciudad de México.

Fue así como la artesanía de Ladislao tiene un auge importante, ganando un gran número de premios a nivel nacional, situación que acaparó la atención de un gran número de clientes originarios de Holanda, Alemania, Canadá y Estados Unidos, interesados en adquirir ollas, vajillas, platones y otros recipientes decorados con la técnica del punteado y algunos con el diseño de “el pescado blanco” inspirado en el lago de Pátzcuaro.

A principios de los años noventas, los artesanos del país fueron objeto de una promoción negativa por problemas en la producción con insumos con plomo. El gran liderazgo de Ladislao lo llevó a formar parte de una organización nacional que obligó al entonces Presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari, a generar acciones para revertir la publicidad negativa, ya que esto fue ocasionado, manifiesta Ladislao, “fue cosa de política pagada por otras empresas debido al crecimiento que se veía de nuestros productos, ya que Capula tenía ya un prestigio internacional y surtíamos a grandes tiendas comerciales”.

Con las acciones emprendidas por Carlos Salinas de Gortari, la artesanía poco a poco fue retomando la confianza y su lugar en el mercado.

La calidad y la inspiración original en el pintado son las principales fortalezas de Ladislao Martínez, eso lo ha llevado a ganar importantes reconocimientos de talla nacional, uno de ellos y el más importante, es el que gana en el año de 1994 como autor de la pieza más sobresaliente en el 15° Premio Nacional de Cerámica, celebrado en el marco de las fiestas de Tlaquepaque, Jalisco, entregado por el Presidente en turno, Carlos Salinas de Gortari.

Dentro de los premios locales, regionales y nacionales que Ladislao Martínez ha ganado, pocos son los artesanos que pueden presumir los logros que se han ganado, ya que gracias a su fama ha participado en las ferias nacionales de Puebla, Toluca, Acapulco, Querétaro, Monterrey, Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá, etc., obteniendo el 55 reconocimientos (regionales, estatales y nacionales), incluyendo el premio presidencial, (ver cuadro 30):

<b>Cuadro 30. Número de reconocimientos del taller de artesanías Finas “Ladislao Martínez”.</b>			
Regionales	Estatales	Nacionales	Total
5	50	1 (presidencial)	56
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.			

El auge de las artesanías de Ladislao Martínez, tiene que ver además, y como se mencionó anteriormente, al impulso y fomento productivo puesto en marcha en los años ochentas con la política industrial desarrollada por Cuauhtémoc Cárdenas (1980-1986). Dicha política se encargó de mejorar las condiciones productivas del artesanado y de promoverlas en el mercado interno e internacional. Apoyos que llevaron a Ladislao a realizar varios cursos en la ciudad de México, pagados por el Congreso de la Unión. Con esta fama nacional e internacional, sus obras son conocidas en la República Mexicana y desde luego son exhibidas en museos en el extranjero, como Alemania, Holanda, Estados Unidos y otros países, siendo seleccionado además por su labor curricular, para alustrar paginas del “wer den ton bese it” (catálogo artesanal mexicano) editado en Alemania, que es una publicación específica sobre el peculiar puntillismo de caracteriza a la tradicional artesanía de Capula.

Actualmente, el taller de Ladislao Martínez, se caracteriza por tener 13 miembros familiares trabajando en el interior del taller (su esposa y él, 5 hijos, 5 nietos y su yerno), ver el cuadro siguiente:

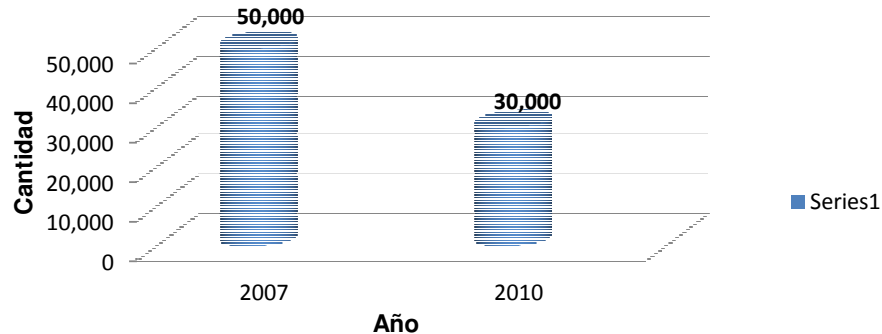
**Cuadro 31. Número de empleados familiares y asalariados en el taller de artesanías finas “Ladislao Martínez”.**

1970		2007		2010	
Familiares	No familiares	Familiares	No familiares	Familiares	No familiares
7	0	11	0	13	0
Total = 7		Total = 11		Total = 13	
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.					

Cuando Ladislao inicia su taller por su propia cuenta en 1970, una vez casado, comienza con sus tres hijos y su esposa, sumando un total de 7 miembros familiares. Para el 2007, antes de la crisis internacional que inicia en el 2008 y hasta ahora no ha terminado, se tenían 11 familiares y finalmente para el 2010, el número de familiares ha pasado de 11 a 13 artesanos. Como vemos, el taller de Ladislao se compone de una familia extensa y completa. Ahí participan desde los hijos, nietos y yernos (sin contar a los niños pequeños). Todos los hijos de Ladislao son casados y aunque tengan un hogar independiente, todos participan en la unidad económica artesanal. Los familiares de Ladislao, tienen un promedio educativo de estudios de secundaria y por lo general, todos pueden realizar las mismas actividades en el proceso productivo, aunque como por ejemplo, el traslado del barro y amasado del mismo, se requiere de una mayor fuerza física, es el hombre quien desarrolla dichas actividades.

El ingreso de un trabajador en este taller asciende a un promedio de \$2000 a 3,500 pesos mensuales, ingreso que se obtiene del beneficio de las ventas de ollas, cazuelas, platones, vajillas y otros productos. Debe decirse, que la crisis internacional de 2009 ha impactado fuertemente la economía artesanal. Las ventas han caído casi en un promedio del 40% en comparación con el año del 2007, (ver gráfica 26).

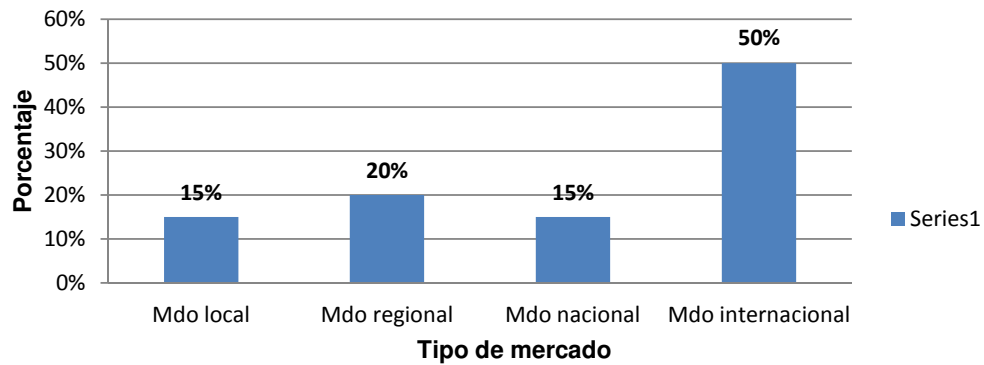
**Gráfica 26. Ventas mensuales de Artesanías Finas "Ladislao Martínez", 2007-2010 (miles de pesos).**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.

En cuanto a la comercialización de las artesanías de Ladislao Martínez, puede verse la gráfica 27.

**Gráfica 27. Destino de la comercialización de Artesanías Finas "Ladislao Martínez", en (%).**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.

Las artesanías de Ladislao Martínez, tienen importante presencia en el mercado internacional, la mitad de producción son vendidas precisamente a clientes internacionales que en su gran mayoría las demandan por pedidos o en su caso llegan a la puerta de su casa a comprarlas, por ejemplo, el próximo 5 de agosto varias piezas serán trasladadas a Cancún, Quintana Roo, para que de ahí una

parte de ellas sean exhibidas al turismo internacional y el resto se traslade a otros países.

#### **1.4 Caso cuatro. Artesanías Finas “Cerámica Tzintzúntzan”**

El taller artesanal “Cerámica Tzintzúntzan”, propiedad del artesano Luis Manuel Morales Gámez, nace en el año de 1984, pero con la experiencia de más de 50 años, con la tradición del paso de varias generaciones dedicadas a la producción artesanal. Luis Manuel Morales es un artesano de 48 años y su taller lo tiene ubicado entre las calles Tariácuri y Hospital s/n, en el interior de la Capilla Abierta de la parroquia general del pueblo de Tzintzúntzan. Tiene 6 hermanos (de los cuales, 4 son hombres y 2 mujeres). Es el segundo hijo de la familia, y todos se dedican actualmente a la alfarería. Es el artesano de los cinco estudios de caso que estamos analizando, el que tiene académicamente hablando, más estudios. Cursó hasta el 5° semestre de la carrera de Economía en la Universidad Michoacana y hace 10 años fue que terminó la carrera en Psicología Educativa en el Instituto Michoacano de Ciencias de la Educación (IMCED).

Cuando Luis Manuel estudiaba la carrera de economía, él tenía dos opciones: el terminar la carrera o dedicarse de lleno a lo que más le gustaba (el seguir trabajando el barro). Sin pensarlo dos veces tuvo que abandonar su carrera para dedicarse a lo que le apasiona: la artesanía.

Luis Manuel Morales es padre de 4 hijos (1 hombre y tres mujeres), los cuales también desarrollan la actividad artesanal, además de tener actualmente a 3 trabajadores no familiares que trabajan por horas y a destajo (que dan un total de 9 miembros), ver cuadro siguiente:

**Cuadro 32. Número de empleados familiares y asalariados en el taller de Artesanías Finas “Cerámica Tzintzúntzan”.**

1970		2007		2010	
Familiares	No familiares	Familiares	No familiares	Familiares	No familiares
0	9	6	3	6	3
Total = 9		Total = 9		Total = 9	

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1<sup>o</sup> de junio al 25 de julio del 2010.

Tradicionalmente, este taller surge en 1984 con el apoyo de la Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado con el programa de los llamados “Talleres Escuela” con el apoyo del gobierno que encabezaba el Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano. En ese entonces había más de 40 talleres escuela distribuidos en todas las comunidades indígenas del estado.

El taller comunitario de Tzintzúntzan, inició con 7 alumnos y 2 maestros especialistas en torneado y alta temperatura que vinieron de la ciudad de México. Se trataba de un proyecto comunitario de capacitación e impulso de la artesanía de la región con el objetivo de mejorar las condiciones productivas del ramo artesanal, proyecto en el cuál Luis Manuel Morales fue capacitado.

El proyecto comunitario solo se mantuvo aproximadamente una década y a principios de los años noventas con el cambio de autoridades estatales los apoyos fueron retirados.

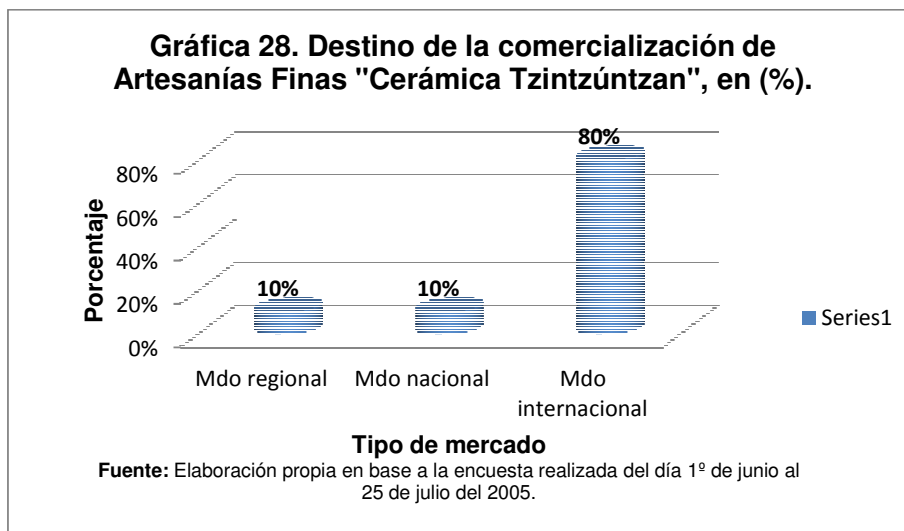
Fue a partir de esos años cuando el artesano Luis Manuel Morales se hace cargo del antiguo taller comunitario reactivando su producción, aunque ya con sus propios recursos.

Luis Manuel Morales, es un artesano que se distingue por su gran liderazgo social, en el periodo de 1989 al 2006 fue presidente de la Unión de Artesanos de Tzintzúntzan y de 1996 a 1998 Presidente Estatal de la Unión de Artesanos de

Michoacán (UARM), liderazgo que le permite seguir trabajando en el antiguo taller comunitario del interior de la parroquia del lugar, aunque ahora como un taller particular.

Ha realizado varios cursos nacionales e internacionales sobre diseño artesanal. Uno de los más destacados, es el que cursó en 1995 denominado Curso "Daniel Rubín de la Borbolla" en Pátzcuaro, Michoacán, con el apoyo de la Casa de las Artesanías y otras instituciones. También ha recibido cursos sobre las PyMEs en México, Guatemala y otros países de América Latina con ayuda del Banco Mundial.

Su preparación académica, le ha permitido tener una mejor visión de mercado por un lado; por el otro, esto ha incidido a que sus productos estén cerca de los gustos y preferencias del consumidor. Es así, que los productos que vende, tienen un amplio reconocimiento del turismo internacional. El 80% de su producción total se consume por el cliente internacional, ya sea por pedidos o cuando el cliente llega directamente a la puerta de su taller para demandar el producto (ver gráfica 2).



Luis Manuel Morales, es otro de los artesanos especializados que se distingue por tener un importante número de reconocimientos en el quehacer artesanal. Gracias

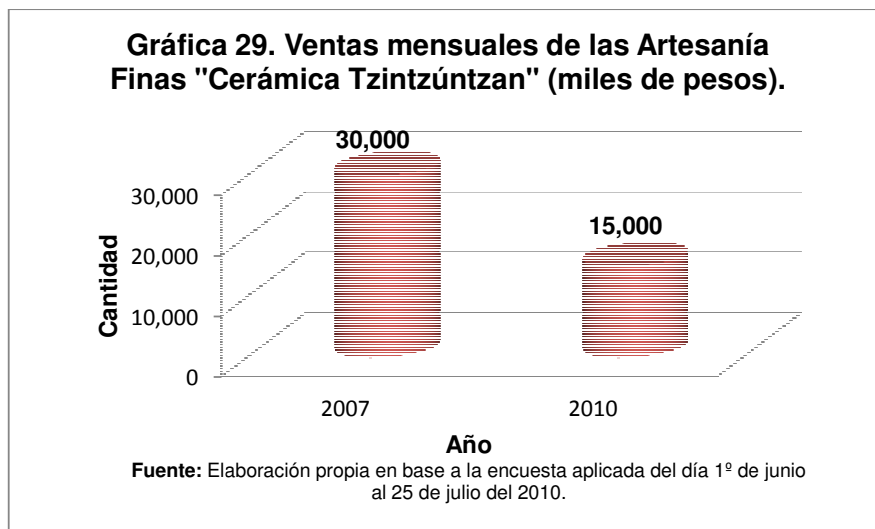
a su habilidad e ingenio en la innovación del producto, ha logrado obtener 40 premios en jarrones y ensaladeras principalmente, (ver cuadro 33).

<b>Cuadro 33. Número de reconocimientos del taller de artesanías Finas "Cerámica Tzintzúntzan".</b>			
Regionales	Estatales	Nacionales	Total
17	20	3	40

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.

En su trayectoria como artesano, se destacan los reconocimientos regionales y estatales con 17 y 20 y solo 3 nacionales.

Con respecto a las ventas de artesanía, debe decirse que en el año 2007 éstas ascendían a más de \$30,000.00 pesos mensuales, situación que cambió para el 2010, descendieron a \$15,000.00 pesos (50% menos). Los factores que incidieron en la caída de las ventas fue la contracción de los mercados internacionales sobre todo, por el estallamiento de la crisis internacional suscitada en el año del 2009, (ver gráfica 29).



### 1.5 Caso cinco: Artesanías Finas “Hernández Cano, 1815 Tradición”

El taller de artesanías “Hernández Cano, 1815 Tradición” nace en el año de 1996 pero con una tradición familiar desde antes del siglo XVIII. Está ubicado en la calle Leona Vicario No. 301 de la Colonia Revolución, localizado en el municipio de Zinapécuaro, Michoacán. Es propiedad de la extensa familia Hernández Cano, integrada actualmente por 18 miembros familiares, (ver cuadro 34).

<b>Cuadro 34. Número de empleados familiares y asalariados en el taller de Artesanías Finas “Hernández Cano, 1815 Tradición”.</b>					
<b>1996</b>		<b>2007</b>		<b>2010</b>	
Familiares	No familiares	Familiares	No familiares	Familiares	No familiares
6	0	18	0	18	0
Total = 6		Total = 18		Total = 18	
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.					

En 1996 eran 6 los trabajadores familiares que participaban en la unidad económica artesanal, para el 2007 debido al crecimiento de la familia, el taller ya contaba con 18, cantidad que para el 2010 sigue siendo la misma.

El taller es dirigido por el liderazgo de Guadalupe Hernández Cano, en el cuál participan hijos, esposas y cuñados sin contar a los niños. De los cinco casos de estudio, éste es el que presenta el mayor número de empleos familiares, además de ser el más tradicional en su proceso productivo.

La familia Hernández Cano, se caracteriza por la unión y amor en el trabajo artesanal, además el de mantener viva la tradición que han heredado sus antepasados. De los 18 miembros que integran y trabajan en el taller, todos saben leer y escribir y en promedio todos han terminado al menos la educación secundaria. Es una familia unida, trabajadora y capaz de elaborar cualquier diseño artesanal que el cliente pida. En la jornada de trabajo, todos dedican en promedio

8 horas al quehacer artesanal, situación que se refleja en una eficiente productividad de los Hernández Cano.

A mediados de los años noventas (cuando nace el taller), este taller empieza produciendo productos relacionados con la cocina (productos utilitarios); actualmente, debido al cambio de los gustos y preferencias del consumidor, produce floreros, jarrones, fruteros, ensaladeras y productos esculturales (ideas locas, figurillas, etc.), pero su especialidad es el hacer jarrones, platos y ensaladeras principalmente. Todos los productos han tenido éxito en el mercado, ya que su pintado manual consiste en utilizar una técnica tradicional llamada “técnica al negativo” (diapositivas manuales en la pieza), la cuál se fue aprendiendo con la propia creatividad del artesano y con la herencia familiar.

La producción artesanal de los Hernández Cano, es elaborada con un barro de color peculiar (color naranja) extraído de la región de Maravatío, Michoacán, municipio vecino del pueblo de Zinapécuaro. Se cuenta con dos hornos de leña y en donde los productos tienen una cocción (de dos quemados) a más de 700°C y con una duración de al menos 6 horas cada uno. Este taller produce con una quemada al mes (dos cocciones por quemada) y si la demanda lo requiere, se tienen hasta dos. Los productos no llevan insumos que contengan plomo.

Los ingresos mensuales en promedio de cada uno de los miembros familiares, asciende entre \$,2000.00 pesos y \$3,500.00, los cuáles son el sustento de cada familia que participa en la producción. La gran mayoría de ellos tienen asistencia social por el Seguro Popular (programa del gobierno federal) a partir del año 2000.

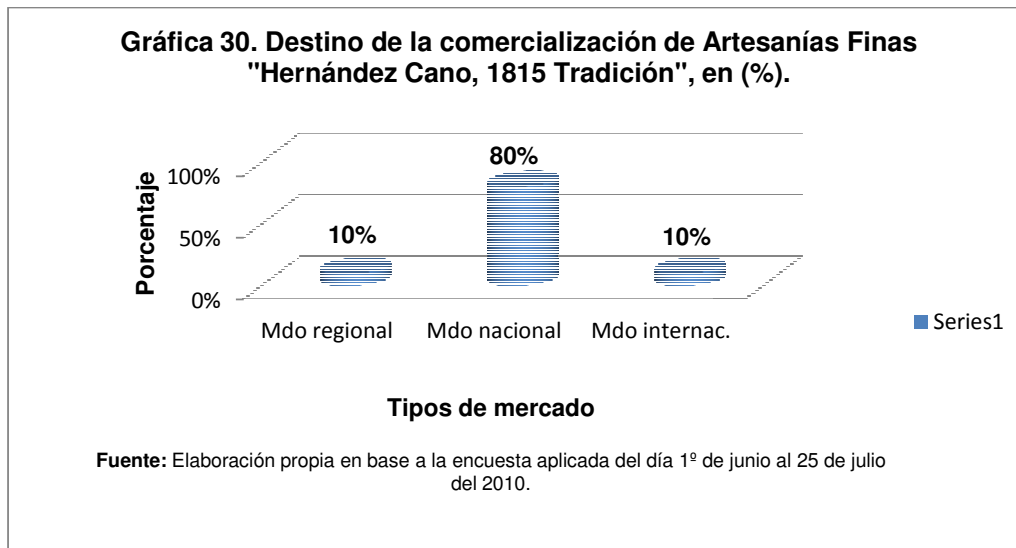
El taller de los Hernández Cano se ha ganado paso a paso el reconocimiento de clientes nacionales e incluso internacionales y esto se demuestra en el gran número de reconocimientos que ha ganado con un total de 40, (ver cuadro 34).

**Cuadro 35. Número de reconocimientos del taller de artesanías Finas  
"Hernández Cano, 1815 Tradición".**

Regionales	Estatales	Nacionales	Total
30	8	2	40

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.

Los Hernández Cano han tenido la habilidad de vincularse con diferentes clientes regionales, nacionales e internacionales gracias a su amplio reconocimiento que se han ganado. Por ejemplo, asisten a las fiestas tradicionales celebradas cada año en el jardín principal de Zinapécuaro con motivo de semana santa, a la de Pátzcuaro en noviembre con motivo del "Día de Muertos" y finalmente, asisten a la feria más tradicional de Michoacán y tal vez a una de las más tradicionales de México, la celebrada cada año el "Domingo de Ramos" en Uruapan, con motivo de la semana santa. La siguiente figura muestra los porcentajes de ventas que se tienen en los diferentes tipos de mercado, (gráfica 30):

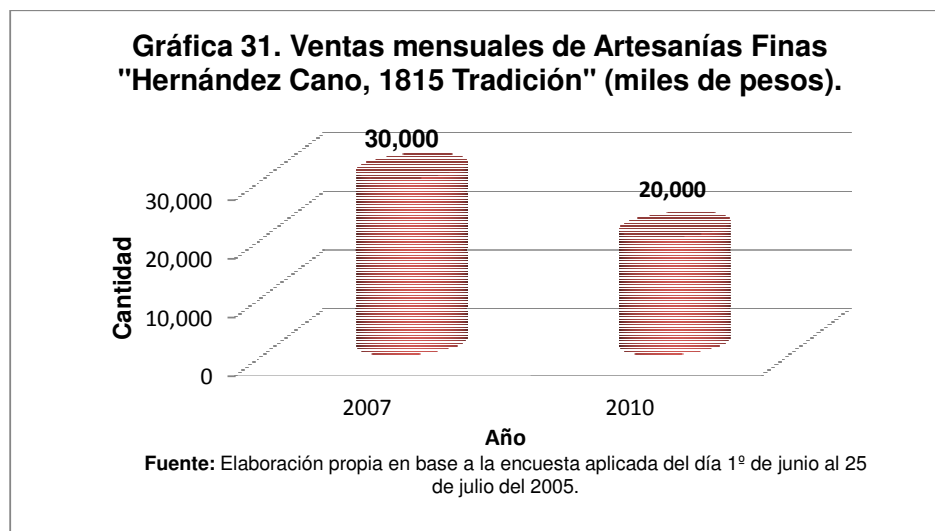


Las artesanías de los Hernández Cano tienen un mercado que se distingue por el nacional. En los últimos años, este taller se ha convertido en uno de los productores que más le vende a la CASART, Secretaría de Desarrollo Económico

(SEDECO) del Gobierno del Estado de Michoacán y FONART del gobierno federal. Entre estas tres instituciones se vende el mayor volumen de producción (80%), seguido del mercado regional e internacional que oscila en 10%. Debe decirse que la CASART y FONART se han convertido en intermediarios oficiales o intermediarios especializados o en su caso como deberían llamarse, “intermediarios de cuello blanco”, y aunque finalmente, esta mercancía de ahí se vende al mercado de exportación.

Sobre el mercado internacional (10%), éste porcentaje tiene que ver con turistas que llegan directamente al taller o hacen pedidos por teléfono para después enviarse a España en Europa y Estados Unidos principalmente.

El volumen de ventas actual comparado con el año 2007, ha tenido una disminución importante por los efectos de la crisis internacional. En el 2007, se registraron ventas por más de \$30,000.00 pesos mensuales, pero éstas han caído notablemente a \$20,000.00 en el 2010, (ver gráfica 31).



Finalmente, los factores esenciales que deben destacarse dentro de estos 5 estudios de caso que hemos analizado en las localidades de Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro, es la reorganización productiva e innovativa que estas unidades han empezado a adoptar en el interior de sus talleres, es decir, empezamos a ver

una idea más empresarial en sus procesos productivos que tienen que ver con lo siguiente:

1. **Área de preparación del barro:** aquí se realiza la preparación del barro o cerámica, lo cuál equivale al molido del barro y mezcla de insumos para que éste se maneje y ponerse en los moldes que son los que dan forma al producto.
2. **Área de torneado:** una vez teniendo lista la mezcla de la materia prima e insumos, se procede a dar forma a la pieza con la ayuda de los moldes que se tienen.
3. **Área de secado:** se extrae la pieza de los moldes y se pasa al área de secado natural para que éstos se sequen y adquieran resistencia.
4. **Área de decoración:** en esta área se fija el ingenio del artesano y se utilizan las diversas técnicas de pintado para que el producto obtenga su mayor valor agregado.
5. **Área de horneado o sancocho (primera quema):** una vez pintado el producto, se instalan de manera organizada en los hornos (a la alta temperatura) y son quemados por primera vez. A esta área también se le conoce como esmaltado.
6. **Área de esmaltado (segunda quema):** se desempolva el producto y se limpia perfectamente y se acomoda para la segunda quema. Con la segunda quema, el producto adquiere mayor resistencia, además de adquirir un color original, y finalmente,
7. **Área de exhibición y venta:** en esta área el producto es exhibido en el local o en su caso en el mercado artesanal de la localidad para su venta.

La nueva reorganización de producción que poco a poco han ido incorporando estos talleres, permite aligerar sus procesos productivos y a la vez abaratar sus costos de producción. Estas fases o áreas productivas pueden verse en la siguiente figura:

**Figura 6. Organización productiva de las unidades artesanales especializadas.**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.

Sin embargo, los talleres artesanales tradicionales atrasados, presentan una organización productiva muy tradicional en el interior del taller. Debe comprenderse que éstos todavía utilizan el espacio de la casa como parte del taller artesanal y aunque puede verse como una desorganización productiva, esta es una característica propia de la unidad económica artesanal que tiene que ver a que por naturaleza son cerradas al cambio. Este caso tradicional y atrasado, lo veremos en seguida.

### **1.6. Caso seis: el caso del taller tradicional atrasado de la “Familia Hernández” de Capula**

En las localidades de Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro, Michoacán, encontramos un gran número de unidades económicas artesanales atrasadas

dedicadas en producir una gran diversidad de objetos artísticos elaborados sobre con barro los cuáles contienen un alto contenido manual y cultural.

Este el caso del conocido taller artesanal de la Sra. Francisca Hernández o “Doña Francisca” como todos la conocen en el pueblo de Capula.

Este taller artesanal nace aproximadamente hace 15 años pero con la experiencia de 25 años, por ser conocimientos que se van transmitiendo de generación en generación y por ser hija de padres artesanos con una larga tradición.

Cuando la señora Francisca adquiere un compromiso matrimonial, ella y su esposo continúan ejerciendo la actividad que por herencia transmitieron sus padres que fue el de elaborar cazuelas, ollas, platos, salseros, ceniceros, etc.

Doña “Pachis”, como también le llaman sus vecinos, hace algunos años no sabía leer y escribir, pero gracias al Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) con sede en la localidad de Capula, ha logrado terminar su educación primaria.

El esposo de “Doña Pachis o Doña Francisca” también es agricultor; en temporada de lluvias dedica largas horas cultivando maíz y calabaza que sirven de autoconsumo familiar para alimentarse durante todo el año, pero también ayuda en sus tiempos libres en el quehacer de la artesanía.

El matrimonio de este taller familiar son padres de 2 hijos (uno de 14 y 17 años) y que desde infantes han ido aprendiendo el oficio de trabajar con el barro y la artesanía, pues se trata de una actividad que se transmite de padres a hijos lo que trae como consecuencia un importante reencuentro familiar y sociocultural de hombres y mujeres que comparten roles, funciones y saberes específicos.

La unidad económica familiar de “Doña Francisca”, es un taller atrasado y en donde el trabajo artesanal se realiza con un alto contenido manual y con poca intervención de maquinaria (moldes hechizos, molino eléctrico para molido de barro y piedra para amasar el barro). La unidad económica artesanal cuenta con

un horno de leña para la cocción de los productos a una temperatura no mayor a los 700°C.

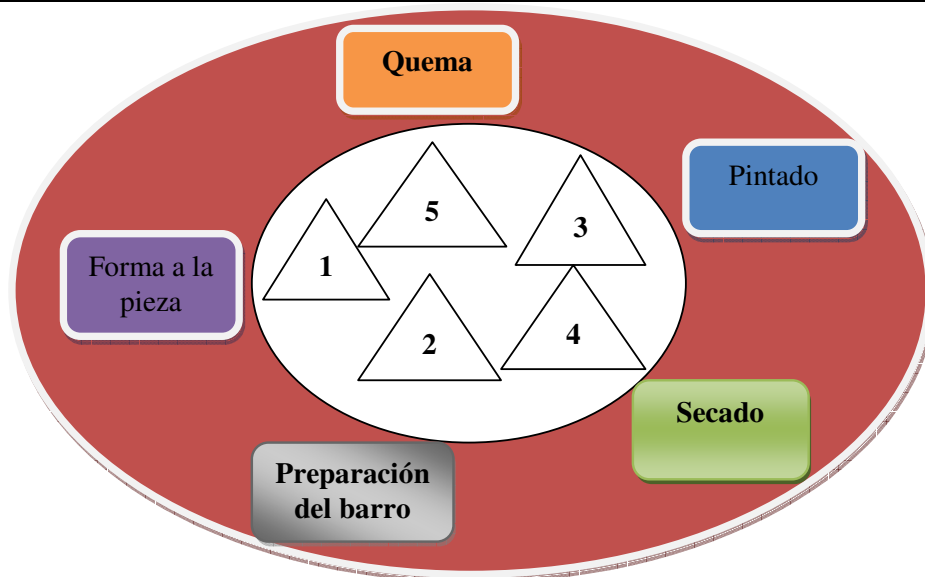
Todo el trabajo artesanal; desde el amasado del barro y hasta terminar el producto se realiza dentro de la casa y el patio de la misma donde habita toda la familia. El espacio para la producción se observa que es reducido, dado que en el hogar la familia aprende a caminar y convivir entre ollas y cazuelas.

Cuando conocí el hogar y el taller artesanal de la familia Hernández, me pasaron hasta el interior de la vivienda espacio que también comparte la unidad económica atrasada, me ofrecieron un vaso de agua y empezamos a platicar con todos los miembros de la familia.

La familia Hernández, se caracteriza por ser de origen indígena como todos los pobladores de Capula. En todos ellos, se observa el cariño y el amor que tienen hacia la actividad artesanal. Estando en el interior de la unidad económica artesanal, pude darme cuenta que las diferentes fases productivas o procesos productivos de la actividad, tienen una alta convivencia con los quehaceres del hogar que ahí se realizan, por lo que las condiciones para vivir y desarrollarse saludablemente en familia, no son las óptimas.

La forma “desorganizada” por así mencionarlo con la que opera la unidad económica atrasada en sus fases productivas o áreas de producción las podemos observar en la siguiente figura:

**Fig. 7. Organización y desorganización de la producción de los talleres tradicionales atrasados.**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada al taller artesanal atrasado “Doña Francisca”, del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.

En efecto, debemos de tomar muy en cuenta, que estos son uno de los principales elementos que han de caracterizar a la unidad económica artesanal atrasada, por lo que en sus fases productivas observamos que en ella opera una especie de desorganización, pero que aún con esta forma de operar sobrevive toda la unidad familiar.

Así la unidad económica de “Doña Francisca” al igual que muchas otras unidades económicas artesanales atrasadas, representa un tradicionalismo arraigado, una identidad, una esencia, una pertinencia, una tradición y vida que lo lleva a conformar un patrimonio cultural.

Se debe entender como tradición o “tradicionalismo”<sup>99</sup> como el conjunto de técnicas y acciones que se repiten de generación en generación, que sufre pocas transformaciones y que tiene sus raíces en valores históricos y socioculturales.

En efecto, cuando una artesanía sufre pocas transformaciones entendemos que esto nos lleva a un estancamiento, a la falta de nuevas ideas, modelos, diseños, etc., es decir, que generen un proceso evolutivo.

Y si una de las características del “tradicionalismo” en la artesanía es que sufre pocas transformaciones y la sociedad es dinámica y cambiante, entonces la unidad económica artesanal atrasada está cayendo en una contradicción. Una contradicción que está fundamentada en el hecho de que nuestra sociedad está cambiando día con día; surgen nuevas modas, cambios políticos, avances tecnológicos que delinear nuevos tiempos.

Quizá una de las mayores contradicciones de nuestros artesanos como lo menciona Marta Turok<sup>100</sup>, es que entre más dependan de la artesanía en sus formas tradicionales de producción, más aumenta el riesgo de mantenerse en niveles paupérrimos y de miseria.

Sin duda alguna, nuestra artesanía tiene que cambiar, porque aquel artesano, taller o empresa que no esté preparado técnicamente y comercialmente para satisfacer las nuevas demandas, tarde o temprano tenderá a desaparecer.

Sin embargo, debemos considerar que las micros, pequeñas y medianas empresas o en este caso empresas familiares con una larga tradición se enfrentan a la dificultad para acceder a los circuitos financieros, tradicionalmente reservados a los grandes grupos empresariales. Dicha dificultad se añade al hecho de que en la mayoría de los casos las empresas micros y pequeñas empresas son incapaces de cumplir las garantías que la obtención del crédito requiere, de modo que las entidades de crédito público y privado consideran arriesgado y poco rentable los

<sup>99</sup> Avendaño Grelle, Antonio, “La artesanía en su estado actual en la Mixteca Oaxaqueña”, en *Revista Notas*, Instituto de Diseño, Universidad Tecnológica de la Mixteca, Oaxaca, México, 2004. p. 53-57.

<sup>100</sup> Turok, Marta, *Como acercarse a la artesanía*, Ed. Plaza y Valdés, Noviembre de 1988.

proyectos de las empresas locales. Por lo tanto, se deberían de instrumentar medidas financieras adecuadas a las necesidades de las empresas locales. El sistema financiero crear un mecanismo preferente para resolver los problemas de las empresas locales, y el sector público podría fomentarlo con una legislación que propicie la creación de instrumentos adecuados para las empresas autóctonas.

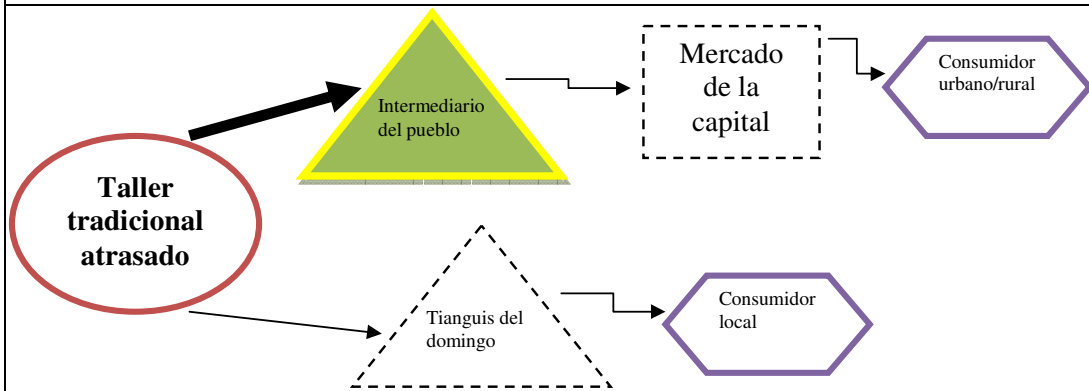
Por lo tanto, el estancamiento de las unidades económicas artesanales atrasadas como la de “Doña Francisca”, no solo puede justificarse por el tradicionalismo o ha su posible aptitud negativa para adaptarse a los nuevos entornos productivos, sino que existen otros factores de fondo que explican su sobrevivencia.

Pese estas dificultades, la unidad económica artesanal atrasada, sigue manteniéndose de pie y generando de manera precaria un importante numero de empleos familiares en las comunidades.

El taller artesanal atrasado se sigue caracterizando por su escasa innovación en sus procesos productivos. Por ejemplo, siguiendo con el ejemplo del taller de la familia Hernández, se sigue utilizando la técnica de producción tradicional con diseños sencillos en los productos y con una limitada idea en la innovación. La producción que se genera en este taller es a pequeña escala y entregada por pedidos al intermediario de la localidad a precios sumamente bajos, para después trasladarse y venderse en fiestas regionales y centros turísticos nacionales. En ocasiones, la familia Hernández, vende algunos de sus productos en el tianguis del domingo que se instala en la plaza principal de Capula.

En la siguiente figura, podemos observar los canales de comercialización del taller artesanal atrasado “Doña Francisca:

**Fig. 8. Canales de comercialización del taller artesanal atrasado “Doña Pachis o Familia Hernández”.**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta realizada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.

Cuando le preguntamos a “Doña Francisca” sobre el volumen de producción que su taller genera mensualmente, ella nos contestó que su taller solo produce a pequeña escala, realizando entre una y dos quemas por mes, vendiendo como se mencionó anteriormente al intermediario local (productos por docenas) y en ocasiones en el tianguis dominical, por lo que su negocio no tiene los medios económicos para salir a vender sus productos fuera de la localidad.

Sobre las cantidades que se venden, nos menciona que solo procuran comercializar una cantidad que asegure la sobrevivencia de la familia; es decir, procurar ingresos que solventen al menos de manera marginal el vestido, el calzado y los alimentos.

El taller artesanal de la familia Hernández no exhibe ni vende productos artesanales en el mercado comunitario que se encuentra al lado de la parroquia de la localidad construido para los artesanos por la CASART del Gobierno del Estado (Casart), ya que en ese lugar, según testimonios de la Sra. Francisca, solo venden aquellos productores que estén afiliados o que participen con alguna organización artesanal del pueblo y desde luego con una oferta mayor de productos.

Por otro lado, este taller artesanal manifiesta que desde su creación siempre ha producido utilizando las mismas técnicas artesanales, las herramientas, materia prima e insumos prácticamente siguen siendo las mismas en la fase productiva. Esto indica que la artesanía de la familia Hernández sigue siendo tradicional y caracterizada por la producción de la loza corriente con un diseño sencillo y con una ausencia innovativa.

Y en efecto, cuando en una unidad económica artesanal no se han mejorado los insumos y las herramientas para la producción, los productos seguramente estarán alejados de aquel consumidor que busca diseños innovativos y productos de mayor calidad.

En este punto es pertinente mencionar que cuando en una unidad económica artesanal persiste el estancamiento por la falta de ideas en la producción para satisfacer las nuevas demandas de una sociedad cambiante, difícilmente mejorarán las condiciones de vida de sus ocupantes. Es aquí donde observamos, que la unidad económica artesanal atrasada ha caído en una contradicción y hacia una falta de visión hacia el futuro para satisfacer a una sociedad demandante y en constante evolución.

La unidad económica artesanal de la familia Hernández, tiene un tradicionalismo arraigado con grandes necesidades básicas insatisfechas y se percibe que es un taller artesanal deprimido y con bajos niveles de productividad. Existe un problema de estancamiento, visión, adaptación productiva, y tecnológica como se observa en la gran mayoría de los talleres artesanales atrasados. Sin embargo, el taller encontramos que existen relaciones productivas solidarias con otros talleres artesanales, pero dicha cooperación solo teje relaciones en la unidad económica familiar (padres, abuelos, parientes), pero no existe una solidaridad local en la creación de nuevas relaciones productivas e ideas con otros talleres artesanales de mayor nivel productivo.

Cuando preguntamos a la familia Hernández sobre el número de capacitaciones que ha sido objeto este taller artesanal, nos contestó que nunca ha tenido la

oportunidad de acudir a algún evento de dicha naturaleza. Manifiestan que las capacitaciones solo se brindan a unos cuantos artesanos conocidos de la localidad que acuden a ferias regionales u otras o que tienen alguna relación con las autoridades locales, municipales o estatales.

Sobre lo anterior, nos damos una idea de que las políticas públicas implementadas para el sector artesanal siguen siendo selectivas, las cuales van dirigidas a promover la artesanía de algunos artesanos con mayor capacidad productiva y que desde luego no son los más necesitados.

### **1.7 Caso siete: artesanías e innovación de Chulucanas, Perú**

La cerámica de Chulucanas se ha convertido actualmente en uno de los artículos decorativos más reconocidos del Perú y del mundo por la belleza de sus formas y sus finos acabados. En este lugar encontramos una comunidad indígena con una importante vocación productiva artesanal vinculada a la exportación y un grado de desarrollo de su actividad que es digno de analizar como un caso especializado de innovación artesanal.

Es a partir del año 2000, cuando los artesanos han incorporando con más fuerza innovaciones organizativas, técnicas y estéticas, acciones que han ayudado para posicionarse como sujetos sociales competitivos en los mercados, integrando un valor étnico territorial frente a la demanda.

Así, paulatinamente la actividad artesanal en este lugar ha ido sufriendo cambios importantes en su organización productiva a consecuencia de la utilización de nuevos materiales, de la investigación, uso de nuevas herramientas, técnicas, diseños, etc., para dirigir su producción a un mercado más competitivo favorecido sobre todo por el turismo internacional.

En Chulucanas, una de las principales actividades que realizan los pobladores de la zona es la combinación de la agricultura (limón y mango principalmente) y artesanía de barro llamada cerámica. La artesanía se desarrolla además de Chulucanas, en el caserío La Encantada, localidad que se encuentra a 15 minutos de Chulucanas por camino de terracería. El arte de sus pobladores es muy apreciado por el mercado nacional e internacional, proviene de sus antepasados, pertenecientes a la cultura Vicús, asentada en la zona desde hace más de 2,500 años. Esta importante actividad da ocupación a más de 1,200 artesanos, distribuidos en la comunidad de La Encantada y Chulucanas.

El desarrollo de la actividad artesanal de Chulucanas, se caracteriza por ser de producción familiar, pues muestra formas de producción arraigadas como parte de sus costumbres y tradiciones: existe una división de trabajo por sexo y edades aunque observamos que la fuerza de trabajo masculina tiene más presencia en el proceso productivo. Aunque la producción sigue siendo familiar, en los meses de julio a diciembre, periodo en que aumenta la demanda, permite que el taller contrate mano de obra asalariada. Los artesanos de este lugar utilizan técnicas que combinan los conocimientos ancestrales con lo contemporáneo, dando como resultado un producto utilitario y moderno.

Según el Censo de Ceramistas, en 1999 existían 304 talleres de cerámica, 59% ubicados en Chulucanas y 41% en La Encantada. En Chulucanas, los talleres se concentran en la parte sur de la ciudad, principalmente en la parte de la periferia.

La producción de cerámica sigue produciéndose en diferentes lugares del Perú, especialmente en la sierra de los Andes. De acuerdo a su funcionalidad podemos distinguir tres tipos de cerámica: 1) para el uso cotidiano, 2) para el uso ritual, y 3) para los turistas. En el primer rubro son las cerámicas utilitarias como las ollas para cocinar, cuencos o bidones para almacenar líquido o granos, platos para comer y beber. Como mencionamos anteriormente, las mayoría de ellas son producidas y utilizadas en la sierra; es decir, hacia el sur del Perú. Sin embargo en la costa norte del Perú, especialmente en los Departamentos de Piura y Lambayegue, donde se localiza Chulucanas, se producen en gran cantidad

algunos productos también utilitarios como las tinajas. El segundo tipo de cerámica (rituales), se convierten finalmente en productos de consumo turístico como las cerámicas con dibujos “incaicos”, las muñecas de tipo “grotesco”, y finalmente el tipo “para los turistas”, este se produce en casi todas las regiones, con variaciones en sus diseños estéticos regionales. Por ejemplo en Chulucanas, la producción de cerámica se ha enfocado más “para los turistas”, ofreciendo productos bellos y estéticos que llenan el gusto de los visitantes acentuando su identidad regional.

En este lugar del Perú, la actividad artesanal se encuentra en un importante ascenso, asociada a una demanda creciente ocasionada por el turismo y los valores estéticos que representa esta actividad. Uno de los factores claves que han incidido en el desarrollo artesanal de este lugar, es el grado de asociatividad entre los artesanos, factor que ha sido sensibilizador y determinante, facilitando y abriendo un abanico de mejoras como la educación, capacitación, innovación en técnicas y diseños de nuevos productos, participación en ferias nacionales e internacionales, intercambio de saberes tanto regionales como nacionales, cursos referentes a la micro y pequeña empresa, etc. En este sentido, el importante grado de asociatividad que registran los artesanos de Chulucanas, fue una de las principales razones para que el Gobierno Federal de la República del Perú instalara desde principios del año 2000 el Centro de Innovación Artesanal, también llamado CITEs Cerámica de Chulucanas, el cuál ofrece servicios especializados e innovados para todos los artesanos de la comunidad y su región.

El Centro de Innovación Tecnológica en Cerámica, nace en Chulucanas en el año 2002. Es un CITEs de carácter privado que por decreto federal administra el MINCETUR del Gobierno de la República del Perú, el cuál se mantiene con los recursos económicos erogados de los impuestos que pagan los casinos instalados en ese país. Se encuentra instalado en el Centro de Desarrollo Comunitario que anteriormente se llamaba CEDAR (Centro de Desarrollo Artesanal) organizado por la Asociación de Artesanos *Vicús* y que funcionó desde los años ochenta como un centro de desarrollo para la capacitación artesanal.

Una de las características principales de la artesanía de este lugar, es que ésta es identificada como el producto bandera del Perú, ya que tiene una historia cultural distinta a las otras cerámicas que se producen en el país, es decir, en este sitio se considera el renacimiento de la tradición de la alfarería prehispánica.

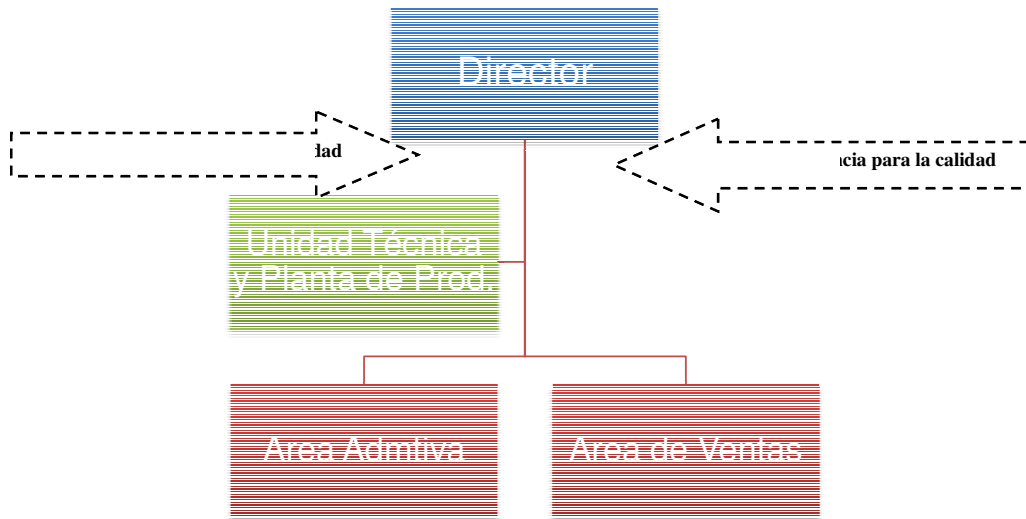
Esta fue otra razones para que el CITEs en cerámica se instalara en este lugar, además de que alberga a más de 500 talleres artesanales y por consecuencia brinda un servicio de innovación a más de 2,500 productores, ya que cada taller tiene en promedio al menos 5 miembros sin tomar en cuenta a los niños y ancianos que también participan de algún modo en el proceso de producción. En Chulucanas identificamos que los artesanos son gente sencilla y trabajadora con un nivel de estudios en promedio de primaria terminada, pero con un nivel de especialización artesanal importante como consecuencia de los apoyos que impulsa el CITE.

Por esta razón, en este lugar, encontramos que la actividad artesanal tiene más fortalezas que debilidades. Algunas de estas características se muestran en el siguiente análisis FODA, (ver cuadro 36):

<b>Cuadro 36. Análisis FODA de la artesanía de cerámica de Chulucanas</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preservación de costumbres y tradiciones ancestrales.</li> <li>• Prestigio artesanal reconocido a nivel internacional.</li> <li>• Elevada creatividad y habilidad manual.</li> <li>• Ventajas de diversidad de líneas productivas gracias al CITE.</li> <li>• Apertura a la innovación.</li> <li>• Bajos costos de mano de obra.</li> <li>• <b>ASOCIATIVIDAD</b> entre los artesanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aún falta nivel organizativo y asociativo.</li> <li>• Alta dependencia externa en diseños y modelos.</li> <li>• El crédito todavía sigue siendo difícil.</li> <li>• Importantes grupos todavía se resisten al cambio.</li> <li>• Existe escasez de agua.</li> <li>• Persiste todavía el individualismo.</li> <li>• Escasa participación de Gob. locales</li> </ul>
<b>Riesgos</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrones de consumo cambiantes.</li> <li>• Encarecimiento de la materia prima.</li> <li>• Imitación y copia de productos y diseños tradicionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor demanda de productos turísticos y utilitarios hechos a mano y certificados por el CITE.</li> <li>• Mayor interés de los artesanos en participar en ferias internacionales.</li> <li>• Preferencias arancelarias.</li> <li>• Creciente apoyo de organismos públicos y privados a nivel asociativo.</li> <li>• Se empieza a tener conciencia hacia el <b>MEDIO AMBIENTE</b> con el diseño de nuevos hornos ecológicos para la quema de la artesanía.</li> </ul>
<p><b>Fuente:</b> Elaboración propia en base al cuestionario aplicado en Chulucanas del día 15 de junio al 1º de julio del 2011.</p>	

En el cuadro anterior, podemos observar que una de las principales fortalezas de la actividad productiva artesanal tiene que ver con lo mencionado anteriormente: la asociatividad entre los artesanos, pero también al impulso en servicios tecnológicos que hoy ofrece el CITEs. Al respecto, debe entenderse que el CITEs de Cerámica de Chulucanas es una entidad de apoyo creada cuidadosamente para no caer en tentaciones políticas ni burocráticas, el cuál opera con un máximo de 5 personas. Su principal objetivo es el de impulsar el desarrollo en innovación artesanal de la región. En la siguiente figura podemos ver su organigrama:

Figura 9. Organigrama del CITE Cerámica de Chulucanas.



**Fuente:** Elaboración propia en base a la información recogida en la encuesta del 15 de junio al 1º de julio del 2011.

Un aspecto importante de la estructura organizacional del CITEs Cerámica tiene que ver con los actores quienes dirigen al centro de innovación. Por ejemplo, quienes participan en este espacio son artesanos o artesanas de la localidad o región con reconocida capacidad en el ramo con excepción del director que por lo general tiene que ser una persona con alguna carrera profesional relacionada con la administración de empresas o antropología. En el área de la unidad técnica y la planta procesadora de la producción existen dos comités de vigilancia a la calidad, la cuál supervisa cuidadosamente las diferentes etapas del proceso productivo.

Actualmente el CITE de Chulucanas tiene inscritos a 82 productores ceramistas representados por 4 de 5 asociaciones importantes:

- ❖ Asociación de Ceramistas “Vicús”.
- ❖ Asociación de Ceramistas “Tierra Encantada”.
- ❖ Asociación de “Mujeres Artesanas” en Cerámica.
- ❖ Asociación de Ceramistas “Nácara”.

Uno de los principales objetivos de estas asociaciones es la de mejorar la calidad de sus productos, promocionar los mismos y mejorar la calidad de vida de la comunidad.

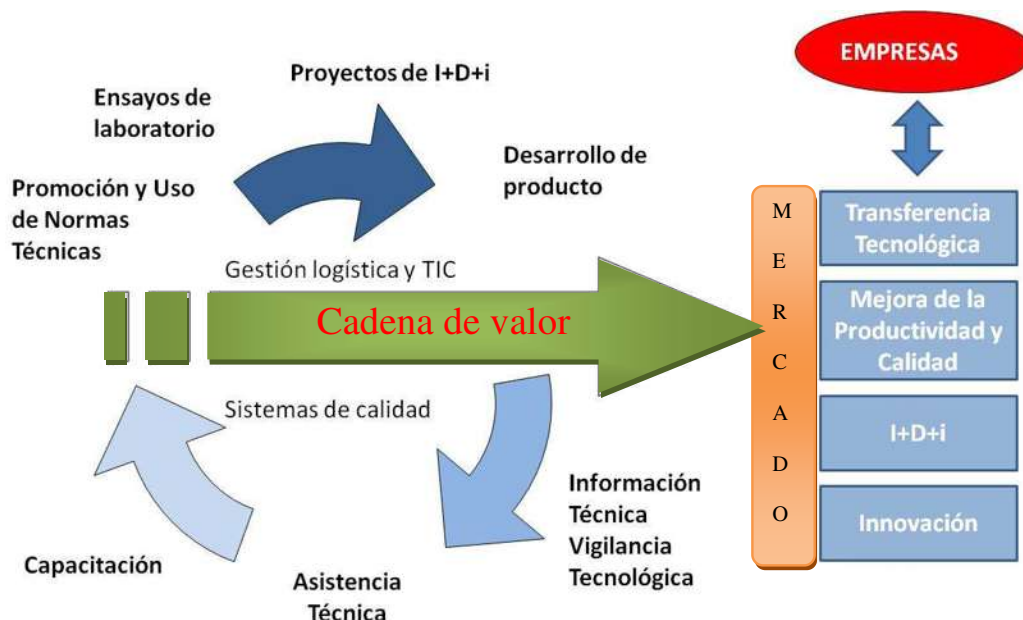
Las asociaciones de ceramistas en Chulucanas están organizados por Juntas Directivas: *Presidente, Secretario, Tesorero, Vocales* y un *Comité de Vigilancia*. Debe decirse, que todo artesano que quiera recibir servicios del CITE debe formar parte de una red o asociación artesanal por así establecerlo la *Ley No. 29073, Decreto Supremo No. 008-2010* del MINCETUR, de la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento.

Cuando visité la comunidad de La Encantada lugar de numerosos ceramistas y en donde se tiene instalado una unidad técnica de innovación del CITEs Cerámica de Chulucanas, me quedé impresionado por lo siguiente: platicando de manera informal con los artesanos y en especial sobre los servicios del CITE, en su vocabulario empezaron a manejar varias palabras especializadas como *“innovando para competir”, “artesanía, modernidad sin perder la identidad”, “investigación”, “innovación y desarrollo”, “asociatividad”, “misión y visión”* etc., siendo el factor asociatividad uno de los más importantes.

El CITE Cerámica tiene por finalidad aumentar la competitividad, elevar el nivel tecnológico, la calidad, la productividad y la capacidad de innovación de la producción de los artesanos y de las empresas, generando así mayor valor en la cadena productiva de la cerámica de Chulucanas.

Una de las funciones generales de los CITES que actualmente operan en el Perú es que éstos actúan por cadenas productivas y por regiones, en algunos casos con ámbitos de acción nacional, donde existe presencia e productores y perspectivas de productos competitivos, facilitando que todas las asociaciones de productores de la cadena, aún las mas pequeñas, tengan mejores oportunidades de acceso al conocimiento actualizado y a la tecnología, que les permita incrementar la productividad y mejorar la calidad para poder competir y desarrollar la región a la que pertenecen, (ver figura 10).

Figura 10. Perú: rol y servicios de los CITEs.

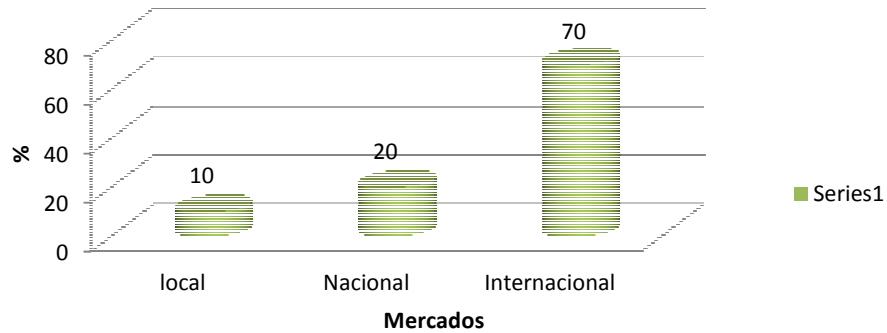


**Fuente:** Elaboración propia en base en información del Ministerio de la Producción, República del Perú, Lima Perú, junio del 2011.

De esa manera, otro de los objetivos principales, es la mejora de la oferta exportable, rescatando la innovación como base para lograr ser competitivos en el mercado internacional, promoviendo la asociatividad de los artesanos, fortaleciendo las unidades productivas y la estandarización de la producción.

Con la constante mejora en la calidad de productos artesanales, la oferta exportable de Chulucanas en los últimos años ha sido objeto de una mayor demanda por el turismo extranjero y empresas exportadoras internacionales. Por ejemplo, la mayor parte de la comercialización producto de las artesanías, son canalizadas a la exportación o en venta directa al turismo internacional. Solo una pequeña parte se vende en el mercado local y nacional, (ver gráfica 32).

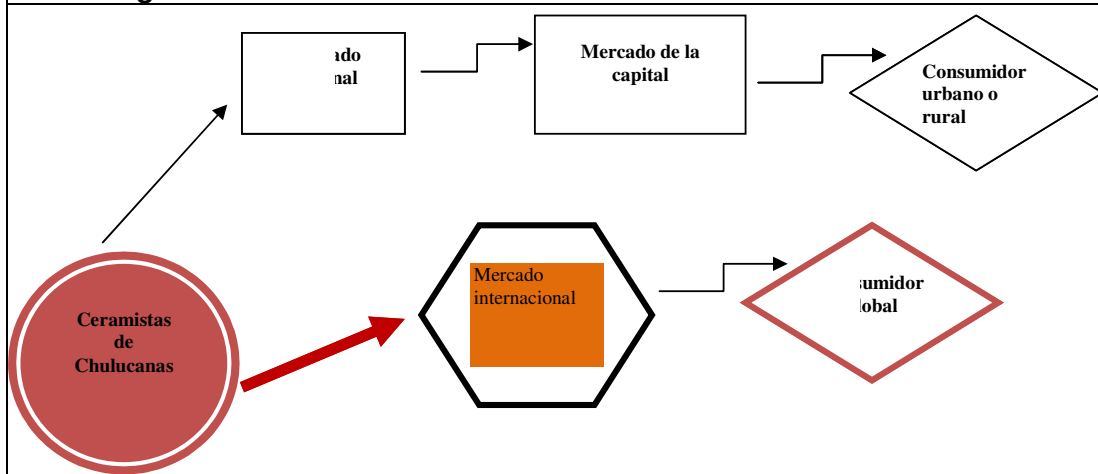
**Gráfica 32. Chulucanas: comercialización de la artesanía, 2010, en (%).**



Fuente: Elaboración propia e base al cuestionario aplicado en Chulucanas del día 15 de junio al 15 de julio del 2011.

En la oferta exportable debe considerarse el relevante papel que juega la Dirección Nacional de Artesanía, a través de la llamada Comisión para la Promoción de la Exportación (PROMPEX), pues es desde aquí donde se trata de articular la oferta y la demanda de toda la producción nacional de la artesanía. Por ejemplo, la comercialización de las artesanías de Chulucanas tiene un fuerte vínculo con el mercado internacional, y es el productor quien vende directamente al cliente, aquí el intermediarismo es escaso y el valor agregado se queda con el artesano, (ver la siguiente figura, 11):

**Fig. 11. Vías de comercialización de la artesanía de Chulucanas.**



Fuente: Elaboración propia con la base en la encuesta aplicada del 15 de junio al 15 de julio del 2011.

En este aspecto, para lograr que los productos sean exportables, en el CITEs Cerámica de Chulucanas, se parte de que el éxito para ingresar a nuevos mercados se basa en la innovación y capacitación permanente, desarrollando nuevos productos con una mayor calidad, buenos diseños y formalidad empresarial, debiendo el artesano alcanzar una mayor productividad con el acceso a nuevas tecnologías; facilitando su adecuada transferencia sin perder la originalidad del producto.

Algunos de los servicios más importantes que brinda el centro de innovación son los siguientes:

- ❖ Capacitación y asistencia técnica.
- ❖ Investigación e innovación.
- ❖ Desarrollo de colecciones.
- ❖ Insumos y pastas mejoradas.
- ❖ Galería, exposiciones permanentes.
- ❖ Ferias y ruedas de negocios.
- ❖ Articulación de la oferta y la demanda.
- ❖ Quema de piezas.

El CITE Cerámica de Chulucanas no es solo un centro de innovación y capacitación, aquí además se exponen los mejores trabajos de los artesanos de la región y frecuentemente de todo el país. El intercambio de experiencias de ceramistas del interior del Perú es una practica cotidiana que el CITEs ha promovido desde su fundación.

Así mismo, la investigación de la actividad, se constituye en la base para la innovación en técnicas y procesos de la cerámica de Chulucanas. Constantemente se realizan eventos que facilitan a los talleres y empresa, la promoción del producto artesanal, el acceso directo del productor al mercado y la ampliación de cartera de clientes.

Con este servicio, se asegura el acceso de los artesanos a insumos de calidad, así como las pastas mejoradas formuladas en nuestra planta procesadora de arcilla, permiten al artesano lograr productos con mejores acabados.

Además se promueve el desarrollo de la oferta exportable, con el desarrollo de nuevos e innovadores diseños que permiten llenar las expectativas de los clientes en tamaños, calidad, funcionalidad, precio, pintado manual, etc.

Otra de las tareas primordiales del centro de innovación de Chulucanas es el estudio especializado de la arcilla (barro) con que se elaboran las artesanías. El estudio de tierras, la formulación y amasado que se hace en la planta procesadora de arcilla, permite obtener un barro mejorado que asegura mayor productividad en tiempo al ofrecer una arcilla lista para ser trabajada que tiene una duración manejable de hasta 10 días de elasticidad sin perder propiedades. Esto permite abaratar el costo de producción para el artesano y la disminución del riesgo de pérdida de piezas en el proceso productivo y la consistencia necesaria para el manejo del barro y así realizar las piezas que el artesano desee. La calidad de la arcilla del CITE Cerámica, optimiza la calidad de la producción y el tiempo de producción.

Con la planta procesadora de arcilla, son varios los beneficios que son objetos los artesanos: por ejemplo el artesano evita la fatiga de extraer el barro de mala calidad; ahorra tiempo, dinero y fuerza física en amasarlo y desde luego la pérdida de piezas en el proceso productivo, pues el CITEs se encarga de entregarle a costo muy bajo la arcilla ya procesada, para que el artesano logre productos de mejor calidad y acabados.

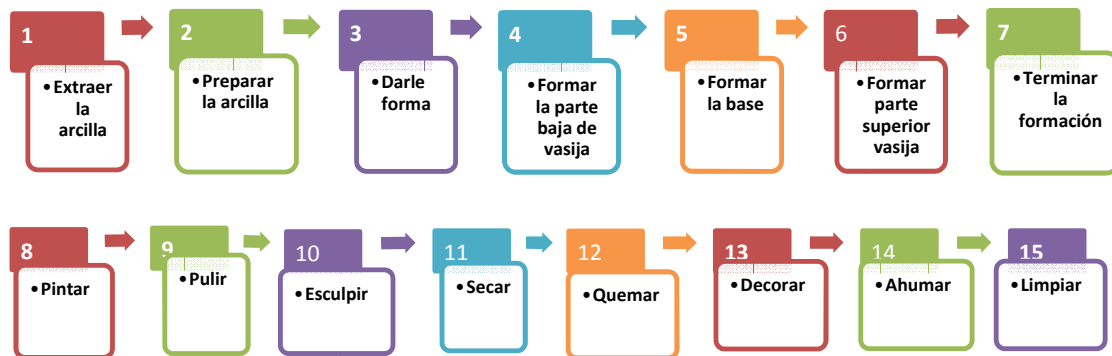
Debe presumirse que la planta procesadora de arcilla del CITEs Cerámica de Chulucanas es de tecnología italiana y tal vez sea única en América Latina, la cuál fue donada en los años ochenta al CEDAR de Chulucanas para beneficio de los artesanos de la región, aunque esta no fue explotada del todo tal vez por la desorganización de los artesanos. Sin embargo, actualmente con el apoyo de esta tecnología, los artesanos pueden suprimir varios procesos productivos que

anteriormente realizaban, con ello abaratando sus costos y dándole un mayor valor agregado a sus productos.

Por otro lado, dentro del proceso productivo, la cerámica de Chulucanas está caracterizada por la “formación de la técnica del paletado”, “pulir por la piedra”, “cerámica negra por ahumado” y decoración por la técnica “positiva-negativa”, técnicas que son derivadas de la época prehispánica.

Por lo tanto, el proceso productivo tradicional de la cerámica es el siguiente:

**Figura 12. Proceso de producción tradicional de la cerámica de Chulucanas.**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la información recogida en la encuesta del 15 de junio al 15 de julio del 2011.

Sobre el proceso productivo tradicional de la cerámica, son 15 procesos por la que ésta tiene que pasar hasta llegar al producto final. En seguida explicamos estos pasos:

1) *Extraer la arcilla:* la arcilla se extrae del Cerro llamado Vicús o de las orillas del río de Piura.

2) *Preparar la arcilla:* primero se le disuelve bien en una tinaja con bastante agua, luego se extrae libre de impurezas con una jarra o cuchara de mate y se almacena en otra olla pasándola por un tamiz menudo. Después de asentarse bien, se saca el agua y se le seca aún más. Cuando se logra una dureza adecuada, se coloca

en una bolsa plástica y se la fermenta. Antes de comenzar a trabajar se hace un tratamiento necesario y tiene los siguientes pasos: 1) se extiende la arcilla en una tela o hule, 2) se le agrega un puñado de ceniza de horno para eliminar las sales de la arcilla, 3) se amasa la arcilla como se amasa la harina para preparar el pan, 4) se forma un bloque de acuerdo a la pieza que va a trabajar y se guarda de nuevo en la bolsa.

3) *La forma a la pieza*: se coloca la masa en una tela extendida en el suelo y se forma una pieza cónica, se golpea la base de la pieza con el puño haciéndola hueca.

4) *Formando la parte baja de la vasija*: se coloca la masa en el suelo. A su lado se coloca una vasija con agua. Con una pala en la mano derecha y un canto rodado en la mano izquierda, golpea la masa preparada entre las rodillas hasta que el espesor de la pared de la vasija sea 3 o 4 milímetros. Cada 30 segundos o cada minuto se moja tanto la paleta como la piedra. El número de golpes de paleta es de alrededor de 30 veces por minuto con el sonido rítmico de “pon, pon, pon”. La orilla es algo gruesa porque de allí va a seguir el paleteado hacia la parte de arriba. La paleta es de madera de hecha de un árbol llamado *algarrobo* y hay dos clases: una para formar la vasija que es un poco gruesa y la otra es delgada y pulida para acabar la superficie. Ambas tienen la dimensión (más o menos) de la palma de la mano, mientras que el canto rodado tiene un diámetro de 7 u 8 centímetros, 4 o 5 centímetros de grosor y tiene la forma redonda u ovoide.

5) *Formar la base*: se pone la vasija boca abajo encima de la rueda. Se golpea ligeramente con la paleta para formar la base plana. Después se le guarda de nuevo en la bolsa plástica para que se endurezca adecuadamente para trabajar el proceso siguiente.

6) *Formar la parte superior de la vasija*: después de mojar el borde se coloca la vasija boca arriba en un cubo de cerámica de 1 metro de altura. Igual como el proceso anterior con la paleta de madera y canto rodado se forma la parte

superior, pasando la piedra alrededor de la pieza. Cuando termina la formación se soba la superficie con la paleta y la palma para borrar la huella del paleteado.

7) *Terminar la formación*: en caso de tratarse de una vasija simple, se agrega un pedazo de la arcilla con forma de cordón al borde. Se forma el borde de la vasija poniéndola en el torno. En caso de tener la forma de persona, animal o planta, después de cerrar la boca se agrega la arcilla y se forma la cara con las manos. Antes de que se endurezca la arcilla se le adorna con figuras de cabellos, ojos vestidos, etc., en líneas finas utilizando cuchillo u otros instrumentos.

8) *Pintar*: se pinta con un pincel y el pigmento químico que se consigue en la tienda apropiada.

9) *Pulir*: el pulido tiene que hacerse por lo menos dos veces, mientras las piezas están medio secas, usando piedra o bala de plástico, normalmente donde la cerámica esta pintada.

10) *Esculpir*: cuando se seca bien se modifica la vasija para darle forma a la cara, las manos, etc., con el cuchillo. Por ultimo se lima con el papel de lija.

11) *Secar*: antes de quemar se deja afuera para que la pieza se caliente con la luz solar.

12) *Quemar*: se quema en el horno hecho de adobe. Los combustibles son leñas de algarrobo, sauce o zapote, arboles que se encuentran alrededor de Chulucanas. La forma del horno es cónica, cilíndrica o cuadrangular. Se hornea 2 o 3 horas con la temperatura de 750 u 800 °C.

13) *Decorar con la técnica de negativo*: sobre la pieza quemada se prepara la decoración, es decir, se cubre con una ceniza especial la parte que no quiere ser ahumada.

14) *Ahumar*: Se negrea por ahumado. El horno para ahumar es diferente del que se usa para el quemado. Para ahumar se utilizan las hojas secas de mango o de plátano. El grado de ahumado se puede medir por la humedad de las hojas, el

tiempo que se emplea para ahumar es dependiendo de la intensidad de la profundidad del ahumado que queramos; el color varía de negro a marrón oscuro.

15) *Limpiar*: después de sacar la pieza del horno, se quita la arcilla puesta para la decoración negativa, sea raspando con la uña o lavando con agua.

En este sentido, lo que arriba se ha descrito es el proceso tradicional de fabricar la cerámica de Chulucanas. Dentro de este proceso lo que se cuida más es la dureza de la arcilla. Desde el inicio del proceso, la formación de la parte baja, de la parte de arriba y durante el pulido con la piedra, es necesario mantener la dureza y suavidad de la arcilla adecuada, de acuerdo a cada uno de estos procesos.

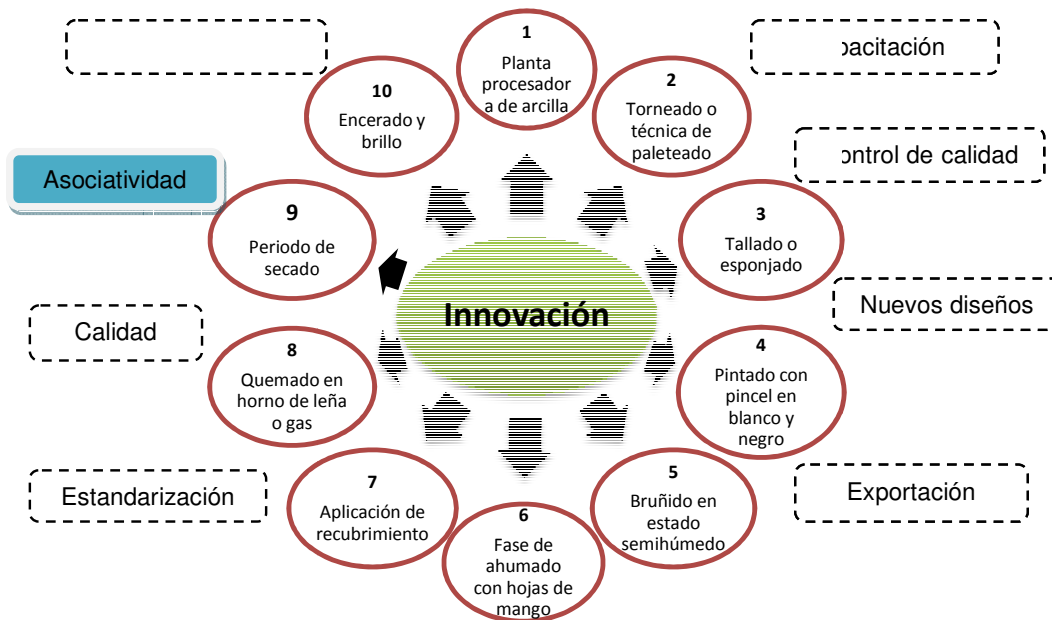
Dentro de la cerámica de Chulucanas hay que considerar a las piezas fabricadas con molde. El proceso de trabajo es mas o menos el mismo, salvo la parte del paleteado. Su diferencia se nota en el peso. Las que se han fabricado por la técnica del paleteado son mas ligeras en comparación con las fabricadas con molde, así las que se han hecho con el proceso del paleteado tiene paredes mucho más delgadas, característica que busca más el cliente.

Dentro del proceso de producción de la cerámica de Chulucanas, hay algunos procesos de trabajo que difícilmente podrán suprimirse con la incorporación de tecnología y nuevas herramientas para el trabajo como la técnica utilizada (paleteado), el pintado manual, el ahumado, etc. Sin embargo, con los servicios innovados que el CITE Cerámica ha brindado a los artesanos de Chulucanas, algunos procesos productivos se han aligerado, otros se han suprimido sin atentar con la identidad cultural de la artesanía.

En efecto, con la innovación del CITEs, algunos procesos productivos que anteriormente realizaban los artesanos de la región, ahora no solo se han suprimido algunos de ellos por el acceso a la tecnología, si no que varios de ellos se han aligerado, abaratando así los costos productivos.

Con la innovación en los procesos productivos, el proceso de la cerámica la representamos de la siguiente manera:

**Fig. 13. Proceso productivo innovado de la cerámica de Chulucanas.**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada en el CITE Cerámica de Chulucanas del 15 de junio al 1º de julio del 2011.

En la figura anterior podemos observar un proceso productivo de la cerámica moderno, caracterizado por la innovación en donde el CITEs Cerámicas está jugado un papel de suma importancia en el empuje de la actividad.

Según la información que hemos recogido en Chulucanas, el 75% de los productores ya tienen experiencia en exportación y asistencia a ferias internacionales como las que se realizan en Chile todos los años, la del Pacífico en Callao en Lima y la más importante llamada “Exhiben Perú”, programada en julio de cada año y celebrada en Lima, en la cuál los mejores artesanos del Perú realizan concursos y exposiciones al turismo nacional e internacional instalados en la zona exclusiva de la ciudad de Lima: Plaza Kennedy ubicada en la calle Arequipa cerca del malecón “Miraflores”.

Sobre la feria internacional llamada “Exhiben Perú”, recogí un dato importante que ocurrió en Chulucanas durante el transcurso de la investigación: estuve presente en la reunión de artesanos celebrada en el CITEs en la cual se discutió el rol de

actividades y la participación de los mismos en la feria internacional “Exhiben Perú”. Ahí pude constatar que los mejores artesanos son los que asistirían a dicha feria. Se seleccionaron a 2 artesanos de cada asociación (es decir, a 8). Lo destacable de ello fue que no solamente asistirían los mejores en la elaboración de artesanías, sino que también se eligieron aquellos con mejor facilidad de palabra, con algunos conocimientos en inglés y mercadotecnia, para la comercialización de productos entre los turistas extranjeros.

Este testimonio nos sirve para entender que la artesanía de Chulucanas no solamente está haciendo un esfuerzo en mejorar su innovación de los productos, sino que también el indígena-campesino se está esmerando en innovar la atención al cliente, de homogeneizar el idioma y el de saber vender su producto con una idea más empresarial.

Con estas características, es evidente que en Chulucanas encontramos a un sector artesanal con innovación y especialización en artesanías de exportación, con un nivel de asociatividad cada vez mayor entre los artesanos; asociatividad que ha empezado a generar encadenamientos productivos como producto de la cooperación, de la unidad y del trabajo en equipo.

### **1.7.1 Chulucanas: el inicio de una conciencia del medio ambiente artesanal**

Una de las actividades artesanales que más contaminan al medio ambiente, es la rama de la producción de artesanías de barro y cerámica. Específicamente los negocios de artesanías de barro actualmente presentan serios problemas de contaminación, como son la utilización de sustancias tóxicas, tales como plomo, estaño y cadmio en el barnizado de los productos, comercialmente llamados esmaltes. Por otro lado, el uso de materiales naturales como el pino, encino y otros productos maderables que hoy se encuentran en etapa de extinción por su uso excesivo en la cocción de las artesanías y la emisión de contaminantes al aire libre, por mencionar algunos.

En América Latina los dueños de los talleres se caracterizan en la mayoría por poseer un nivel bajo conocimiento en el ámbito ambiental, razón por la cual desconocen las ventajas comerciales que les traería el manejo adecuado y eficiente de los recursos naturales con lo cual mejorarían consecuentemente su comportamiento ambiental.

Durante la estancia de investigación doctoral efectuada en el Perú, pude apreciar que en este país la producción de artesanías de cerámica o barro se realiza con insumos libres de plomo<sup>101</sup>. En los años ochentas, fueron pocas las poblaciones en que se usó el esmaltado total como lo son en Aco, Pupuja y Cajamarca, en la que se utilizó escoria de fundición (almártaga), en la que había presencia de Plomo. Sin embargo, hoy en día en todo el Perú no se tiene conocimiento de que los centros artesanales utilicen insumos contaminantes en la cerámica.

Por ejemplo, en Chulucanas lugar en donde se concentró el estudio, los artesanos de ese lugar producen artesanías en donde los insumos son libres de plomo y por otro lado, empiezan a mostrar un interés por el cuidado del medio ambiente al utilizar combustibles menos contaminantes cuando la artesanía entra en el procesos de cocción.

En la elaboración de productos utilitarios, artículos que son aptos para introducirles líquidos, se utiliza un químico que no contiene plomo. En los artículos decorativos, los insumos que se utilizan para su composición son en menor proporción en comparación a los utilitarios por razones obvias de uso y por lo tanto la cocción en los primeros son objeto de una mayor temperatura.

Sobre lo anterior, es importante mencionar que no todos los productos de barro o cerámica llevan los mismos insumos y las mismas temperaturas en su cocción. En este aspecto, recientemente los artesanos de Chulucanas están realizando varios experimentos por un lado, en los procesos productivos y por el otro, buscando

---

<sup>101</sup> Ravines, Rogger y Fernando Villiger, *La Cerámica Tradicional del Perú*, Primera Edición, Editorial Los Pinos E.I.R.L., Lima, Perú, 1989, p. 41.

nuevos inventos en hornos diseñados por ellos mismos para contaminar en menor medida el medio ambiente.

En la cocción de los productos artesanales, poco a poco se han ido diseñando hornos más funcionales y menos contaminantes tanto de leña como los de uso de gas metano. En los primeros se ha dejado de utilizar troncos gruesos de madera de algarrobo por desperdicios del mismo árbol como ramas delgadas por considerar que estas contaminan menos. En el segundo, se utiliza ahora un gas especial llamado metano, el cual origina menos efectos contaminantes al medio ambiente.

Para la elaboración de los hornos que hoy se experimentan en Chulucanas, se requiere de ingenio, saberes, habilidades y desde luego especialización; características que solo podemos encontrar en los artesanos de esta localidad.

Finalmente, ponemos como ejemplo el horno recientemente inventado por Gerónimo Sosa (destacado artesano de La Encantada), el cuál se utiliza para la técnica del ahumado: una vez que se encienden las hojas de mango y estas empiezan a soltar el humo, este es disminuido al pasar por el área del carbón encendido, disminuyendo considerablemente los gases contaminantes que tenderían a dispararse en el aire.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS DE LOS ESTUDIOS DE CASO

La artesanía está viviendo un momento crítico condicionada por los cambios sociales que implican cambios en los hábitos de consumo y que afectan de forma importante a muchos talleres artesanales. Pero como lo vimos en el capítulo anterior, solo ha sido un pequeño número de artesanos los que han tenido el valor, la capacidad y la visión estratégica para insertarse poco a poco a este entorno competitivo y globalizado del mercado. Es decir, la actividad artesanal vislumbra cambios en un pequeño número de artesanos que son los que han tenido la capacidad de irse adaptando a los cambios globalizadores de la economía mundial, lo que nos indica a que la actividad se ha quedado arraigada, estancada, y en el tradicionalismo. La falta de ideas innovativas y de mejoras en sus procesos productivos es una característica distintiva que margina a la gran mayoría de los artesanos de obtener mejores ingresos y niveles de vida.

La situación de la actividad es complicada porque algunas de sus artesanías están a punto de desaparecer sino se introducen ideas que mejoren sus productos, porque la gran masa de artesanos son cautelosos y temerarios para realizar cambios en sus procesos productivos. Pero también es cierto que algunas de artesanías ya desaparecieron y sus ocupantes entendemos que ahora realizan actividades ajenas a la de la producción artesanal.

Ante la difícil situación que actualmente enfrenta la actividad artesanal, debe reconocerse la experiencia y el gran esfuerzo que ha realizado este pequeño número de artesanos. Porque son ejemplo de trabajo, talento y visión estratégica, elementos que ayudan significativamente para entender los cambios globalizados de la economía en donde la competitividad es una característica de exigencia rígida para todas las empresas.

Por eso tenemos que apreciar y tomar en cuenta las valiosas experiencias exitosas de los artesanos que hoy se han atrevido a realizar cambios innovativos

en sus procesos productivos, como lo son estos seis estudios de caso que presentamos, los cuáles hoy operan como pequeños talleres pujantes (cinco en Michoacán y uno más en el Departamento de Piura, en Perú).

En efecto, la experiencia que actualmente nos muestran estos casos especializados, nos enseñan que “sí se puede” mejorar las condiciones productivas de la gran masa de artesanos de las localidades michoacanas, replicando la riqueza de sus saberes y nuevos aprendizajes, factores que los posiciona en unidades artesanales en un contexto de crecimiento económico y cultural para sus ocupantes.

Así, el presente capítulo, destaca los factores determinantes que han permitido el desarrollo de éstas unidades productivas artesanales como pequeña empresas pujantes, características que permiten tal vez aprender aprendizajes como modelo para replicar e impulsar mecanismos de mejoramiento productivo hacia el gran número de artesanos arraigados y marginados en las localidades michoacanas. Finalmente aquí mismo, realizamos la prueba de hipótesis, para ver en qué medida éstas variables inciden o no como factor de desarrollo en la actividad artesanal de los estudios de caso desarrollados.

## **1. LA ESPECIALIZACIÓN ARTESANAL COMO FACTOR DE DESARROLLO EN LOS CASOS MICHOACANOS Y PIURANOS**

### **1.1 Factores de desarrollo artesanal: caso michoacano**

Las unidades económicas artesanales estudiadas en Michoacán, como lo vimos anteriormente, se caracterizan por ser talleres productivamente imaginativos porque poco a poco se han ido adaptando a condiciones competitivas del mercado a consecuencia de su constante mejora productiva, por lo que su producción se está rediseñando cuidadosamente con nuevas técnicas y procesos que le permiten al productor y consumidor estar más comunicado en términos de mercado. Pero esto se ha logrado como lo mencionamos anteriormente a que los

artesanos han tenido la visión de incrementar sus niveles de capacitación y aprendizaje, situación que los ha llevado a reemplazar poco a poco sus herramientas y sus eficiencias en sus procesos productivos. Por lo tanto, en estas unidades artesanales, encontramos nuevos aprendizajes artesanales que terminan dándole a la producción un mayor valor agregado por un lado, pero por el otro una mayor atracción por el mercado. Pero estos aprendizajes están determinados porque los artesanos han adquirido frecuentemente mayores niveles capacitación artesanal e innovación para sus procesos productivos situación que permite obtener mayor valor agregado en sus productos y de ingresos.

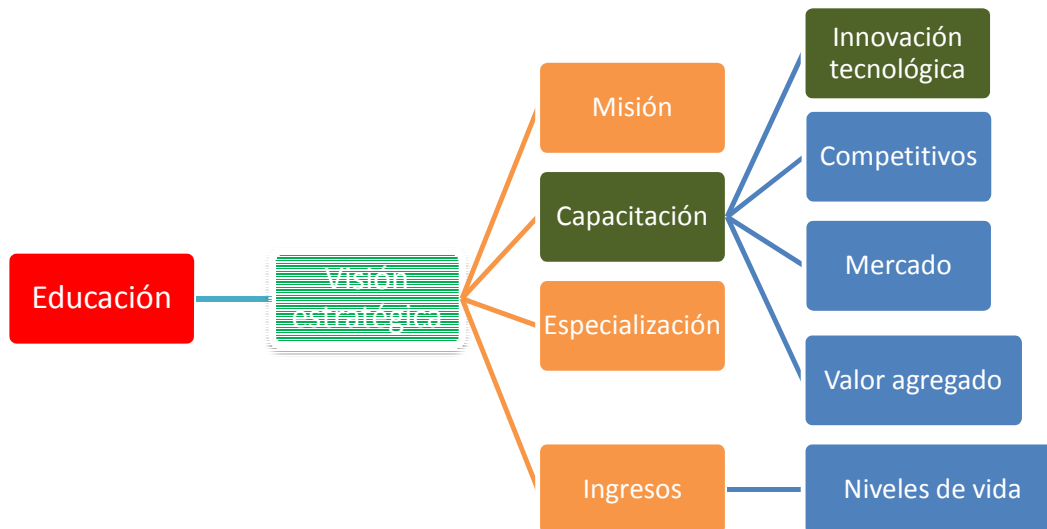
Con lo anterior tenemos que señalar que las bondades que hoy distinguen a los casos especializados artesanales se basan a que sus ocupantes han agregado atributos como los de la innovación como teóricamente lo sustenta Marx donde plantea que la fuerza productiva de trabajo está determinada por múltiples circunstancias como lo son las habilidades del artesano, el estadio de desarrollo en que se encuentren la ciencia y la tecnología y sus aplicaciones tecnológicas, la eficacia de la producción, entre otras. Esto quiere decir, que el valor de la producción será determinado concretamente por el grado de desarrollo científico-tecnológico. Además, en el caso artesanal, la productividad del trabajo depende de varios factores, como la perfección, mejora y multiplicación de sus herramientas de trabajo, pero también adaptándolas a nuevas funciones especiales para la actividad artesanal.

En efecto, estos cambios se han ido logrando paulatinamente en éstos casos. Es aquí donde identificamos que su características productivas corresponden a una estructura de talleres pujantes, con talento, audacia e imaginación, porque éstos se han atrevido a quitarse la venda de los ojos, rediseñando un mejor producto con la aplicación del uso de nuevas tecnologías sin desvirtuar la pureza manual de su trabajo. Pues se trata de unidades económicas familiares destacadas porque poco a poco van teniendo la capacidad de adaptarse a los tiempos globalizados del mercado. Su empuje paulatina de cambios innovadores en el interior de sus procesos productivos, se han venido registrando sobre todo a fines de los años

ochentas; cambios significativos a partir de la incidencia de factores como el *educativo* producto de la capacitación decidida que han emprendido sus ocupantes.

Efectivamente, en el caso de Capula, Tzintzúnzan y Zinapécuaro, en Michoacán, el factor detonante de los cambios innovativos en la actividad artesanal ha sido precisamente el factor *educativo*; factor determinante en la apertura de mayor visión y misión estratégica, para acceder a la capacitación, asistencia técnica, introducción de mejores herramientas, mejoramiento en los procesos productivos e innovativos, penetración en mejores nichos de mercado y por consecuencia mejores ingresos y niveles de vida. Esto de nueva cuenta lo contrastamos con lo que sustenta Marx y repetido anteriormente, en donde dice que la productividad del trabajo está determinada por varias circunstancias como la perfección de las herramientas, el grado de desarrollo de la ciencia y sus aplicaciones tecnológicas. La figura siguiente muestra el factor detonador para el caso de las tres localidades michoacanas:

**Figura 14. Factor detonante de desarrollo e innovación de la actividad artesanal en los estudios de caso michoacanos.**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta realizada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.

## 1.2. Factores de desarrollo artesanal: caso piurano

El caso internacional de Chulucanas, se caracteriza a que encontramos una comunidad de artesanos empeñados y capaces de defender la identidad de una actividad que tiene historia, tradición, talento y una forma muy particular de producir artículos únicos a través de las técnicas que solamente ellos dominan y conocen. Se trata de una comunidad de artesanos que tratan de defender su identidad a través de una estrategia de colaboración colectiva. Ellos se han dado cuenta que la única forma de cambiar es actuando, buscando caminos productivos alternativos de manera colectiva pero siempre buscando el desarrollo de capacidades innovadoras para la búsqueda de una mayor competitividad. Dada esta realidad, en Chulucanas los artesanos han diseñado estrategias colectivas no solo como herramienta apropiada para incrementar la productividad, sino como una de las alternativas más viables para convertir a los talleres artesanales como una alternativa de mejores ingresos e incrementar los niveles de vida de sus habitantes.

En este contexto, los productores desarrollan un esfuerzo colectivo para la concreción de objetivos comunes que inciden a tener mejores posicionamientos en la cadena de valor y mejores mercados para su comercialización.

¿Pero como se ha logrado que los artesanos en este lugar trabajen bajo el esquema de una estrategia de colaboración colectiva? Los artesanos se han dado cuenta que en la actualidad se torna cada vez más difícil sobresalir actuando de manera individual, dado su insuficiente tamaño y sus dificultades operativas; es decir, por la insuficiencia del tamaño de las empresas es muy difícil la incorporación de tecnologías, la penetración de nuevos mercados, el acceso a la información, entre otras; dado éstas características es difícil poder alcanzar resultados exitosos. Para dar respuesta a éste contexto de tan complejo y de alta competencia, los artesanos han unido esfuerzos para enfrentar las dificultades globales que hoy imperan en la economía a través del mecanismo de la *asociatividad*.

La asociatividad es la unión de voluntades, iniciativas y recursos por parte de un grupo de empresas o individuos, alrededor de objetivos comunes. También es un compromiso, persistencia y disciplina, pero también es trabajar cooperadamente, en alianza, en conjunto para obtener mejores resultados e ingresos; características que se han logrado en Chulucanas.

Pero para lograr la *asociatividad* tuvo que lograrse que entre los artesanos prevalecieran aptitudes de confianza para lograr mecanismos de cooperación para incrementar las oportunidades de crecimiento tanto individual como colectivo de los artesanos. Pero poco a poco el esfuerzo colectivo se fue sumando y consolidando hacia objetivos comunes hasta llegar a que hoy se tengas aceptables niveles de confianza, elemento que ha sido determinante para obtener mejores condiciones productivas artesanales.

Con los niveles de confianza y la asociatividad ha brindado la posibilidad de que los artesanos accedan a nuevos mercados como consecuencia de los avances en los flujos de información, tecnología y capital; oportunidades que se aprovechan a través de la serie de servicios que ofrece el Centro de Innovación Tecnológica (CITEs) de Chulucanas.

Así el éxito de la asociatividad en Chulucanas tiene las siguientes características:

**Fig. 15. Características de éxito de la asociatividad en Chulucanas.**

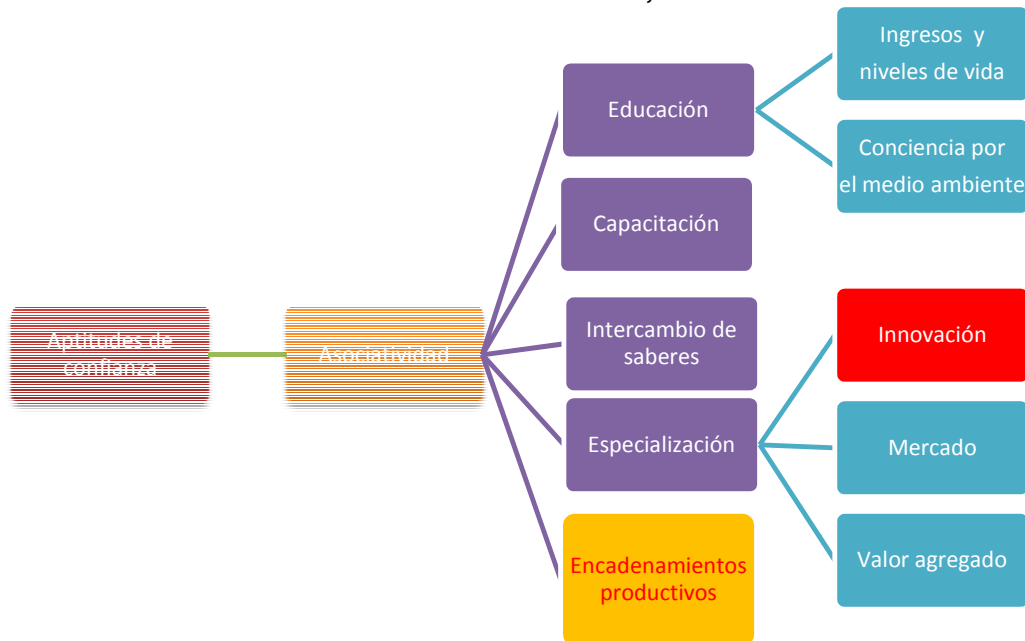


**Fuente:** Elaboración propia en base al cuestionario aplicado del día 15 de junio al 15 de julio del 2011.

Como vemos en la figura anterior, son cinco las características que inciden en el éxito de la asociatividad en la actividad artesanal. Y son los niveles de confianza el factor más importante que contribuye a que se protagonicen mecanismos de colaboración entre las unidades económicas artesanales y entre los artesanos; acciones que se traducen en una serie de beneficios que mejoran las condiciones productivas artesanales y los niveles de vida de la población sin desvirtuar lo cultural de sus artesanías.

En la siguiente figura, podemos observar que el factor *asociatividad*, que una vez logrado la confianza entre los artesanos, éste ha sido un elemento pujante para la innovación de las artesanías de Chulucanas:

**Figura 16. Factor detonante de desarrollo e innovación de la actividad artesanal en Chulucanas, Perú.**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta realizada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010.

Finamente, son varios los beneficios que ha traído la capacidad de asociatividad registrada en Chulucanas. Ahora los artesanos con esta capacidad les permiten compartir riesgos y disminuir costos en sus quehaceres productivos. Las principales mejoras productivas a que acceden los productores son las siguientes:

- ❖ Mejoras en los procesos productivos.
- ❖ Aplicación de nuevas formas de administración.
- ❖ Planeamiento estratégico.
- ❖ Intercambio de información productiva o tecnológica.
- ❖ Capacitación conjunta.
- ❖ Generar economías de escala.
- ❖ Acceso a mayores recursos de organismos locales e internacionales.
- ❖ Acceso a tecnologías de productos y procesos
- ❖ Aumento del poder de negociación
- ❖ Investigación y desarrollo
- ❖ Apertura de nuevos mercados

- ❖ Alianzas para vender
- ❖ Investigación de mercados
- ❖ Inversión conjunta
- ❖ Consorcios de exportación

## **2. ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE FACTORES DE DESARROLLO E INNOVACIÓN ARTESANAL: CASO MICHOACANO Y PIURANO**

Vimos anteriormente que los factores que han detonado el inicio del desarrollo artesanal en las localidades michoacanas y piuranas ha sido la cuestión *educativa* y *asociativa* respectivamente.

En Chulucanas, el nivel de desarrollo de la actividad artesanal presenta características y factores diferentes a las identificadas a Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro, Michoacán. En este caso, el factor de desarrollo como mencionamos anteriormente, tiene que ver con el importante grado de *asociatividad* que existe entre los artesanos de la localidad. Factor que ha abierto el camino como sensibilizador para acceder a un abanico de mejoras productivas en las cuáles los artesanos han accedido a tecnología apta para la artesanía y por ende mejorado sus procesos productivos, rediseñando nuevos productos con una idea cercana al consumidor global, con productos únicos innovados y competitivos; situación que atrae mercados que pagan y valoran lo hecho a mano sin intermediarios, generando con ello mayores ingresos entre los artesanos y por consecuencia mejores niveles de vida.

Para el caso michoacano, el factor educativo, ha desencadenado que los ocupantes de éstas unidades artesanales constantemente estén preocupados por acceder a mejores niveles de capacitación en el ramo artesanal, condición que permite una mayor especialización en procesos productivos y desde luego en obtener mayores ideas innovativas que se traducen en mejores productos y clientes. En el caso de Chulucanas, el nivel de confianza es el factor que ha motivado un ascendente desarrollo artesanal. Aquí, las aptitudes de confianza son

importantes, característica que ha permitido la asociatividad y por consecuencia un trabajo solidario en equipo que motiva a que en este lugar se empiecen a registrar encadenamientos productivos. Contrariamente, encontramos que para el caso michoacano identificamos ausencia de encadenamientos productivos entre los artesanos, debido a la competencia interna entre ellos, pero sobre todo, por la ausencia de asociatividad. Esta ausencia de asociatividad refleja que solo el 5% de los productores implementen procesos productivos innovativos, contra un 75% en el caso de Chulucanas.

Es decir, en el caso michoacano encontramos una marcada ausencia de ideas innovativas en procesos productivos al encontrar que solo un pequeño número lo ha podido hacer. Contrariamente, el caso de Chulucanas, la asociatividad es un factor de empuje y de sensibilidad para el desarrollo artesanal que ha abierto a la comunidad en la obtención de una serie de beneficios económicos y culturales que se traducen en mejores oportunidades productivas para los artesanos y que desde luego mejoran los niveles de vida de la localidad.

Con la asociatividad y los servicios del CITEs Cerámica en Chulucanas, importante han sido los beneficios que se han logrado hacia los artesanos de la región el país.

En el desarrollo de innovación artesanal que observamos hoy en los casos de Michoacán y Chulucanas, debemos de aclarar que su desarrollo no tiene que ver en principio con la incorporación de nuevas herramientas para el trabajo, cambio de insumos, capacitación y asistencia técnicas, u otras; sino que detrás de ello está presente el factor *educativo* y la *asociatividad*; factores que han sido directamente sensibilizadores a los cambios y a la mejora continua de la arraigada actividad artesanal.

En la siguiente tabla comparativa, realizamos un análisis comparativo de resultados de los estudios de caso tanto michoacanos y piuranos. Se destaca que nuestro país (México), es un territorio muy parecido a la República el Perú; los cuales poseen una enorme riqueza cultural por la presencia de millones de

indígenas distribuidos en todo su territorio nacional. México cuenta con 13.2 millones de indígenas los cuáles representan más de 26% de la población total. Similarmente Perú, tiene más de 6 millones de indígenas los cuales representan más del 20% de su población total, característica que bien puede ser aprovechada para tener con este país un intercambio cultural.

En este análisis de resultados, habrá que decir, que las localidades michoacanas y piuranas presentan características similares y diferenciadas en varios aspectos: por ejemplo las instituciones que tienen que ver con el impulso de la producción artesanal, en México la labor de FONART, FONAES, Instituto Nacional Indigenista y CASART ha sido deficiente para su impulso; en cambio en el caso piurano existe una estrategia nacional que tiene que ver con revalorización del sector artesanal, tal esfuerzo se realiza desde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, espacio donde está delineada la Dirección Nacional de las Artesanías., (ver cuadro 37).

<b>Cuadro 37. Análisis comparativo de resultados de estudios de caso de artesanías de innovación.</b>	
<b>Caso michoacano</b>	<b>Caso piurano</b>
México: 13.2 millones de indígenas (26.6% de la población total)	Perú: 6 millones de indígenas (20% de la población total)
Michoacán: 26 ramas artesanales	Perú: 32 ramas artesanales
FONART, FONAES, Instituto Nacional Indigenista y CASART	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Dirección Nacional de las Artesanías)
Bajos niveles de confianza	Aceptables aptitudes de confianza
Educación	Asociatividad
Artesanos con innovación: 5%	Artesanos con innovación: 75%
Programas deficientes para la producción artesanal	Articulación de la oferta con la demanda
Alto intermediarismo	Escaso intermediarismo
Competencia e individualismo artesanal	Encadenamientos productivos
Escaso intercambio de experiencias	Frecuente intercambio de experiencias
Obsoleta Ley del Artesano	Frecuente actualización de la Ley del Artesano
<b>Fuente:</b> Elaboración propia.	

Con la apertura a la especialización, ha permitido que los artesanos apliquen exitosamente los conocimientos técnicos sobre el uso de materiales en los procesos productivos y combinen con éxito la tradición y la modernidad, creando productos nuevos, innovados y de mayor calidad para orientarlos a un mercado más competitivo.

Pero la productividad de la actividad artesanal en los casos especializados ha tenido que ver con el grado de desarrollo científico-tecnológico en que sus ocupantes han incorporado, situación que les permite imprimir mayor eficacia en sus procesos productivos y de sus productos.

Siendo la innovación y la capacitación permanente la que permite tener mayores niveles de competitividad y por ende penetrar en mejores mercados en el mundo. En este centro de innovación se han capacitado a miles de artesanos ceramistas de la región y el país. Solamente en la región Chulucanas se han capacitado desde el año 2004 al 2010 a más de 6,500 artesanos y a más de 400,000 en todo el país en esos mismos años, superando en más del 50% la meta programada, (ver cuadro 38).

**Cuadro. 38. Perú: número de beneficiarios en los CITEs de Artesanía y Turismo, 2010.**

NOMBRE/AÑO	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	TOTAL
<b>CITEs PRIVADOS:</b>								
CITE Textil Camélidos Huancavelica	18,227	17,908	12,725	14,626	22,199	16,377	17,259	<b>119,321</b>
CITE Camélidos Sudamericanos Puno	41,875	34,868	33,265	22,531	24,515	28,778	24,047	<b>209,879</b>
CITE Joyería Catacaos Piura	1,133	533	982	662	1,876	2,539	1,261	<b>8,986</b>
CITE Cerámica Chulucanas Piura	465	748	1,942	556	1,028	890	925	<b>6,554</b>
CITE Peletería Sicuani Cusco	1,010	1,571	2,178	1,508	2,626	2,112	2,945	<b>13,950</b>
CITE Joyería Koriwasi Cajamarca	173	210	463	563	497	618	155	<b>2,679</b>
CITE Utcubamba Amazonas	--	--	--	--	--	--	1,546	<b>1,546</b>
<b>CITEs PÚBLICOS:</b>								
CITE Artesanía Ucayali Pucallba	N/A	904	1,486	1,847	5,637	3,823	7,760	<b>21,457</b>
CITE Turístico Artesanal Sipán Lambayegue	5,382	5,384	5,816	3,459	3,636	2,284	5,729	<b>31,690</b>
<b>TOTAL DE BENEFICIADOS.</b>	<b>68,265</b>	<b>62,126</b>	<b>58,857</b>	<b>45,752</b>	<b>62,014</b>	<b>57,421</b>	<b>61,627</b>	<b>416,062</b>
<b>PROGRAMADO</b>	<b>33,761</b>	<b>35,632</b>	<b>38,015</b>	<b>39,916</b>	<b>41,912</b>	<b>45,148</b>	<b>47,227</b>	<b>281,611</b>
<b>CUMPLIM. META</b>	<b>202.0%</b>	<b>174.1%</b>	<b>154.8%</b>	<b>114.6%</b>	<b>148.0%</b>	<b>127.2%</b>	<b>130.4%</b>	<b>150.1%</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base en información del *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*, República del Perú, Lima Perú, Junio del 2011.

Como producto de la capacitación, la innovación ha permitido hacer mejoras productivas en diseños, tamaños, precios, etc., característica que ha incidido con la satisfacción de los gustos y preferencias de un consumidor altamente exigente y de un mercado globalizado que constantemente exige productos en la esfera de la competitividad. Por lo tanto, las mejoras productivas en las innovaciones de los estudios de caso, hemos identificado las siguientes características:

- ❖ El pequeño taller tiene una organización productiva por áreas.
- ❖ Elabora objetos utilitarios hechos con materiales tradicionales pero readecuados a las necesidades y gustos del consumidor.
- ❖ Diversifica sus diseños y productos.

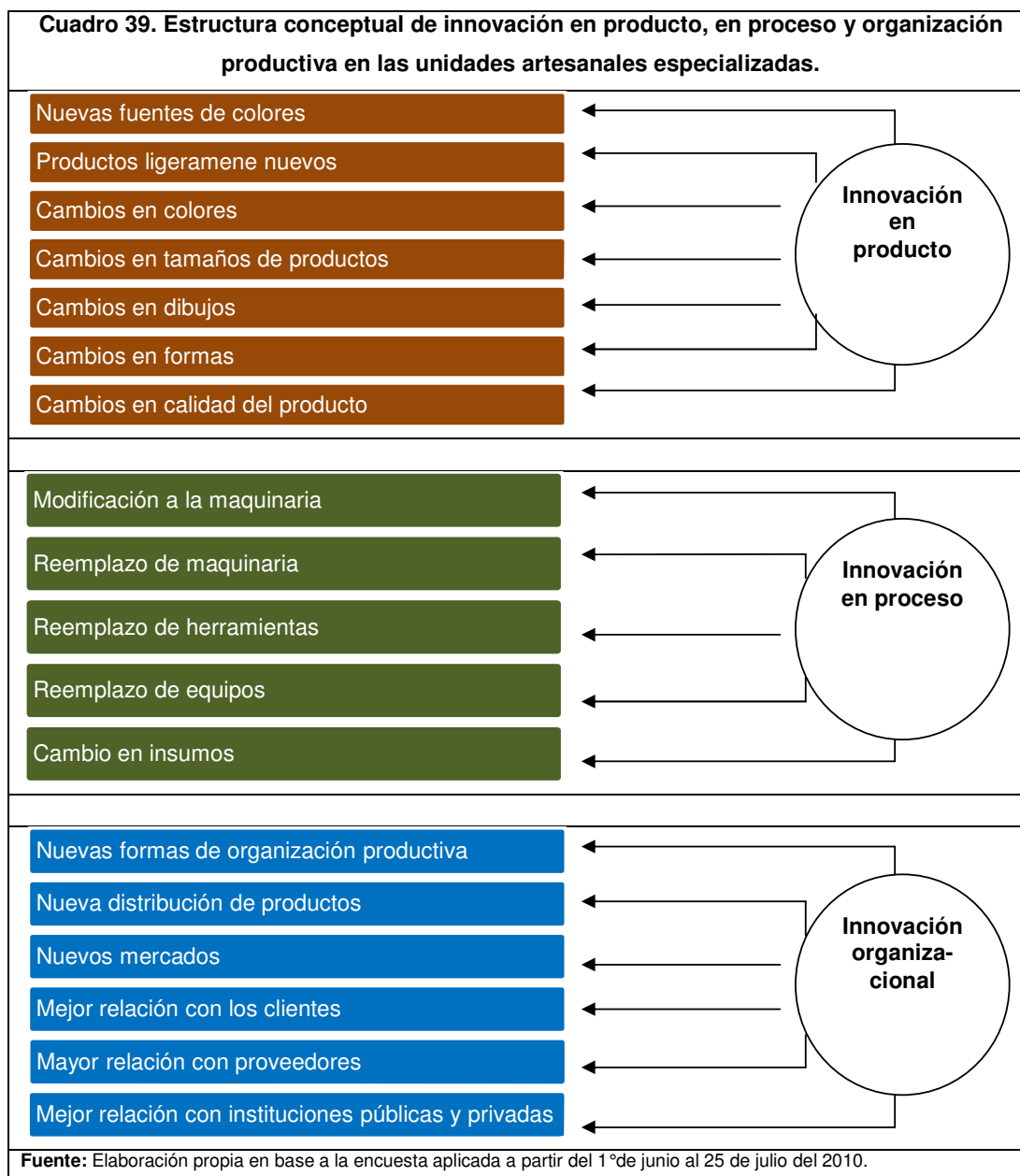
- ❖ Innovación produciendo ocasionalmente para festividades tradicionales regionales y nacionales.
- ❖ Se agrega una tienda para la exposición y venta de sus productos.
- ❖ Envío directo a los clientes nacionales y extranjeros.
- ❖ Han empezado a emplear personal asalariado.
- ❖ Producen por encargo objetos para restaurantes, hoteles, fiestas y eventos particulares.
- ❖ Producen parte de su producción para instituciones con programas y proyectos para el desarrollo de las artesanías como CASART, FONART (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías), y SEDECO (Secretaría de Desarrollo Económico) y otros.
- ❖ Viajan a otras localidades en busca de mejores mercados para su artesanía.
- ❖ Tienen conocimiento sobre las mezclas y combinaciones de materiales para la decoración.
- ❖ Todos los participantes, por lo general saben desempeñar todas las actividades en las fases de producción.
- ❖ Parte de la producción, en ocasiones se da a maquilar con otros productores locales.
- ❖ Introducción de producción de alta temperatura.
- ❖ La participación en concursos regionales y nacionales.
- ❖ El dueño del taller sigue participando directamente en el taller.
- ❖ Formación y participación en organizaciones como las cooperativas o similares.
- ❖ La organización productiva tiene ya una idea empresarial.

De hecho todas estas actividades constituyen elementos que impactan en la efectividad y eficiencia de su producción, de ganancia y mejores condiciones sociales; condiciones que mejoran sin duda los niveles de vida de sus ocupantes.

Al respecto, la innovación en los procesos productivos, es un factor fundamental para el desarrollo artesanal. En los seis estudios de caso, observamos que la

innovación que presentan estos talleres especializados comprende desde el desarrollo de nuevos productos y de nuevos procesos productivos y hasta los enfoques de promoción o de mercado.

En la siguiente tabla, observamos la estructura conceptual de innovación en el producto:



Como parte de la innovación que encontramos en estos seis estudios de caso, es importante mencionar que producto de la capacitación, las unidades económicas poco a poco han ido incorporando herramientas tecnológicas que permite crear y diseñar productos más innovados y cercanos a los gustos y preferencias de un consumidor más exigente y desde luego más global. Esto quiere decir, que de manera paulatina se han modificado las herramientas rudimentarias y reemplazando tecnología más avanzada con el cuidado de no dañar los signos culturales de la artesanía. En el caso de los talleres especializados michoacanos observamos que son unidades económicas artesanales pujantes y en despegue; en el caso del centro de innovación de Chulucanas, es un caso de desarrollo e innovación consolidado y donde su principal factor detonante como lo hemos venido mencionando, tiene que ver con el grado de *asociatividad* entre los artesanos.

Ahora, ¿por qué en Michoacán solo el 5% de los artesanos presentan características de innovación y el 95% se han quedado estancados?, la respuesta es amplia, pero sus bajos niveles de especialización tienen que ver con la capacitación. Para empezar a contestar esta pregunta, en el siguiente cuadro presentamos un comparativo sobre la tecnología utilizada en los talleres especializados y no especializados estudiados en los casos michoacanos, ver (cuadro 40):

**Cuadro 40. Tecnología utilizada en los procesos productivos en los talleres artesanales especializados y no especializados en Michoacán.**

<b>Especializados</b>	<b>No especializados</b>
Horno de gas LP (1500 ºC)	Horno de leña (de 700 a 800 ºC)
Tornos eléctricos (molido del barro)	Molido manual en piedra
Estructor (amasador)	Amasado manual
Moldes especiales	Moldes sencillos
Mezcladora (materiales en líquido)	No se tiene
Revolvedora (materiales en polvo)	No se tiene
Pinturas especiales	Pintura sencilla (de baja calidad)
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a talleres artesanales especializados y no especializados del 1º de junio al 25 de julio del 2010.	

Por otro lado, en el siguiente cuadro observamos que encontramos características la cuáles indican en atraso y el despegue de las unidades económicas artesanales, mientras tanto, las especializadas presentan flexibilidad para introducir innovaciones en sus procesos productivos entre otras cosas y las atrasadas se han quedado en la tradición, (ver cuadro 41):

**Cuadro 41. Características diferenciales de los estudios de caso michoacanos: talleres especializados y atrasados.**

<b>Casos especializados</b>	<b>Talleres atrasados</b>
1. Especialización en nuevas técnicas de producción y en alta temperatura	1. Técnicas tradicionales y atrasadas.
2. Innovadores en la mejora y diversificación del producto.	2. Escasa innovación en el producto.
3. Flexibilidad para introducir innovaciones en los procesos productivos.	3. Unidades económicas más cerradas y temerosas en la innovación.
4. Invierten en capacitación y desarrollo	4. Escasa o nula capacitación y desarrollo.
5. Gracias a sus procesos productivos, reducen sus costos de producción.	5. Presentan una economía de subsistencia.
6. Reconocimiento productivo a nivel nacional e incluso internacional.	6. Reconocimiento solo a nivel local
7. Habilidad para concertar y vender en diferentes mercados.	7. La comercialización está en manos del intermediario.
8. Confianza en la institución pública y privada para gestionar recursos.	8. Temerosos al endeudamiento.
9. Combinan el tradicionalismo con la innovación en los productos.	9. Tradicionalismo arraigado y escasa innovación.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a talleres artesanales especializados y no especializados del 1º de junio al 25 de julio del 2010.	

Finalmente, una de las características que sobresalen en los estudios de caso consiste en que estas unidades artesanales siguen siendo familiares y son contratadoras de mano de obra asalariada, empleando personal de la misma localidad o región; es decir, que además de emplear mano de obra familiar compran también la ajena con una organización de trabajo más calificado y usando tecnología mas compleja. Sobre la mano de obra asalariada que se contrata, se extrae con artesanos de misma localidad; los cuales ya conocen el quehacer artesanal; los cuales reciben la capacitación adecuada por el mismo dueño del taller; competencia que es necesaria para poder desempeñar cualquier proceso productivo del taller. Dentro del taller, el dueño sigue participando en

diferentes tareas del proceso productivo por lo que no se observa todavía una división de trabajo (excepto con los menores de edad).

Es importante mencionar que el uso de la mano de obra asalariada en estos casos; esta genera importantes dividendos en los aspectos de capacitación y empleo. Sobre el primero, el conocimiento en el uso de herramientas más sofisticadas, la cual provee al artesano atrasado a tener mayores ideas y competencias en el quehacer artesanal; conocimiento que el artesano puede transmitir a miembros familiares cuando éste regrese a trabajar a su propio taller. Sobre el segundo aspecto (empleo), el ingreso que perciben los trabajadores asalariados ayuda a solventar las necesidades básicas de la familia, además de enriquecer los saberes artesanales locales.

El personal ocupado total en los seis talleres artesanales especializados son los siguientes:

<b>Cuadro 42. Personal ocupado total en los casos artesanales especializados.</b>				
Nombre del taller	2007		2010	
	Familiares	No familiares	Familiares	No familiares
El Colibrí	4	2	4	0
	Total 6		4	
El Nuevo Colibrí	3	4	3	2
	Total 7		Total 5	
Ladislao Martínez	11	0	13	0
	Total 11		Total 13	
Cerámica Tzintzúntzan	6	3	6	3
	Total 9		Total 9	
Hernández Cano	18	0	18	0
	Total 18		Total 18	
CITE Chulucanas	-	-	43	22
	No existen datos		Total 65	
	<b>Gran total 51</b>		<b>Gran total 114</b>	

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010 en localidades michoacanas y encuesta aplicada del 10 de junio al 1º de julio del 2011 en Chulucanas.

Podemos observar en el cuadro anterior que las unidades económicas artesanales son generadoras de empleo, en total para el año 2010 se generaron 114 empleos en los 6 casos especializados. Es importante mencionar que de este total de artesanos en los estudios de caso, no se cuentan los niños ni los adultos mayores que en sí también participan en el proceso productivo. Es decir, debemos tomar en cuenta, que cada artesano empleado en este sector, de su ingreso depende en muchos de los casos un importante número de familiares. Así el artesano como jefe de familia, lleva a sus hogares un ingreso que sirve para sostener a la familia en sus necesidades básicas como el vestido, la alimentación, el transporte, etc. Pero no solo el ingreso funciona como un efecto multiplicador para la familia, sino también la parte cultural de sus actividades, los conocimientos del quehacer artesanal se van transmitiendo de generación en generación, sustrayendo tal vez la mayor de las riquezas de un aprendizaje cultural propio de su comunidad.

### **3. LIMITANTES DE LOS TALLERES ARTESANALES ESPECIALIZADOS EN ESTUDIOS DE CASO MICHOACANOS**

A pesar del avance innovativo que hemos identificado en los cinco estudios de caso estudiados, es importante mencionar que a pesar de ser talleres artesanales pujantes en dichas localidades; estos presentan algunas limitantes que a continuación mencionamos:

- ✓ En materia de exportación, no han sido capaces de comercializar sus productos de manera directa, por lo que lo hacen con el apoyo de organismos públicos como Casa de las Artesanías, SEDECO y CEXPORTA del Gobierno del Estado.
- ✓ Aún falta capacitación en materia de embalaje para el empacado de los productos sobre todo cuando su destino es el mercado externo.
- ✓ Falta de conocimiento en manejo de personal y seguridad social.
- ✓ Aún falta capacitación en costos de producción.
- ✓ Se percibe que entre ellos y la comunidad existen bajos niveles de confianza y por ende de asociatividad.

#### **4. LIMITANTES DEL CENTRO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA ARTESANAL (CITEs) DE CHULUCANAS**

A pesar de las grandes ventajas en desarrollo tecnológico y de innovación del centro de innovación de Chulucanas, observamos algunas debilidades o limitantes, las cuáles son las siguientes:

- ✓ Aún falta más de la incorporación e inscripción de un importante número de artesanos de la localidad o región a los servicios del CITEs.
- ✓ El crédito financiero a nivel asociación sigue siendo todavía deficiente.
- ✓ Se requiere de una unidad de transporte propia del CITEs para movilidad de insumos y mercancías, sobre todo para eventos especiales.

#### **5. PRUEBA DE HIPÓTESIS**

En los estudios de caso que realizamos, buscamos conocer las principales características productivas de las unidades económicas artesanales especializadas. Es decir, el estudio a través de los cuestionarios aplicados buscó conocer la opinión de los artesanos respecto a su trascendencia productiva, para conocer a profundidad sus aprendizajes en sus procesos productivos que van desde los insumos hasta su comercialización.

Los estudios de caso que satisfactoriamente llevamos a cabo en las unidades económicas especializadas, como hipótesis central apostamos a que el nivel de desarrollo productivo que actualmente poseen un pequeño grupo de artesanos destacados tiene que ver a la variable de *capacitación e innovación tecnológica*, es decir, con su grado de desarrollo científico-tecnológico (mayores niveles e capacitación, reemplazo y mejora de herramientas, mayores niveles educativos y habilidades artesanales y otras), factores determinantes para que los talleres accedan en mejoras productivas con características de comercialización y exportación. Esto quiere decir, que la variable *capacitación e innovación tecnológica*, es un elemento que permite al artesano tener una mayor visión e imaginación empresarial que aunado a su talento facilita en proponer al interior de

su unidad económica una organización productiva que le permite agilizar procesos productivos y desde luego bajar costos de producción.

Así, siendo la *capacitación e innovación tecnológica* la variable principal que incide directamente en el grado de desarrollo artesanal o como lo dice Marx que la fuerza productiva de trabajo está determinada por el grado de desarrollo científico tecnológico, son factores que hacen posible que estas unidades económicas artesanales se destaquen por tener procesos productivos especializados que inciden en insertarse en mejores nichos de mercado situación que lleva a que sus ocupantes obtengan mayores ingresos y por ende mejores niveles de vida en comparación con el resto de los productores de cada una de las localidades. Por lo tanto, nuestra hipótesis que planteamos inicialmente es aceptada.

En el siguiente cuadro, observamos la prueba de hipótesis que inicialmente se plantearon, las cuáles fueron aceptadas o rechazadas:

<b>Cuadro 43. Prueba de hipótesis.</b>			
<b>Localidades</b>	<b>Hipótesis planteada inicialmente</b>	<b>Factor de desarrollo</b>	<b>Aceptación o rechazo</b>
<b>Michoacanas</b>	Capacitación e innovación	Educativo	Se acepta
	Política pública	-	Se acepta
<b>Chulucanas</b>	Capacitación e innovación	Asociatividad	Se acepta

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada del día 1º de junio al 25 de julio del 2010 en localidades michoacanas y encuesta aplicada del día 10 de junio al 1º de julio del 2011.

En el caso de la variable relacionada con la política pública para el caso michoacano, mencionamos como hipótesis que el fracaso de los programas relacionados con el impulso en el sector artesanal se caracterizaban por ser inoperantes e ineficaces al ser diseñados como una receta general para todas las

regiones sin importar su vocación productiva, capacidades y especificidades locales y regionales, dando como resultado un desarrollo desequilibrado en la distribución del ingreso, tanto entre grupos sociales, entre regiones y entre los mismos sectores productivos. Por lo tanto, esta hipótesis de *política pública* también es aceptada, ya que es evidente que las políticas actuales sobre el fomento artesanal prácticamente han desaparecido, la prueba está en que los pocos organismos lucen actualmente como instituciones inoperantes como “elefantes blancos” por un lado, y por otro, sus programas actuales no han sido capaces de aprovechar la vocación productiva y las capacidades locales artesanales.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTAS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL A PARTIR DE LAS EXPERIENCIAS DE CASOS ESPECIALIZADOS COMO FACTORES DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL PARA LAS ARTESANÍAS DE CAPULA, TZINTZÚNTZAN Y ZINAPÉCUARO, MICHOACÁN**

En el desarrollo de este capítulo, presentamos las propuestas de mejoramiento de la actividad artesanal a partir principalmente del aprovechamiento de los saberes y aprendizajes identificados en los estudios de caso. Para ello, proponemos una estrategia de mejoramiento productivo basado en la réplica de nuevos saberes locales que pueden desarrollarse con la participación de los actores locales delineados con el impulso de una política pública dirigida desde la universidad principalmente. Es decir, para impulsar el mejoramiento productivo local e intercambio de experiencias entre los artesanos de las localidades aprovecharemos el prestigio, su reconocimiento y la probada capacidad que tiene la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), que aprovechando el cúmulo de conocimientos interdisciplinarios puede resultar un actor clave para coordinar los esfuerzos que se destinen para mejorar las condiciones productivas del sector artesanal.

Consideramos que con la multiplicación de esfuerzos dirigidos desde la Universidad Michoacana que aprovechando las capacidades y los nuevos saberes identificados en los talleres especializados, los artesanos en pobreza tendrán nuevas alternativas de producción, de desarrollo y mejores condiciones de vida.

En este contexto, el capítulo presenta las propuestas de desarrollo local y regional para el mejoramiento de la actividad artesanal, que además de aprovechar los casos artesanales exitosos, conjuntamente propone elementos de política pública de participación local y regional coordinados igualmente por la Universidad Michoacana. En este caso, la tarea de la política pública en primer lugar, debe favorecer a los artesanos construyendo esquemas de capacitación e innovación tecnológica que aprovechando las experiencias exitosas de artesanos destacados

pueden ayudar a mejorar las condiciones productivas de la gran masa de productores que viven en pobreza. Y en tercer lugar, proponemos que se implementen acciones de política pública para construir información cualitativa y cuantitativa en el sector artesanal, elementos que deben de servir para entender mejor al artesanado y desde luego llegar a toma de decisiones que realmente tomen en cuenta a los productores, sus capacidades y sus artesanías.

## **1. PROPUESTAS DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL PARA LAS ARTESANÍAS A PARTIR DE LAS EXPERIENCIAS DE CASOS ARTESANALES ESPECIALIZADOS**

Para impulsar el desarrollo local y regional de las localidades de Capula, Tzintzúntzan y Zinapécuaro, nosotros apostamos en la creación de un plan o estrategia de mejoramiento productivo que a partir de la dirección de la Universidad Michoacana, dirija los esfuerzos conjuntos en torno a los objetivos, estrategias para sensibilizar y movilizar acciones que a partir de los nuevos aprendizajes identificados en las unidades artesanales especializadas, se construyan esquemas de capacitación y nuevos conocimientos para que entre los artesanos se vaya construyendo un esfuerzo de confianza, cooperación y solidaridad, para que ellos mismos faciliten la circulación de información entre las unidades económicas atrasadas y especializadas y difundan de manera decidida las experiencias en artesanías entre la localidad y localidades de la región para mejorar el sistema productivo local.

Para impulsar la estrategia de desarrollo local y regional en la actividad artesanal, debe diseñarse adecuadamente una estrategia desde la universidad que logre aprovechar el *esfuerzo conjunto* de los productores artesanales (atrasados y especializados) con el objetivo de intercambiar experiencias para el mejoramiento productivo, transferencia de tecnología, insumos, comercialización y otros aspectos importantes. Para incidir en el desarrollo productivo y aprovechando el intercambio de experiencias artesanales, deben de recuperarse espacios culturales de capacitación con los que cuentan las localidades; espacios que lucen

actualmente abandonados, para que funjan como “escuelas-taller”, que dote de mayores capacidades al artesano para que el intercambio de saberes y nuevos aprendizajes sea una herramienta útil que fortalezcan sus habilidades y su destreza artesanal.

## **2.1 Actores intervinientes en el desarrollo local y regional de la actividad artesanal**

Como mencionamos anteriormente, uno de los principales actores intervinientes que deben participar de forma y decidida en el desarrollo local y regional son los actores comunitarios en pro del desarrollo artesanal (productores artesanales especializados y atrasados); que aprovechando las experiencias en artesanías especializadas, los productores atrasados pueden verse beneficiados a partir de esos nuevos saberes y conocimientos identificados.

Para la suma de esfuerzos y voluntades que apoyen y fomenten la producción artesanal en las comunidades, es necesario del apoyo decidido de los siguientes actores participantes:

1. Una institución clave para promover el desarrollo local y regional en la actividad artesanal es la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH) por contar con recursos humanos especializados en diferentes áreas y disciplinas que lamentablemente poco han sido aprovechados para impulsar la actividad artesanal.

La Universidad es por definición, el lugar de producción y de difusión del conocimiento y de la cultura<sup>102</sup>. En este contexto, la universidad ya no puede seguir respondiendo a una lógica de reproducción académica, es decir, el conocimiento que se genera en las aulas debe salir a donde existen las necesidades sociales. La Universidad debe de ser una entidad creadora de conocimiento científico, de vinculación y de transferencia de tecnología y que debe

---

<sup>102</sup> Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). *Manual de Desarrollo Local-ILPES*. Santiago de Chile, 2002. Pág. 101

colaborar con los artesanos con el único objetivo de mejorar las condiciones de vida locales y regionales.

Sobre el apoyo que se requiere de la Universidad Michoacana, tenemos un importante número de Institutos y Facultades que podrían participar desde sus ópticas en la estrategia convocada de desarrollo local y regional de las comunidades.

En la Universidad Michoacana contamos con el Instituto de Metalúrgicas, el cuál participaría en la asistencia técnica de resistencia de los productos artesanales, los cuáles en la mayoría de la producción, presenta serios problemas rompimiento en las piezas.

Dentro de la Universidad Michoacana tenemos a la Facultad de Economía que bien puede impulsar estudios de mercado para identificar nuevos nichos de mercado para las artesanías, además de coadyuvar en aspectos importantes como la capacitación, administración, cálculo de costos de producción y tasas de ganancia. Del mismo modo, el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE) dependiente de la Universidad Michoacana y específicamente la Maestría en Comercio Exterior la cuál tiene reconocimiento del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), puede prestarnos sus servicios en asesoramiento sobre los tramites y requisitos que se fijan en comercialización para el caso de las exportaciones, apoyados por BANCOMEXT (Banco de Comercio Exterior) y CEXPORTA; requisitos indispensables que servirán para capacitar a los artesanos en las comunidades, los cuáles carecen de información sobre todo en comercio exterior.

2. Otra de las instituciones públicas que son obligadas a participar de forma decidida en el mejoramiento productivo de la actividad artesanal en estas localidades, es la CASART del Gobierno del Estado de Michoacán. Sabemos que en los últimos años, las políticas de fomento artesanal dirigidas por esta institución no han sido las más adecuadas para promover su desarrollo; se ha ejercido una política crediticia muy selectiva y con tasas de interés muy elevadas y con trámites

engorrosos y burocráticos. Para promover el desarrollo de la actividad artesanal, la Casa de las Artesanía debe de retomar su papel de promotor de la economía artesanal, reorientando su política industrial y trabajando de manera conjunta con los actores locales en aspectos como el de capacitación, asistencia técnica, apoyo crediticio, comercialización, embalaje, etc. Es decir, aquí la institución pública debe de asumir un papel protagónico ofreciendo la parte de servicios que le toca, pero sobre todo aprovechando y fortaleciendo las experiencias especializadas ya identificadas con algunos productores para mejorar las condiciones de atraso de la gran mayoría de los artesanos.

En este mismo punto, el Fondo Nacional para las Artesanías (FONART) es otra de las instituciones relevantes que deben participar en el impulso de las actividades artesanales. Uno de los roles específicos de FONART, es el de impulsar la producción de la artesanía mexicana, pero también el de promocionar los productos artesanales tanto en el interior del país como en el exterior. Otra de las tareas que tiene esta institución, es la de promover la cultura mexicana en diferentes partes del mundo, dicha promoción debe tener un alto nivel de convencimiento de lo que son los productos artesanales y los que son hechos de manera industrial.

3. Uno de los agentes intervinientes que se sumarán en el proceso de desarrollo local y regional para las artesanías, son las Asociaciones de Migrantes Michoacanos radicados en los Estados Unidos de América. Para ello, aprovecharemos los proyectos de migración llevados a cabo por el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE) de la UMSNH. Para tal objetivo, culminaremos convenios de participación y colaboración para impulsar la comercialización de artesanías en los Estados Unidos y otros países. Para tal efecto, el Gobierno del Estado, con el apoyo de la CasArt y CEXPORTA cubrir y facilitar los requisitos de exportación.

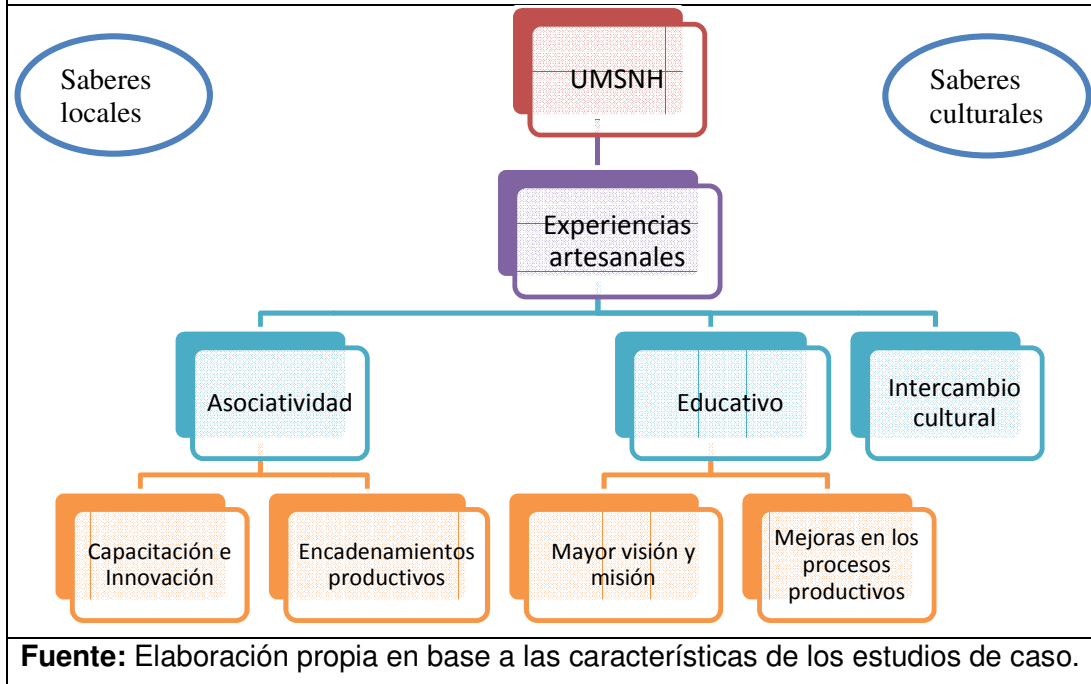
4. Y siguiendo con la suma de esfuerzos para el mejoramiento productivo, otro actor interviniente es el *gobierno municipal*, perteneciente a cada localidad. El

objetivo del apoyo municipal, es el de modificar el ambiente productivo y social existente con el fin de incrementar la calidad de vida de las localidades. Además, su intervención debe ir dirigida hacia una mayor coordinación y apoyo entre los agentes participantes. Es decir, aquí el municipio debe sumarse a las actividades programadas en la estrategia de mejoramiento productivo, creando mecanismos y recursos necesarios hacia la actividad. Por ejemplo, generando incentivos fiscales y económicos, apoyo y transferencia en tecnología, capacitación, etc., a las unidades económicas artesanales.

5. Y finalmente, otro de los actores que pudiesen ser claves en la promoción y comercialización de las artesanías tiene que ver con los Restauranteros y Hoteleros de Michoacán. Para la promoción y comercialización de las artesanías es necesario que éstas se encuentren a la vista sobre todo del turismo nacional e internacional. Sabemos que estos espacios, son lugares concurridos y con presencia de turismo casi todo el año. Para ello, conjuntamente, los productores y la Universidad Michoacana, participaremos en un convenio voluntarios para instalar en espacios claves pequeñas vitrinas con productos artesanales de las localidades para su venta y promoción.

De esta manera, la estrategia general de desarrollo local y regional y de actores intervinientes podemos observarla en la siguiente figura:

**Figura 17. Agentes intervinientes en el desarrollo local y regional para la actividad artesanal.**



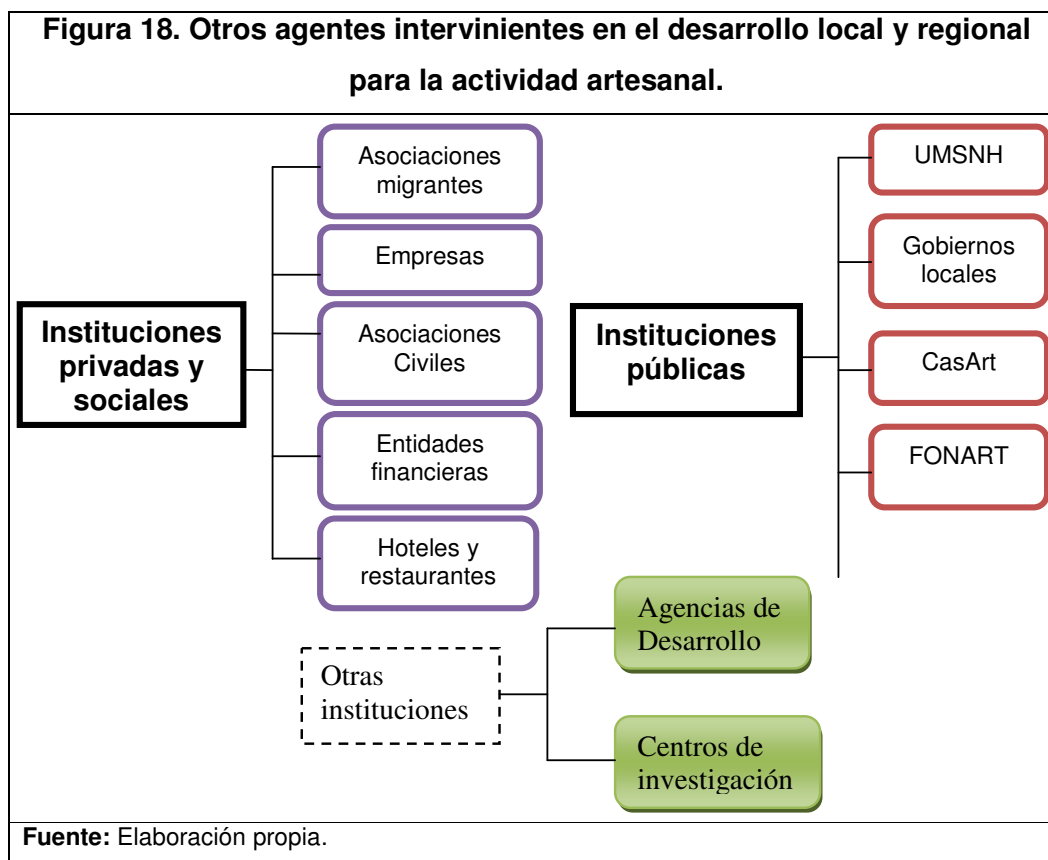
Como mencionamos anteriormente, los factores determinantes que incidirán en impulsar el desarrollo local y regional de las localidades en estudio, proponemos tres: la asociatividad, educativo e intercambio cultural. Por ejemplo, cada uno de ellos permitirá abrir un abanico de mejoras en beneficio del mejoramiento productivo local y regional. Como se observa en la figura anterior, por ejemplo el factor asociatividad propiciará un mejor nivel de confianza entre los artesanos, la cuál incidirá en mejoras productivas como la capacitación e innovación originando subsecuentemente la generación de encadenamientos productivos, mejoras en el producto, valor agregado y desde luego de los ingresos de los artesanos.

El factor educativo, dará acceso a que los artesanos tengan una mayor visión y misión en su unidad económica artesanal, lo cuál permitirá además mejoras en procesos productivos más innovadores como resultado de la especialización en aspectos como la capacitación e innovación.

En este sentido, el intercambio cultural entre los artesanos a nivel localidad y regional, permitirá revalorizar el papel cultural e histórico que juegan las artesanías como productos bellos, únicos y su alto contenido manual.

Para este fin, la multiplicación de los esfuerzos de los agentes locales en pro del mejoramiento productivo de la actividad artesanal, puede propiciar un efecto multiplicador en la reactivación del sector.

El esfuerzo de los actores intervinientes en la mejora productiva local, pueden jugar un papel importante en el mejoramiento de las actividades que allí se desarrollan; es decir, cuando se tiene una suma de esfuerzos para potenciar un desarrollo armónico de la comunidad local, se tienen muchas probabilidades que las acciones encaminadas tengan éxito, (ver figura 18).

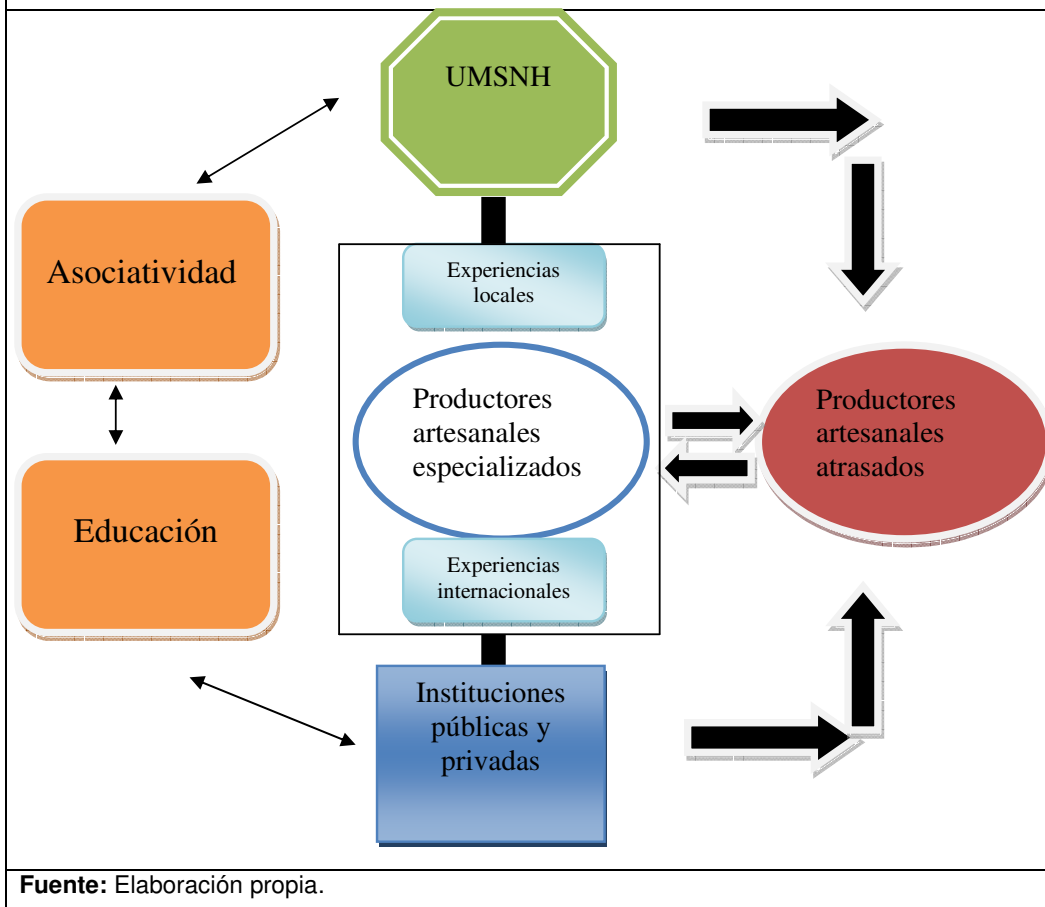


En el impulso del desarrollo local y regional de las comunidades, como bien mencionamos anteriormente, debe tomarse como punto de partida el aprovechamiento de los saberes y experiencias de los artesanos especializados (estudios de caso) identificados en cada una de las localidades, para que dichos saberes se repliquen de manera armónica con el resto de los productores tradicionales y atrasados.

Para llevar acabo esta importante tarea, la presencia e intervención de la Universidad Michoacana, productores especializados locales y otras experiencias artesanales como principales agentes interventores; serán estos quienes por su relevante papel, generen, transmitan, promuevan y fortalezcan el saber local de la actividad la actividad artesanal de la zona; pero además, sin dejar de lado, la suma de esfuerzos del resto de los agentes intervinientes.

De esta manera, la interacción de los agentes participantes e intervinientes en el desarrollo local y regional para las comunidades estudiadas puede observarse en la siguiente figura:

**Figura 19. Interacción de los agentes participantes en el desarrollo local y regional de la actividad artesanal.**



## 2.2. Acciones específicas para el desarrollo local y regional

Las necesidades de los productores artesanales son innumerables, que van desde la capacitación hasta la comercialización. Para aprovechar los nuevos aprendizajes descubiertos en las unidades artesanales especializadas, es necesario desarrollar las siguientes acciones que van desde la asistencia técnica hasta los aspectos de comercialización.

### **2.2.1 Asesoría y equipamiento**

En materia de asesoría y equipamiento, la estrategia de desarrollo local y regional necesita llevar varias acciones. En materia de producción artesanal, llevaremos un convenio de colaboración con el Instituto de Metalúrgicas (Departamento de Cerámica y Refractarios, para mejorar la resistencia al impacto y calidad en la alfarería tradicional e innovativa y detectar bancos de arcillas. Para ello, se necesita asistir periódicamente con asistencia técnica, herramientas y equipo diversos a los productores y a las comunidades. Además como parte de la estrategia, se deben crear nuevos hornos en base a otras experiencias innovadoras, además de mejorar los hornos tradicionales por los de alta temperatura, para evitar la quema a base de leña y gran parte de los riesgos que esa fase del proceso representa para el artesano.

### **2.2.2 Diseño artesanal**

Los productores artesanales en las comunidades de estudio, siguen en la línea de producción con un tradicionalismo que hace que la artesanía sufra pocas transformaciones y encontramos una clara contradicción ya que la sociedad es dinámica y cambiante, lo cual indica que los productores deberían cambiar técnica y comercialmente para satisfacer las nuevas demandas del consumidor hacia una artesanía que se encuentre entre la *tradición/innovación*. En estos nuevos tiempos, necesitamos a un artesano más abierto a los cambios, de lo contrario se corre el riesgo que su artesanía desaparezca. Para esto, aprovecharemos todos los conocimientos de los artesanos especializados de las localidades así como las nuevas experiencias internacionales como las de Chulucanas, Perú.

En diseño artesanal, se necesitan acciones con el fin de contribuir en la diversificación y mejora en la calidad de la artesanía tradicional y con base en su carácter étnico-cultural.

### **2.2.3 Apoyos crediticios**

Un problema serio que encontramos en el interior de la unidad económica artesanal, son la escasez de los recursos económicos, la ausencia de una adecuada gestión de los mismos y la falta de organización.

La financiación es una de las mayores dificultades con las que se enfrenta la mayor parte de micros, pequeñas y medianas empresas locales debido a su falta de credibilidad ante las entidades financieras y la dificultad de conseguir los necesarios avales.

Para la producción e innovación artesanal, el artesano tiene que enfrentarse a la escasez de los recursos para la compra de maquinaria y herramientas adecuadas para incentivar la producción en el taller familiar. Para tal efecto, los agentes intervinientes deben intervenir mediante ayudas económicas directas (subvenciones y subsidios) o indirectas (beneficios fiscales, créditos a bajo interés y garantías de préstamo), pero también mediante otro tipo de medidas más horizontales dirigidas a mejorar las condiciones del entorno para favorecer la multiplicación de las actividades y desde luego la aparición de nuevas unidades empresariales locales. Para ello, se necesita a acción decidida de las instituciones gubernamentales (nivel local, estatal y federal) que destinen recursos frescos para proveer y mejorar las condiciones productivas de la cuenca en tecnología e innovación, ya que esta sigue siendo muy tradicional e incipiente.

### **2.2.4 Capacitación e innovación**

En materia de capacitación e innovación, el esfuerzo que debe llevarse hacia los productores es grande. Los artesanos necesitan de una capacitación seria y especializada para mejorar los procesos productivos en sus productos. La falta de conocimientos técnicos es una limitante importante cuando se habla de calidad, cantidad, pero también en nuevos diseños.

La formación y capacitación es un elemento fundamental que favorece al artesano. Es necesario profesionalizar los oficios artesanales para mejorar el nivel

de calidad tanto en los procesos productivos como en el producto. Los artesanos, deben saber gestionar sus recursos económicos y es necesario que vean sus talleres como una empresa, pues de lo contrario se corre el riesgo de que esta no pueda ser rentable. Igualmente, los artesanos deben darse cuenta de la gran necesidad de desarrollar un permanente trabajo de innovación en los diseños de sus productos, y así ajustarse a las tendencias del consumidor. De esta manera, se podrá lograr un nivel de competitividad que les permita ubicarse adecuadamente en el mercado.

Creemos que el potencial productivo y creativo de la artesanía radica en mezclar con éxito la tradición y la innovación, creando productos nuevos que estarán más cerca del diseño o del arte, según la intencionalidad del productor.

El artesano debe entender que estamos ante una situación de transformación y redefinición de actitudes sociales. Ahora se requiere que se produzcan objetos que no solo sean bellos o funcionales, sino que interpelen, seduzcan e impliquen emocionalmente a las personas que los vayan a adquirir.

Uno de los grandes riesgos que afronta el sector artesanal, es que sea descubierto por la industria, ya que esta se irá apropiando de sus diseños impunemente para aplicarlos a la producción en serie.

La asistencia de conocimientos técnicos para el artesano como en el uso de las herramientas sofisticadas, puede traerle al artesanado nuevas ideas (en diseño), pasando por la mejora de materiales (materia prima) y hasta el producto terminado, pero también de empaque y el embalaje.

En estos nuevos tiempos, el artesano debe y tiene que ser competitivo en el mercado, lo que exige una ambición profesional y una tensión de superación en la investigación, innovación y riesgo. Una parte importante de esto, es inducir a la empresa artesanal a que destine más energías al I + D (de acuerdo a sus expectativas). Para lograrlo, es recomendable replicar algunos aspectos de

procesos productivos innovadores como los encontrados en los estudios de caso aplicados en Michoacán y Chulucanas en Perú.

La búsqueda de una nueva funcionalidad de los objetos que produce, en el rediseño o adecuación para satisfacer una clientela más amplia, además de la aplicación con nuevas maquinas o técnicas que aporten una sustancial mejora a su producción, serán objetivos del I + D artesanal.

En esta parte, es importante poner en marcha un sistema de enseñanza dotado de escuelas o centros de formación reglados o no, que garanticen la continuidad del sector y aseguren la renovación y actualización de oficios; esto debe darse lógicamente con el apoyo de los artesanos especializados y los actores involucrados en el desarrollo local y regional respectivamente.

### **2.2.5 Aplicación de criterios empresariales**

La mayoría de las unidades familiares artesanales, trabajan en una lógica productiva con poca idea sobre el mercado. La organización de las aéreas productivas se observa desorganizada.

Pretendemos que nuestro artesano atrasado enfrente su oficio con una mentalidad de empresario ¿y por qué no?, claro que se puede bajo una forma de reproducción ampliada en donde sus ocupantes deben de incrementar sus niveles de capacitación y mejoren sus herramientas e instrumentos tecnológicos a sí su eficiencia productiva, condiciones indispensables para lograr que su producto obtenga un mayor valor agregado en el mercado. Para ello, debemos profesionalizarlos en base a las experiencias artesanales claves ya identificadas. Por eso el artesano de hoy, debe de tener interés y conocimiento del mercado, optimizar recursos, asesorarse en aspectos económicos, laborales o legales para un mejor aprovechamiento de la unidad económica.

### **2.2.6 Promoción y comercialización artesanal**

Debido a la falta de apoyos y a la participación de diversos actores públicos y privados hacia la comercialización de los productos, los productores artesanales se encuentran estancados localmente, ya que existe la practica en que solo se han preocupado en producir cantidad y no calidad, por lo que su producción es objeto de comercialización solo en mercados locales, regionales y ferias tradicionales. Se necesita una estrategia de comercialización que vaya de la mano desde la producción con calidad; es decir, desde la innovación, abastecimiento, manufactura, distribución y marketing.

Sabemos que las ferias de artesanía han sido y siguen siendo plataformas importantes, pero del todo punto, insuficientes. Consideramos que el porvenir del sector, depende en buena medida de la extensión de canales comerciales especializados donde los productores den a conocer sus géneros y hagan valer su rentabilidad.

Es necesario de buscar nuevos instrumentos de promoción comercial para mejorar la comercialización de los productos artesanales. El artesano se enfrenta a serias dificultades como por ejemplo la inadecuación de los productos a la demanda del público objetivo y a la falta de información que existe sobre los cambios del consumidor.

La difusión y promoción de las artesanías en diversos mercados es un paso importante para incrementar las ventas de los artesanos. Para ello, es necesario de tener una estrecha vinculación con la Casa de las Artesanías y otras instituciones para coadyuvar y promover la promoción, exposición y comercialización.

### **2.2.7 Transferencia de tecnología a través de las MiPyMes**

Para mejorar las condiciones tecnológicas de las unidades familiares atrasadas, es necesario del apoyo en transferencia de herramientas tecnológicas de

empresas artesanales tanto de las localidades en estudio como de otras experiencias especializadas en el ramo. El centro de innovación de Chulucanas en Perú, es un caso interesante para la ayuda de transferencia tecnológica.

### **2.2.8 Mejora en los niveles de estudios**

Es innegable observar que la mayoría de los artesanos de las localidades estudiadas presentan un bajo nivel educativo. La gran mayoría de ellos a penas saben leer y escribir, situación que los pone en seria desventaja por un lado para tener conocimiento en cuanto a los costos de producción, por lo que se constata que el precio de la artesanía está depreciado, pero por otro lado, también para tener una mejor visión ante las exigencias del mercado. Se necesitan acciones educativas decididas que ayuden al artesano para que mejore su nivel estudios y esto incida en la toma de decisiones productivas y esto lleve a que tenga una visión más amplia de mercado.

### **2.2.9. La calidad**

Para mejorar la calidad del producto del artesano, se deben de mejorar los procesos productivos con los que actualmente se trabaja. Para ello, se necesita desde luego de capacitación y asistencia técnica. Nuestro artesano actualmente produce cantidad y no calidad. Lo que hace competitivo el trabajo del artesano es que sólo el puede ofrecer mercancías singularizadas, únicas y específicas, ejecutadas con habilidad e imaginación, pero para ello, estas se deben someter a mejores procesos de calidad. Para mejorar la calidad, debemos mejorar los diseños, materias primas, tamaños, resistencia, etc. Para lograrlo, tenemos que involucrar a los artesanos especializados y a otros agentes para transferir tecnología y saberes que ayuden a la calidad.

### **2.2.10 Apoyo institucional y sensibilización social**

El esfuerzo que exigimos al artesano para que se adapte al nuevo entorno competitivo, debe ser complementado y apoyado por una apuesta inequívoca de

las administraciones públicas como mediadoras entre el mercado y el productor. Entendemos que sobre esto algo se ha hecho, pero no lo suficiente. Tenemos que concienciar a los responsables en el ramo sobre la trascendencia que tiene la artesanía como hecho cultural del país, hecho que además puede resultar económicamente sustancioso, sobre todo por el gran número de empleos que se genera.

El punto anterior, solo comprendería la primera fase dentro de los esfuerzos del desarrollo local y regional. Simultáneamente, la estrategia de mejoramiento productivo debe de ir acompañada de otros elementos como el apoyo de las instituciones que participarán como por ejemplo en la asistencia técnica y financiera, organización, asesoramiento en comercialización, diseño en nuevos productos, transferencia de tecnología, etc., dicha estrategia integral podrá verse en los siguientes puntos de este apartado.

Una de las condiciones necesarias para estimular el desarrollo endógeno local y regional tiene que ver con el aprovechamiento de los recursos disponibles en cada uno de los territorios y con la participación activa y decidida de todos los actores locales. Pero además las empresas deben de adoptar nuevas técnicas y del conocimiento tecnológico disponible que esté al alcance de las mismas.

Para promover el desarrollo local y regional entre las comunidades que hoy se estudian en esta investigación, se necesita una estrategia integral que convoque a los diferentes actores territoriales (públicos, privados y sociales). Dichos actores pueden ser los principales movilizados y protagonistas para impulsar el desarrollo económico local y regional de la actividad artesanal. Es decir; los actores locales tienen la tarea de asumir un papel protagónico de liderazgo local para la animación de procesos de movilización y participación que animen al resto de los actores externos, sinergias que ayudarán a construir los equipos de liderazgo que aseguren el éxito y la continuidad de las actividades programadas en la estrategia de mejoramiento productivo.

### 3. PROPUESTAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL PARA LA ACTIVIDAD ARTESANAL

Las acciones en desarrollo local y regional no demeritan el papel del impulso de las políticas públicas hacia el sector

Para tal caso, el sector artesanal, demanda urgentemente un replanteamiento profundo de política pública que resuelva los problemas estructurales e históricos que han impedido que dicho sector logre un desarrollo auto-sostenido.

Así, para atender la emergencia del sector artesanal, es necesario definir una agenda de política pública que destaque lo siguiente:

**1. Creación de un grupo multidisciplinario.** El primer paso es integrar un grupo de profesionistas calificados para conocer los recursos con los que cuenta una región, que técnicas dominan, que nivel técnico han alcanzado y con qué herramientas cuentan, entre otros.

En nuestra propuesta en éste punto, se deben de implementar las siguientes tareas:

- A. La creación de una Red de académicos que participaría en el proceso de estudio, análisis, modernización, documentación y solución de los temas relativos del Arte Popular Mexicano, que identifique las capacidades locales de las comunidades artesanales. En la integración del grupo académico profesional deben quedar muy claras cada una de las tareas y responsabilidades a desarrollar, de tal forma que cada disciplina dispondrá de un plan de trabajo plenamente diseñado en el plan rector.
- B. Un segundo paso sería que una vez integrados los cuerpos académicos, los cuáles conformarían la documentación, crear un padrón y una base de datos estadísticos de los artesanos; información que resultaría clave para la obtención de información cuantitativa artesanal. Lo anterior es importante, la falta de un padrón preciso de artesanos, su ubicación por grupos regionales estatales ha limitado las posibilidades de contar con un instrumento que permita conocer mejor a este sector. A pesar de la

relevancia del sector, actualmente en México no se tienen registradas estadísticas precisas que enmarquen la magnitud e importancia de la economía artesanal. Así, a partir de este punto, podríamos tener un diagnóstico integral de la problemática específica regional de los artesanos y que para efectos de la definición de una política pública regional es importante de contar con censos artesanales y la generación de estadísticas de la actividad artesanal para la toma de decisiones hacia este sector; información útil que se necesita en la dirección de estrategias para incrementar programas viables que ayuden a fortalecer las capacidades productivas, mejorar sus ingresos y el autoempleo. Además, en este punto tenemos que señalar, que se necesita del esfuerzo conjunto de instituciones académicas y gubernamentales para impulsar a los artesanos y a las artesanías para que se generen investigaciones que nos lleven a reflexionar y a entender mejor al sector.

**2. Impulsar una Ley Federal de Desarrollo Artesanal.** Su objetivo es gestionar ante las autoridades federales, estatales y municipales instrumentos legales que reconozcan, protejan y promuevan la actividad. Según el Art. 124 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, no se considera a la actividad artesanal como una responsabilidad Federal, por consiguiente es competencia de los Estados legislar en materia de artesanías, hecho que se ha cumplido de forma incipiente<sup>103</sup>. Pero el problema radica en que los Estados y la Federación carecen de programas eficaces para su desarrollo, porque sus políticas son ajenas a sus necesidades. Sabemos que la base del sector artesanal es un cúmulo de saberes, luchas, conquistas, estrategias de sobrevivencia que en conjunto nos enaltecen como pueblo y como personas. Por eso su desarrollo es un asunto impostergable y de justicia social. La promulgación de una ley es parte de este proceso, pero tenemos que dejar claro algunos aspectos para su

---

<sup>103</sup> Correa Miranda, Olga, Genaro Correa Chávez y Rosaura Carmona Mares, en: *Los tipos de espacio de la economía artesanal turística en México*, Investigación del Posgrado en Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, 2008. Pág. 2.

elaboración. Entre los más importantes: no se debe dejar fuera a los actores clave (artesanos, académicos, líderes, artistas, comerciantes, etc.), tenemos que cuidar que el control del proceso no quede exclusivamente en manos de políticos; incluir candados para evitar que el proceso y sus actores puedan tener un eventual uso electoral como comúnmente sucede. De otra manera, se estarían repitiendo los mismos vicios que dieron origen a las actuales leyes de la artesanía que operan en la mayor parte de los Estados del país.

**3. Régimen fiscal.** Impulsar la creación de un régimen fiscal que fortalezca la producción, venta y exportación de artesanías mexicanas, así como seguridad social para garantizar la atención de la salud de los artesanos. En este renglón es importante mencionar que la artesanía es una actividad complementaria de la agricultura. Para ello, aquí debe considerarse que el artesano requiere de apoyos frescos en tiempo y forma para la producción tanto para la actividad agrícola y la artesanía. Dada la naturaleza de la actividad artesanal, el crédito en este campo debe ser: fácil, rápido, de bajo costo, siempre bajo la supervisión de los especialistas en el ramo y condicionado a la alta calidad artística, técnica y funcional del producto.

**4. Creación de centros de aprendizaje.** En este punto es importante que se tengan escuelas-taller para que los artesanos de una región puedan conocerse, intercambiar experiencias, intercambiar información o técnicas, tradiciones, materiales tradicionales o modernos, etc., elementos de gran relevancia que tendrían el objetivo de ir formando colectivos o redes de artesanos comunicados. El objetivo radica en ir promoviendo la asociatividad y la confianza entre artesanos y comunidades; los nuevos tiempos exigen una mayor cooperación, conocimiento y acceso a la tecnología para la producción; pero la asociatividad es un factor clave en el desarrollo, porque puede generar encadenamientos productivos entre los artesanos. La conformación de redes de artesanos que les permita estar en constante comunicación, permitiría trabajar en conjunto desde sus lugares de trabajo de modo que integren un solo sistema de producción, que los beneficie individual y en conjunto.

5. **Capacitación y asesoría técnica.** Este punto tiene correspondencia con el anterior. Aquí la tarea es el de proporcionar asesoría técnica a los artesanos en áreas que van desde el diseño hasta la producción, pero también el desarrollo de nuevas tecnologías. Se necesita de la capacitación y asesoría técnica a artesanos para mejorar la calidad y el diseño de la producción y con ello adaptarla a los nuevos gustos del consumidor a fin de mejorar la competitividad en los mercados nacionales e internacionales, pero sin perder la esencia de su origen tradicional. Además, es especialmente urgente prestar a los artesanos una sana e ilustrada asistencia técnica para conservar nuestra individualidad de nuestras artes populares, que por distinguirse de otras, pueden competir con éxito en los mercados internacionales. Estas asistencias son indispensables y urgentes, para tecnificar la producción sin desnaturalizarla. En esto, necesitamos el apoyo de artesanos expertos tanto nacionales e internacionales, así como de personalidades de instituciones públicas y privadas conocedoras del tema para establecer asesorías pero también intercambios de conocimientos culturales con otros países.

6. **La innovación.** Sabemos que uno de los principales problemas de los artesanos, se caracteriza por la ausencia de ideas innovativas en sus productos. Debemos diseñar una estrategia de mejoras en los procesos de innovación basado en experiencias exitosas de otros artesanos con la finalidad de que éstos conozcan y mejoren sus técnicas y herramientas de trabajo. Además del intercambio de experiencias, necesitamos de incentivos económicos y créditos preferentes gubernamentales para que los artesanos adquieran paulatinamente de mejores equipos tecnológicos para apoyar sus procesos productivos y hagan con esto productos que cumplan con las exigencias del mercado. También es indispensable que como parte de la política pública, ofrezca programas de capacitación y asistencia técnica que sea capaz de mejorar los procesos productivos para que estos incidan en mejores ideas en diseño e innovación.

7. **Comercialización.** A lo largo del ensayo, mencionamos que muchos de los artesanos en el país viven en zonas rurales poco comunicadas. De ahí que, la

comercialización fuera de su ámbito tradicional de venta sea complicada si no se hace a través de un intermediario, cuyo negocio consiste en comprar a muy bajo costo los productos artesanales de manos de los productores y venderlos en otros mercados con un porcentaje importante de ganancia. Ante esto, deben de implementar mecanismos que protejan al artesano para que este no caiga en la tentación de que su única opción es el de venderle al intermediario. La artesanía requiere de una importante promoción en los diferentes mercados, pues el artesano tiene desconocimientos de los mismos. Es importante del fortalecimiento del mercado interno y externo, vinculando al artesano para que realice exposiciones en universidades, ferias, centros de negocios y centros turísticos. Frecuentemente, deben de buscarse sitios ex profeso para la exhibición de sus productos y la definición de canales de comercialización. Para evitar el monopolio en el precio de la artesanía, como lo mencionamos anteriormente, debe promoverse la asociatividad entre los artesanos, mejorar los niveles de confianza para proteger su precio y desde luego su artesanía.

#### **8. Crear convenios con instituciones públicas y privadas para la promoción.**

Un aspecto importante sobre la promoción de las artesanías es que este producto debe estar en constante difusión. Para ello, deben de buscarse estrategias de política pública con la participación de firmas de convenios con la iniciativa privada. Por ejemplo, es necesaria la vinculación con los empresarios de todos los tamaños para que las artesanías se expongan en pequeñas muestras en vitrinas para la mirada de miles de turistas que llegan a las diferentes regiones del país apoyo estratégico. En el caso de las instituciones públicas como las universidades principalmente, deben de programarse eventos de promoción y venta periódicamente en los pasillos de las mismas, para que los jóvenes universitarios conozcan, compren, difundan y desde luego se interesen en desarrollar investigaciones en diferentes disciplinas sobre el arte popular de México.

**9. Revalorización educacional de usos y costumbres.** Considero que es de suma importancia de que se difunda el quehacer artístico de las comunidades indígenas artesanales para la formación cultural de las nuevas generaciones. Para

ello, debe darse difusión en libros de textos gratuitos para nivel básico, no solamente en las comunidades indígenas, sino que también en todas las regiones del territorio nacional para difundir y conocer su cultura, producción e importancia de las artes populares mexicanas como símbolos de identidades, luchas, conquistas y de que son productos únicos, hechos a mano y con un significativo contenido cultural.

#### **10. Sobre los directivos de instituciones y organismos artesanales.**

Considerando que desde hace por lo menos tres décadas las instituciones y organismos que operan a favor de la actividad artesanal, se han manifestado como “elefantes blancos” y como intermediarios de “cuello blanco” al ser inoperantes por no contar con programas de inclusión al artesano, ni mucho menos con directivos que tengan el perfil y la sensibilidad para impulsar al ramo artesanal.

Lo anterior, va en el sentido de que la asignación de los puestos directivos en estas instituciones u organismos, se ha caracterizado por tener un compromiso político y donde los verdaderos intereses de los artesanos quedan en segundo plano. Pero el problema no termina aquí, las personas designadas en estos encargos, son políticos discontinuados, devaluados y en extinción, que desde las altas esferas del gobierno, son direccionados al último rincón, como un puesto de consolación para funcionarios que van de salida.

La asignación de buenos directivos en este encargo gubernamental, tiene gran trascendencia si deseamos que nuestros artesanos mejoren sus condiciones de vida. En estos encargos, es recomendable que las direcciones estén al frente por indígenas artesanos sobresalientes que conozcan las necesidades del sector y que su nombramiento salga de la misma comunidad artesanal. Por ello, es importante de la creación de la Nueva Ley del Artesano, instrumento que delinearé las bases sobre éste objetivo.

Aquí mismo, otra de las tareas que tendrá que hacerse, es el de transparentar los manejos discrecionales de los fondos presupuestales como por ejemplo el caso de

FONART, institución que en los últimos años ha sido fuente de irregularidades según la Auditoría Superior de la Federación.

**11. Uso racional de los recursos naturales.** Sabemos que la producción de las artesanías está sustentada en el aprovechamiento de los recursos naturales locales. El uso irracional de estos recursos puede poner en riesgo la materia prima que se utiliza, si no se cuenta con un plan de manejo sustentable para este objetivo. El uso no sustentable de recursos naturales para la fabricación de artesanías consideramos que también es una de las causas de que los artesanos en pobreza no puedan generar recursos sostenibles de su trabajo cuando, por hacer uso inmoderado de sus materias primas, se quedan sin ellas. Al respecto hace falta de asesoría y de posibilidades viables para cuidar los recursos pero también para generarlos en las zonas donde habitan.

**12. Prevención en las condiciones de salud.** El deterioro de las condiciones de salud de los artesanos es un problema mayúsculo que anteriormente planeamos. Las condiciones de pobreza y falta de información sobre el uso de materias primas tóxicas (principalmente el plomo) ponen en riesgo su salud. Hay que decirlo, muchos artesanos no tienen información sobre las normas que entraron en vigor después de la firma del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica (TLCAN) en 1994. Para ello, necesitamos de la implementación de un programa que haga llegar información sobre el uso de técnicas y materiales para evitar riesgos a la salud de los artesanos, pero también de los consumidores. Es decir, deben de tomarse medidas serias por ejemplo a través de FONART, Casa de las Artesanías y universidades, para que impulsen la adopción de técnicas que les permitan estimular la comercialización de productos sanos y confiables. Finalmente, para lograr esta tarea, es importante de generar una estrategia primero de sensibilización hacia los artesanos, para ir abriendo mentes hacia la adopción de nuevos insumos.

**13. Modificación de las reglas de operación del Fondo Pyme.** Plantear la modificación de las reglas de operación del Fondo Pyme para que las empresas

chicas y familiares como es la artesanal, sean objeto de confianza y de mayores beneficios como el acceso al crédito con tasas preferenciales.

14. **Marcas colectivas.** Proyectar las marcas colectivas y posicionamiento de éstas a través de campañas de enlace nacional con las instituciones encargadas del apoyo al sector. Además es indispensable, se que se proteja la identidad las técnicas originales que en cada una de las regiones practican los artesanos para que no se pierda su riqueza cultural.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A lo largo del desarrollo de esta tesis, hemos venido sosteniendo, que la artesanía mexicana es un oficio arraigado que constituye para los artesanos un instrumento y un medio que apenas les permite sobrevivir. Pues la actividad se encuentra en un momento crítico condicionado por los cambios sociales que implican cambios en los hábitos de consumo y que afectan de forma importante a muchos talleres artesanales que se resisten a modificar sus procesos productivos.

Por lo tanto, la artesanía necesita cambios significativos en sus ideas de producir porque así demandan los consumidores y los mercados globales. Para lo cuál, los artesanos deben de innovar sus procesos productivos para producir objetos tradicionales pero a la vez innovativos (insumos, nuevos diseños, tamaños, técnicas, etc.) para estos productos tengan la capacidad de satisfacer a un consumidor especialmente exigente, ahora llamado consumidor global.

Por lo tanto, los productos, tienen que tener características culturalmente innovadas y de mayor calidad. Por eso creemos que el éxito de la artesanía está en la producción de productos entre lo tradicional y la innovación. Para lograrlo, los artesanos deben de abrirse a la capacitación e innovación tecnológica, tarea que si se puede porque ya un pequeño grupo lo ha venido realizando con éxito como los casos especializados que hemos presentado.

Habría que señalar que la capacitación es una herramienta poderosa que podría resolver el incipiente avance tecnológico presente en la mayoría de las unidades económicas artesanales, factor que incide directamente en el desarrollo productivo en un pequeño grupo de artesanos que han invertido en ella.

De esta manera, la solución a la grave problemática que hoy enfrentan los artesanos, debe darse en el marco de la participación de los actores locales para aprovechar precisamente sus grandes capacidades productivas, pero también de la vinculación de los agentes institucionales de investigación como la Universidad,

Institutos Tecnológicos, empresas que puedan transferir conocimientos e innovación a las unidades económicas artesanales, aunque también se necesita de una cultura de aprovechamiento racional de los recursos naturales en cada una de las localidades.

Para rescatar a los artesanos y a las artesanías de Capula, Tzintzúnzan y Zinapécuaro, proponemos los siguientes puntos:

- 1) La *formación* de los artesanos es un elemento fundamental para el rescate de la actividad. Es necesario profesionalizar los oficios del artesano para mejorar la calidad de sus productos. Tenemos que inculcar al artesano que en este aspecto tenemos que desarrollar un permanente trabajo de innovación en los diseños de sus productos, y así ajustarse a las tendencias del consumidor. De esta manera podremos lograr un nivel de competitividad que les permita insertarse en mejores mercados. Sobre esto, es necesario establecer un programa de formación sobre todo en base en intercambio experiencias exitosas con otros artesanos que apunte a estos objetivos.
- 2) La *modernización* de la actividad artesanal tiene que hacerse con innovación, pero solo donde esta sea conveniente y de manera que no atente contra las manifestaciones culturales sobre todo de este sector que se caracteriza por ser fuertemente tradicional y conservador. Para ello, el artesano tiene que introducir cambios en las materias primas, en el diseño, en la forma y hasta en el uso original de sus productos; como por ejemplo lo han hecho estos artesanos en los estudios de caso, para que su artesanía tenga la capacidad de irse adaptando a las nuevas condiciones que le impone el mercado actual.
- 3) Otro paso para que crezca el artesano, es la *concientización* en ellos mismos relacionado con los cambios que deben de hacerse con la tecnología incipiente con la que cuentan. Paulatinamente deben ellos ir cambiando y sustituyendo las herramientas de trabajo por otras mejores, las cuáles permitirán obtener mayor productividad y mejores rendimientos.

- 4) Promover de manera paulatina la asociatividad entre los artesanos con la finalidad de que existan asociaciones capaces de gestionar y de impulsar mejores condiciones productivas en beneficio de sus comunidades. Para lograr la asociatividad, se entiende que no es una tarea fácil, debemos implementar una estrategia seria de sensibilización para convencerlos que la asociatividad puede ser una palanca de desarrollo que puede abrir un abanico de mejoras productivas en beneficio de su comunidad, como es el caso internacional estudiado en Chulucanas, Perú.
- 5) Destaco que la *visión* y *asociación* es un objetivo clave para que el artesano trascienda en el mercado. Los artesanos deben de entender de la importancia que tiene entre ellos la *asociación* y el de concebir al taller como una empresa. El de asociarse permite conseguir información y asesoramiento sobre ayudas, cooperación para la participación de programas como por ejemplo en investigación y desarrollo (I + D), asistencia a ferias comerciales, acceso a mejores condiciones por parte de proveedores de productos y servicios, etc. La asociación entre artesanos, además de lo anterior, puede incidir a que se empiecen a desarrollar encadenamientos productivos locales y regionales.  

El que el artesano vea a su taller como una pequeña empresa, significa también proyectarse financieramente a mediano plazo, tener control sobre los gastos, saber cuanto realmente le cuesta cada producto y cuanto vale en el mercado, estar al tanto de la demanda y tener conocimiento de la oferta. Para lograr esto, debemos de dotarlos de conocimientos técnicos en costos de producción.
- 6) Considero importante que deben protegerse de manera legal la identidad de los productos artesanales. Sabemos que existe una iniciativa del Registro de Marca Colectiva ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI), el tema de la copia ilícita de los productos artesanales de México continuará en el debate mientras no se reconozcan los derechos colectivos de los pueblos indígenas y se adopten medidas eficaces para proteger la creatividad de los artesanos. El registro de marcas colectivas,

tiene además la finalidad de proteger la industria artesanal de la competencia desleal que se origina con la introducción de productos extranjeros en el mercado, sobre todo los asiáticos. La protección artesanal mediante las denominaciones de origen incidirá a que los consumidores se fijen en lo siguiente: “compra lo local, lo auténtico, lo manual, lo hecho por los indígenas, por esta comunidad y de esta manera”.

- 7) Para el impulso de las economías familiares y tradicionales, es necesario de impulsar programas que promuevan y enaltezcan los *valores culturales* locales, entendidos desde su origen para recuperar el nacionalismo cultural. El rescate de lo cultural local, puede promoverse desde las instituciones educativas, gobiernos locales, exposiciones, etc.
- 8) El futuro de la producción artesanal campesina, dependerá más que nada de las posibilidades del mercado, no solo nacional sino que también internacional cuya producción debe estar dirigida a sectores sociales y al turismo con alta capacidad de consumo e ingreso.
- 9) La aplicación de *programas sociales* específicos, deben de apuntar con más firmeza a lograr un desarrollo humano sustentable, mediante la concertación estratégica de los sectores sociales, el reconocimiento de la diferencia y el respeto por la identidad local. Para llegar a una situación de equilibrio, es preciso operar generando procesos de desarrollo endógeno, ya que resulta imposible que las sociedades indígenas logren desarrollarse sobre la base de impulsos emitidos desde fuera de las mismas, ajenos aun modo de vida donde lo cultural prevalece sobre lo económico.
- 10) Coincidimos en que hacen *falta investigaciones* serias que ayuden a entender mejor el sector artesanal, porque las artesanías se han estudiado como resultado y no como proceso. Se necesita conocer aún más comprender a los artesanos porque ellos tiene otra forma de ver el mundo, los cambios, etc., sino comprendemos esto, estaríamos proponiendo soluciones parciales a sus necesidades.

- 11) Cuidar a nuestros artesanos, significa *autoempleo* para miles de jóvenes indígenas en su propia tierra, evitaríamos el fenómeno de la *migración*, promoveríamos su *cultura* y atraeríamos el *turismo* nacional e internacional.
- 12) La artesanía de Chulucanas, es un claro ejemplo de cómo esta actividad se ha ido adaptando paulatinamente a los cambios competitivos ante un contexto de globalización cada vez más homogéneo y adverso.
- 13) En base a los resultados obtenidos del instrumento metodológico aplicado (cuestionario), podemos afirmar que en Chulucanas los talleres artesanales ceramistas, consideran que el factor innovación, capacitación, asociatividad y la tecnología, son todos ellos un factor relevante de competitividad.
- 14) Sobre los 4 factores, la innovación juega un factor estratégico de suma importancia por abarcar varios aspectos como la adecuación de productos, a través de la mejora de los productos, como los diseños, ya sea utilizando nuevos materiales o adecuando sus procesos productivos mediante la adquisición de maquinaria y equipo a través del CITEs Cerámica.
- 15) Un aspecto muy importante que arrojó la investigación fue el hecho de que los artesanos inscritos en el CITEs buscan y han recibido algún tipo de capacitación y orientación para realizar innovaciones. Esto deja en evidencia que sus talleres artesanales han sido objeto de mejoras vía innovaciones, lo que los hace más competitivos y vanguardistas en cuanto a los requerimientos del mercado.
- 16) De esta manera, las innovaciones de los artesanos están enfocadas básicamente desde el proceso productivo hasta el producto. Dichas innovaciones resultan ser estratégicas, porque los artesanos realizan una mejora continua mediante diseños exclusivos que se hacen en base a peticiones hechas por los clientes pero manteniendo una identidad nacional y cultural en cuanto a diseños y lo manual.
- 17) Es evidente entonces, que la mejora y el perfeccionamiento en la línea productos, además de ofrecer diseños a la medida de los clientes, es un riesgo que las microempresas artesanales han corrido con el afán de

conquistar nuevos nichos para mantener su competitividad en el mercado. De no hacerlo, tal vez muchas ya hubieran desaparecido.

- 18) Los artesanos están consientes de que el mantener la tradición en la producción de sus bienes, es una necesidad que deben cumplir para preservar las artesanías como un legado que por mucho tiempo las ha colocado en un lugar privilegiado, tanto a nivel nacional como internacional, sin embargo, también sienten la necesidad de estar en la vanguardia en los requerimientos que el mercado exige, por lo que el aspecto de la innovación, se constituye como factor estratégico que les ayuda a adecuar sus procesos productivos y de alguna manera a modificar algunas líneas de producción conforme a la demanda del mercado.
- 19) Hoy, con las innovaciones que los artesanos han hecho en sus artesanías, podemos encontrar en Chulucanas un sector artesanal con identidad y modernidad, con artesanos mejor informados de lo que pasa en el mundo y en la industria a que se dedican, con productos que se acercan al gusto de los consumidores y todos ellos en constante capacitación.
- 20) Finalmente, considero que si no atendemos y profesionalizamos a los artesanos, su futuro será incierto. Únicamente sobrevivirán los mejores, los más capacitados, aquellos que pudieron evolucionar, que se adelantaron a los cambios culturales, sociales, para así conservar sus tradiciones.

Finalmente, remarcamos que la artesanía de Chulucanas, es un claro ejemplo de cómo esta actividad se ha ido adaptando paulatinamente a los cambios competitivos ante un contexto de globalización cada vez más homogéneo y adverso.

Podemos afirmar que en Chulucanas los talleres artesanales ceramistas, consideran que el factor innovación, capacitación, asociatividad y la tecnología, son todos ellos un factor relevante de competitividad.

Como mencionamos anteriormente, el factor innovación juega un factor estratégico de suma importancia por abarcar varios aspectos como la adecuación

de productos, a través de la mejora de los productos, como los diseños, ya sea utilizando nuevos materiales o adecuando sus procesos productivos mediante la adquisición de maquinaria y equipo a través del CITEs Cerámica.

Por ejemplo, un aspecto muy importante que arrojó la investigación fue el hecho de que los artesanos inscritos en el CITEs buscan y han recibido algún tipo de capacitación y orientación para realizar innovaciones. Esto deja en evidencia que sus talleres artesanales han sido objeto de mejoras vía innovaciones, lo que los hace más competitivos y vanguardistas en cuanto a los requerimientos del mercado.

De esta manera, las innovaciones de los artesanos están enfocadas básicamente desde el proceso productivo hasta el producto. Dichas innovaciones resultan ser estratégicas, porque los artesanos realizan una mejora continua mediante diseños exclusivos que se hacen en base a peticiones hechas por los clientes pero manteniendo una identidad nacional y cultural en cuanto a diseños y lo manual.

Es evidente entonces, que la mejora y el perfeccionamiento en la línea productos, además de ofrecer diseños a la medida de los clientes, es un riesgo que las microempresas artesanales han corrido con el afán de conquistar nuevos nichos para mantener su competitividad en el mercado. De no hacerlo, tal vez muchas ya hubieran desaparecido.

Los artesanos están conscientes de que el mantener la tradición en la producción de sus bienes, es una necesidad que deben cumplir para preservar las artesanías como un legado que por mucho tiempo las ha colocado en un lugar privilegiado, tanto a nivel nacional como internacional, sin embargo, también sienten la necesidad de estar en la vanguardia en los requerimientos que el mercado exige, por lo que el aspecto de la innovación, se constituye como factor estratégico que les ayuda a adecuar sus procesos productivos y de alguna manera a modificar algunas líneas de producción conforme a la demanda del mercado.

Hoy, con las innovaciones que los artesanos han hecho en sus artesanías, podemos encontrar en Chulucanas un sector artesanal con identidad y modernidad, con artesanos mejor informados de lo que pasa en el mundo y en la industria a que se dedican, con productos que se acercan al gusto de los consumidores y todos ellos en constante capacitación.

Si queremos proteger y fomentar el arte popular y las artesanías tendremos que ser más precisos y rigurosos y redoblar nuestros esfuerzos en el sentido de realizar más investigaciones operativas para conocer más de cerca el sector artesanal. Estamos seguros que los problemas que hoy enfrenta el sector, en parte se deben a la falta de interés e investigaciones sobre los artesanos.

Es importante además socializar y ampliar las bases del diseño artesanal a través por ejemplo del sistema educativo tecnológico como pueden ser los Institutos Tecnológicos Regionales, las Universidades, Centros de Investigación y desde luego de experiencias exitosas de artesanos locales, para crear las bases de objetos contemporáneos con un sello cultural, sin expropiarle al artesano su capital cultural.

Para concluir y aclarar cual es el estado de la artesanía en la actualidad, diríamos que ello es un trabajo pendiente, porque no podemos basarnos en opiniones o estimaciones. Tenemos que disponer de datos e investigaciones serias sobre el sector que nos permita ser rigurosos con el diagnostico.

Podremos decir, que el sector artesanal tiene grandes dificultades para desarrollarse, pero por otro lado, tiene también grandes posibilidades de crecimiento si se desarrolla una labor encaminada hacia el mejoramiento de la innovación de las empresas artesanas basado en sus capacidades, cuyos pilares han de ser el diseño y la adecuada gestión empresarial, para garantizar la calidad y, de esta manera la competitividad. Creo que si logramos lo anterior, avanzaremos en la modernización del sector.

Pero de no mejorar las condiciones de nuestros artesanos en los diferentes aspectos como en la capacitación e innovación tecnológica, los productores y la artesanía continuamente irán desapareciendo, situación que marca una destrucción silenciosa de lo local, de los indígenas, de nuestra historia y los verdaderos objetos que son hechos a mano.

Finalmente, podemos destacar que las hipótesis que se plantearon en el capítulo I, sus variables fueron aceptadas, porque el factor determinante en el impulso productivo en los casos especializados artesanales, son el grado el grado de innovación y capacitación los que constituyen su eficiencia productiva; o dicho de otro modo, su especialización productiva se debe al grado de desarrollo científico-tecnológico que han incorporado los artesanos a sus procesos productivos.

En relación a las políticas públicas implementadas en los últimos décadas para fortalecer la actividad artesanal, se reconoce a que estas han fracasado al no mejorar las condiciones productivas artesanales, situación que actualmente refleja los bajos niveles de vida de la gran mayoría de los artesanos.

# **A N E X O**

**(DISCO COMPACTO)**

## Bibliografía.

- ARTECONA, Raquel (Comp.), Jaramillo Baanante, Miguel y Néstor Valdivia, “Las políticas para el financiamiento de las PYMEs en el Perú”, en: *Apertura comercial y capacidades productivas. Estudio de casos*, Revista CEPAL- Colección Documentos de Proyectos. Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y Naciones Unidas. Santiago de Chile, Julio del 2008. pp.
- ASOCIACION de Mujeres Artesanas hacia el mundo, Jr. Apurimac, No. 469, Chulucanas, Perú. pp. 1-2.
- ACEVEDO Valerio, Víctor A., *Economía Indígena, fuerza de trabajo y excedente económico en la meseta tarasca*. Facultad de Economía, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 1997. pp. 292.
- ALLENDE, J., *Desarrollo económico local y reestructuración urbana en la ciudad. Instrumento de recuperación económica de creación de empleo*. Ed. Ayuntamiento de Vitoria, Vitoria, 1988. pp.49.
- ARCHETTI, P. Eduardo, “La organización de la unidad económica campesina”. *Nueva Visión*. Buenos Aires, Argentina. 1975.
- ALEJANDRO Mungaray y M. Ramírez, “Impacto de la restricción monetaria en pequeñas empresas de Baja California”, *El Mercado de Valores*, Vol. LX Núm. 10, octubre de 2000. pp. 67-72.
- ATLAS Geográfico de Michoacán*. Secretaria de Educación Pública y Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Gobierno del Estado de Michoacán. Segunda Edición, 2003.
- AVENDAÑO Grelle, Antonio, “La artesanía en su estado actual en la Mixteca Oaxaqueña”, en: *Revista Notas*, Instituto de Diseño, Universidad Tecnológica de la Mixteca, Oaxaca, México, 2004.
- BARTRA, Armando, *El comportamiento económico de la producción campesina*. Universidad Autónoma de Chapingo. Dirección de Difusión Cultural. Departamento de Sociología Rural, México, 1982. pp. 121.
- BELAUSTEGUIGOITIA, Imanol, *Empresas Familiares. Su dinámica, equilibrio y consolidación*. Editorial, Mc Graw Hill Interamericana. 2007. pp. 240.

- CAMPOS Meráz, Ramiro, "La economía de Capula", (inédito), en: *Proyecto Alfar*. Coordinador Gordon Ross. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, Michoacán, 1997. pp. 72.
- CARMONA Rocha, José María Gerardo, "Las Transformaciones de las Estructuras Agrarias y Agrícolas en México", en *Economía Agrícola de Michoacán*, Revista Economía y Sociedad, Año 2, No. 3 enero-junio de 1997. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Escuela de Economía, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 1997. pp. 192-211.
- CITE Artesanía Ucayali, *Manual de Preparación de Pasta de Cerámica. Investigación para mejorar la calidad de la Artesanía Cerámica en Ucayali*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, 2009. pp. 45.
- \_\_\_\_\_, Artesanía Ucayali, *Investigación de Fibras de Cogollo de Caña Brava para la Artesanía Exportable en Ucayali*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2009. pp.39.
- \_\_\_\_\_, Cerámica Chulucanas, *Innovando para competir*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía. Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2010. pp. 1-4.
- \_\_\_\_\_, SIPAN, *Catalogo de Productos Artesanales de la Región Lambayeque Innovados Tecnológicamente*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2010. pp. 22.
- \_\_\_\_\_, SIPAN, *La Artesanía Textil en la Sierra de Lambayeque, Tecnología e Innovación*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2009. pp.111.
- \_\_\_\_\_, SIPAN, *Manual Iconográfico Sipan y la Cultura Mochica*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2010, pp.115.

- C. Alcalá, V. de la O y E. Hernández, "Mercados y estrategias de comercialización en empresas pobres de Baja California" *El Mercado de Valores*, vol. LXII, Núm. 11, noviembre de 2000. pp. 12-19.
- DUARTE Duarte, Rómulo, *Artesanías de Exportación y Desarrollo Local: Visto a Través de Tres Estudios de Caso en Capula, Michoacán*, Tesis de Maestría presentada para obtener el Grado de Maestro en Ciencias del Desarrollo Local, Facultad de Economía de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, Michoacán, octubre de 2007. pp. 165.
- \_\_\_\_\_, Duarte, Rómulo y Jorge Yeveverino Juárez, *Desarrollo de Nuevos Mercados para las Artesanías de Michoacán. Estrategias de desarrollo local para el periodo 2008-2012*. División de Estudios de Posgrado. Facultad de Economía de la UMSNH y Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Primera Edición. Morelia, Michoacán, Octubre, 2007. pp. 43.
- DE la Cerda, J. y Núñez de la Peña, F., *La Administración en Desarrollo: Problemas y Avances de la Administración en México*, Instituto Internacional de Capacitación y Estudios Empresariales, México, 1993.
- DE la Fuente, María Del Carmen, Nolte, María Josefa, Núñez Rebas, Lucy y Roberto Villegas Robles, *Artesanía Peruana. Orígenes y Evolución*, Editorial Cuzzi y Cia, S.A, Lima Perú, 1992.
- DEPARTAMENTO de Capacitación. Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán, Marzo del 2010.
- ELIZALDE Hevia, Antonio, "Planificación estratégica territorial y políticas públicas para el desarrollo local", en: *Gestión Pública*, Núm. 29. CEPAL e Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), Santiago de Chile, 2003. pp.69.
- EL Municipio en Cifras*. Centro de Investigación y Desarrollo del Estado de Michoacán y Secretaría de Educación en el Estado. Morelia, Michoacán, 2001.
- FLORES P. Alejandro, *La empresa privada en la alfarería de Capula*. Tesina de la Escuela de Economía. UMSNH. Morelia, Michoacán, 1995.

- FONDO Michoacano para el Desarrollo Artesanal (FOMICH). Gobierno del Estado de Michoacán. 2009.
- FONDO Nacional para el Fomento de la Artesanías, *Diagnóstico de la Capacidad de los Artesanos para Generar Ingresos Sostenibles*, México, 2010. pp. 43.
- GALÁN, Beatriz, "Identidad e imagen del artesano urbano. Promoción y canales de comunicación del producto artesanal urbano". Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo. Buenos Aires Argentina. 2007.
- GARCÍA García, José Odón, Estudio de Factibilidad Económica del Taller UARM, (inédito), en: *Proyecto Alfar*. Coordinador Gordon Ross. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, Michoacán, 1997. pp. 95.
- GARCÍA Canclini, Néstor, *Globalización Imaginada*, Ediciones Paidós Mexicana, S.A., México. 1999. pp. 225.
- GARCÍA Canclini, Néstor, *La cultura mexicana hacia el año 2000, Documento*. México: Centro de Investigación y Docencia Económicas, El Colegio de México, 1989.
- GARCÍA Canclini, Néstor, *Las Culturas Populares en el Capitalismo*, Escuela Nacional de Antropología e Historia de México. Edición Nueva Imagen. Quinta edición. México, 1994. pp. 224.
- GERARDO Murillo (Dr. Atl.), "Arte Popular", en: *Las Artes Populares en México*, México, Instituto Nacional Indigenista, México.1921. p. 134-135. pp. 137.
- HEREDIA Sánchez, Edgar D., "Los Pueblos indígenas en México y la CNDH", en: Revista *Tiempo Laberinto*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2008. pp. 53-61.
- HERNÁNDEZ Díaz, Jorge y Gloria Zafra, *Artesanas y artesanos. Creación, innovación y tradición en la producción de artesanías*. Universidad "Benito Juárez", Oaxaca, México, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Editorial Plaza y Valdés, México. 2005. pp. 341.
- HERNÁNDEZ Girón, José de la Paz, Domínguez Hernández Ma. Luisa y Areli Orquídea Ramos Sánchez, "Canales de distribución y competitividad en artesanías", en: *Revista Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*,

- septiembre-diciembre, Vol. 9, núm. 25. Universidad de Guadalajara, Jalisco, México. 2002. pp. 164.
- INSTITUTO Nacional de Geografía y Estadística (INEI), Gobierno de la República del Perú, 2011.
- INSTITUTO Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social. *Manual de Desarrollo Local-ILPES*, Santiago de Chile, 2002. pp. 101.
- INSTITUTO Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). Dirección de Desarrollo y Gestión Local, Santiago de Chile, 1994. pp. 187.
- JIMÉNEZ Castillo, Manuel, *Huáncito. La alfarería en una comunidad purépecha*. Ed. Casa abierto al tiempo. Universidad Autónoma Metropolitana. Azcapotzálco. México. 1982. pp. 83.
- LANDA, Martha, "Las Unidades Productivas Alfareras en el Contexto Actual", en: *Ciencia Nicolíta*, Núm. 9. Revista de la Coordinación Científica de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Michoacán, México, 1995. pp. 54.
- LEY del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento, Decreto Supremo No. 008-2010, Publicado en Normas Legales de EL PERUANO del día miércoles 17 de marzo del 2010, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2010. pp. 29.
- MARTÍNEZ Peñaloza, Porfirio, *Arte Popular y Artesanías Artísticas en México. Un acercamiento.*, Secretaría de Educación Pública. Consejo Nacional de Fomento Educativo, Primera Edición, Editorial, Series Mexicanas, México. 1972. pp.135.
- MARTÍNEZ Piva, Jorge Mario, "Desarrollo económico local en América Latina". *Comercio Exterior*, Vol. 51, núm. 8., México, 2001. p. 688. pp. 683-693.
- MANUAL de Desarrollo Local. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), Dirección de Desarrollo y Gestión Local, Centro de Estudios para América Latina (CEPAL), Santiago de Chile, 1994. pp. 187.

- MANRÍQUEZ Durán, Miguel y Tonatiuh Silva, “Globalización y diversidad cultural en Sonora contemporáneo. Variaciones sobre región, etnia y lenguaje”, en: *Región y sociedad*, Vol. 19. Núm. (s/n). El Colegio de Sonora, México, 2007. pp. 1-19.
- MARIO Luis, *Pobreza y Marginación: el rostro indígena*, en: Excélsior, martes 4 de agosto de 2009. p. 15.
- MARTÍNEZ Velasco, Germán y Carlos López Girón, *Marginación, pobreza y Migración en México: el caso de la población indígena de Chiapas*, El Colegio de la Frontera Sur, Tuxtla Gutiérrez Chiapas, México, Junio del 2009.
- MARX, Karl, *El Capital, Tomo I*, Vol. 2, Editorial Siglo XXI Editores, S.A, de C.V., México, 1975. pp. 758.
- , Karl, *El Capital*, Tomo I, Vol. 1, Editorial, Siglo XXI Editores, S.A, de C.V., Primera Edición, México, 1975. pp. 378.
- MURILLO, Gerardo, (DR. Atl.), “Arte Popular”, en: *Las Artes Populares en México*, México. Instituto Nacional Indigenista, México.1921.
- MUSEO Michoacano de las Artesanías. Panorama de la Producción Artesanal del Estado. Casa de las Artesanías (CASART) del Estado de Michoacán. 2008. pp. 46.
- NAVARRO Chávez, José César Lenin (Coord.), *Informe de Desarrollo Humano Michoacán, 2007*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo/México. Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE-UMSNH). Editorial Galera, Morelia, Michoacán, 2008. pp. 151.
- NOVELO, Victoria, *Artesanías y Capitalismo en México*. Centro de Investigaciones Superiores, Instituto Nacional de Antropología, SEP-INAH, Primera Edición. Editorial, Casa Chata. México, 1976. pp. 269.
- PAPOUSEK, Dick, *Alfareros Campesinos Mazahuas*. Secretaría de Educación Pública y Gobierno del Estado de México, México, 1982. pp. 41.
- PLAN Estatal de Desarrollo, 1980-1986. *Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán*. Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986. Ing.

- Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo. pp. 290.
- PREMIO Nacional MAUTAS de la Artesanía Peruana, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Primera Edición, República del Perú, Lima Perú, 2010. pp. 69.
- RAMÍREZ, Acosta, Ramón de Jesús, “Financiamiento bursátil de las pequeñas y medianas empresas en México”, *Revista de Comercio Exterior*, vol. 55. Núm. 4. Abril de 2005. pp. 308-315.
- RAVINES, Rogger y Fernando Villiger, *La Cerámica Tradicional del Perú*, Primera Edición, Editorial Los Pinos E.I.R.L., Lima, Perú, 1989. pp. 248.
- RED de CITES, *Centro de Innovación Tecnológica. Innovando para Competir*. Despacho Viceministerial de MYPE e Industria, Ministerio de la Producción, República del Perú, Lima Perú, 2010.
- RODRÍGUEZ, A., y Virizuela, M. *Apuntes para una política de desarrollo local en Vitoria-Gasteiz*, en: “La ciudad. Instrumento de recuperación económica y de creación de empleo”. Ed. Ayuntamiento de Vitoria\_Gasteiz, 1988. p. 103.
- ROFMAN, A., *Los actores del desarrollo Local. Notas teórico metodológicas para el análisis del sistema de actores*. Apuntes para el modulo del curso de posgrado Desarrollo Local en áreas metropolitanas, Buenos Aires Argentina, 2003. pp. 21-35.
- RUÍZ Durand, Jesús, *Toro, Torito de Pucará. Galería de Estudios*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Primera Edición, Lima Perú, 2010. pp. 211.
- SÁNCHEZ Medina, Patricia Soledad, *La conducta ambiental y la coeficiencia como estrategia para la sustentabilidad en la producción de artesanías*. CIIDIR, IPN-Unidad Oaxaca. Ponencia presentada en el 10° Encuentro Nacional Sobre Desarrollo Regional en México. 4° Aniversario del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, ININEE-UMSNH. Morelia, Michoacán, del 25 al 28 de Noviembre del 2005. Centro Cultural Universitario.
- SUÁREZ Blanch, Claudia, “Situación socio-demográfica de los pueblos indígenas de México”, *Seminario Internacional, Pueblos indígenas y afro-*

- descendientes de América Latina y el Caribe: relevancia y pertinencia de la información socio-económica para políticas y programas.* Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Santiago de Chile, abril 27 al 29 del 2005. pp. 12.
- TAPIA Mendoza, Feliciano, *Memoria histórica de Capula.* H. Ayuntamiento de Morelia, 1999-2001. Ed. Conaculta, PACMYC, Morelia, Michoacán, México. 2001. pp. 300.
- TELLO, Carlos, *Estado y Desarrollo económico: México 1920-2006.* Universidad Nacional Autónoma de México, Editorial Grupo Edición, S. A. de C.V., México, 2007. pp. 776.
- TIRADO, Elvira, “La globalización desplaza”, en *La Voz de Michoacán*”, 3 de noviembre del 2009. p. 10G.a
- TUROK, Marta, *Como acercarse a la artesanía,* Secretaría de Educación Pública. Gobierno del Estado de Querétaro, Primera Edición. Editorial, Plaza y Valdés, 1988. pp. 200.
- VALLARTA Vélez, Luz del Carmen y María Teresa Ejea, Mendoza, *Antropología Social en el Sureste de México: Dos Estudios,* Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Cuadernos de la Casa Chata. Vol. 5. Primera Edición, México, 1985. pp. 124.
- VÁZQUEZ Barquero, *Desarrollo Local. Una estrategia de creación de empleo,* Ediciones Pirámide, Madrid, 1988.
- \_\_\_\_\_, Barquero, Antonio. *Desarrollo, redes innovación. Lecciones sobre Desarrollo Endógeno.* Editorial Pirámide. Madrid España, 1999.
- Zapata Martelo, Emma, “Las Artesanías, sus quehaceres en la organización y en el trabajo”, en: *Ra Xhimai, Revista De Sociedad, Cultura y Desarrollo Sustentable,* Vol. 3, Núm. 3. Universidad Indígena de México, México, 2007. pp. 620