



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

**Facultad de Economía
"Vasco de Quiroga"**

ANÁLISIS DEL CAPITAL SOCIAL EN LOS PRODUCTORES MUEBLEROS DE NAHUATZEN, MICHOACÁN Y SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO LOCAL



TESIS

**PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRO EN CIENCIAS EN DESARROLLO LOCAL**

PRESENTA:

L.E. VICTOR IREPAN NUÑEZ

DIRECTOR DE TESIS:

DR. JORGE MARTÍNEZ APARICIO

Morelia, Michoacán, Febrero 2009





Talleres madereros de la comunidad de Nahuatzen.



Vista panorámica de la comunidad de Nahuatzen

AGRADECIMIENTOS

Le doy gracias a dios por darme las cosas que gozo hoy en día y permitirme culminar una etapa más de vida.

A mi asesor DR. Jorge Martínez Aparicio, por su apoyo, confianza y observaciones, tanto en la metodología como en la teoría. Por su comprensión en los momentos difíciles de la investigación, que contribuyo a mi formación profesional y personal. Dedicándole lo valiosos de su tiempo en el transcurso de la tesis, sinceramente gracias.

A la Dra. María Arcelia Gonzales Butrón, por ayudarme a terminar la presente etapa, me permito considerarme amiga, le agradezco las observaciones y comentarios.

Al M. C. Tarsicio Torres Chávez, por sus observaciones en los inicios de la investigación y transmitirme su espíritu investigador.

Al M. C. Ramiro Gonzales Asta, por sencillez y comentarios que me ayudaron a clarificar la presente investigación gracias.

M. C. Socorro Mario Pérez Morales, por sus comentarios, sugerencias y confianza puesta en mi persona mil gracias.

Al Dr. Andrés Solari Vicente por su confianza, sugerencias, observaciones y estar pendiente de los avances, gracias.

A mi esposa Griselda Servin Galinzoga, por su gran amor y comprensión, su apoyo incondicional, me ayudaron a ser consistentes, mil gracias Gris.

Agradezco a mis padres Rafael Irepan Hernández, por ser ejemplo de esfuerzo y trabajo constante a mi madre Ninfa Núñez Alonso que siempre ha estado a mi lado y su apoyo.

A mis hermanos, Joaquín, Julia, Luis por sus orientaciones y consejos personales gracias, Socorro, Rafael, Ramiro, Rigoberto y Jesús, además de ser mis hermanos son mis mejores amigos del mundo y a toda mi familia entera, el presente es resultado del esfuerzo de toda mi familia protagonizado en mi persona.

Agradezco a todos los profesores, que conforman la Facultad de Economía, que a lo largo de la carrera me han brindado las herramientas necesarias para mi formación, les doy las gracias por su tiempo y paciencia invertidos en mí. A todos mis amigos(as) por estar conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida.

A los muebleros de la comunidad de Nahuatzen por su tiempo y confianza depositados en mí, como en la investigación, sin su información, reflexiones y comentarios no sería posible culminar la investigación.

INDICE

AGRADECIMIENTOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1 ALGUNOS ASPECTOS DE LA INDUSTRIA MUEBLERA	6
1.1.- MARCO CONTEXTUAL DE LA COMUNIDAD DE NAHUATZEN.	6
1.1.1.- La comunidad de Nahuatzen	6
1.1.2.- Ubicación regional y población	7
1.1.3.- Actividades económicas	7
1.1.4.- Principales formas de interacción y organizaciones formales e informales	8
1.1.5.- Antecedentes históricos	9
1.1.6.- Áreas de interés turístico	10
1. 2.- CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DE LOS TALLERES MUEBLEROS DE LA COMUNIDAD DE NAHUATZEN Y ALGUNOS ASPECTOS DE LA INDUSTRIA MUEBLERA	10
1.2.1.- Características económicas de los talleres muebleros de la comunidad de Nahuatzen.	10
1.2.2.- Algunos aspectos de la industria mueblera	14
CAPITULO 2 ANÁLISIS TEÓRICO DEL “CAPITAL SOCIAL” Y LA INDUSTRIA MUEBLERA.	19
2.1.- ANÁLISIS TEÓRICO DEL “CAPITAL SOCIAL”	19
2.1.1.- Que se entiende como capital social	19
2.1.2.- Los principales conflictos acerca de las definiciones del capital social.	19
2.1.3.- Coincidencias sobre el capital social	22
2.1.4.- El capital social: ¿un recurso individual o colectivo?	23
2.1.5.- ¿Se puede medir el capital social?	23
2.1.6.- Capital social, similitudes y diferencias con otros conceptos	24
2.1.7.- Capital social y empresa	26
2.1.8 Referentes teóricos de la Investigación	28
2.1.9.- Porque utilizar el concepto del capital social y no otros conceptos para analizar a los productores muebleros de Nahuatzen.	34
CAPITULO 3 RELACIONES FAMILIARES, TRADICION Y CAPITAL SOCIAL EN LOS MUEBLEROS DE LA COMUNIDAD DE NAHUATZEN	38
3.1.- RELACIONES FAMILIARES Y TRADICION	40
3.1.1- Importancia de las relaciones familiares en la actividad mueblera.	40
3.1.2- Importancia de la familia y resultados del trabajo de campo	42
3.1.3.- Tradición como fuente de transmisión de conocimientos y experiencias, en la comunidad de Nahuatzen.	47
a).- Importancia de la tradición y resultados del trabajo de campo	49
3.2.- CAPITAL SOCIAL	55

3.2.1.- Operativización y caracterización del capital social de los muebleros de Nahuatzen Michoacán.	55
3.2.2.- Confianza	56
3.2.3.- Reciprocidad	63
3.2.4.- Cooperación	67
3.2.5.- Los aspectos del capital social en los productores muebleros de Nahuatzen	74
CAPITULO 4 ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	76
4.1.- Análisis cualitativo de los datos	76
4.2.- Percepción cualitativa de los datos	79
4.2.1.- Aspectos de la cooperación en los cuatro grupos	85
CONCLUSIONES	89
FUENTES	94
BIBLIOGRÁFICA	95
ENTREVISTAS	97
OTRAS FUENTES	97
ANEXOS	99
ANEXO 1 ENCUESTA SOBRE FAMILIA Y TRADICIONES	100
ANEXO 2 FORMATO DE LAS ENCUESTA DE CAPITAL SOCIAL	102
ANEXO 3 ANEXO 3 INDICADORES DE CAPITAL SOCIAL EN LOS MUEBLEROS	104
ANEXO 4 PRINCIPALES FORMÁS DE INTERACCIÓN Y ORGANIZACIONES FORMALES E INFORMALES.	107

“Todo fenómeno está integrado por una cantidad de elementos constituyentes, o partes menores relacionadas entre sí de una manera especial. La totalidad, o el hecho concreto, no resulta de la suma de los elementos, sino primordialmente del modo en que están articulados y actúan unos sobre otros” (Castro, 1985¹).

INTRODUCCIÓN

Ante el estancamiento económico y social de la mayoría de las comunidades de Michoacán y las carentes condiciones para el desarrollo, bajo capital social y poca vinculación con el gobierno nacional, estatal y municipal, al parecer nuestras comunidades están lejos de entrar al camino del desarrollo, siendo más notorio en las comunidades indígenas que se caracterizan por su bajo nivel de desarrollo como es el caso de la comunidad indígena de Nahuatzen, aunque cuenta con recursos forestales que pueden ser la base del desarrollo sostenible, no siendo suficiente la actividad empresarial en sectores como la agricultura, textil y mueblera, dado que adolece de una cultura organizativa, trabajo en equipo, participación en objetivos comunes, que coadyuvó a una correcta explotación de sus recursos.

Motivos por los cuales se decidió estudiar la industria mueblera de la comunidad, por ser un signo característico y tener la capacidad de generar más empleos que otras actividades y su proceso productivo se encuentra vinculado hacia atrás y a adelante.

El objetivo general del cual se partió fue: conocer la dinámica del capital social en los productores muebleros de la comunidad de Nahuatzen y su importancia en el desarrollo local, el específico fue estudiar el papel de las relaciones familiares, las tradiciones y su importancia en la actividad mueblera.

Las hipótesis de las que se partieron fueron: a).- en la comunidad de Nahuatzen y en especial en la industria mueblera las relaciones de parentesco y las tradiciones son fundamentales para entender la organización productiva y el capital social entre los muebleros de la comunidad indígena de Nahuatzen, b).- la actividad mueblera de la comunidad de Nahuatzen se caracteriza por ser talleres familiares y las relaciones productivas se limitan a empresas con algún vínculo familiar (consanguíneo, compadres), c).- Los lazos y relaciones familiares, no se ha transformado en agrupamientos empresariales, como un capital social desarrollador de la industria mueblera.

¹ Citado por Bahamondes 2001
Víctor Irepan Nuñez

Se conoció la dinámica del capital social en los muebleros de la comunidad y su importancia en el desarrollo local y se estudió el papel de las relaciones familiares, las tradiciones y su importancia en la actividad mueblera, los resultados se pueden ver en las conclusiones.

Se conoció que la familia, es parte fundamental que nos permitió entender el capital social, dado que existe una presencia importante de vínculos familiares y más del 40% de los trabajadores tienen un parentesco con el dueño del taller y por medio de la tradición se transmiten los conocimientos y la capacitación formal no esta presente.

Asimismo la actividad mueblera se caracteriza por ser talleres familiares, pero no se limitan a relaciones familiares, cuando el taller crece y los objetivos están más allá de los intereses familiares, se integran con personas sin ningún vínculo familiar. Los lazos y relaciones familiares, no se han transformado en agrupamientos empresariales, como un capital social desarrollador de la industria mueblera.

La metodología para abordar la investigación, dado que entre lo muebleros de la comunidad indígena de Nahuatzen, se ha identificado la falta de acciones colectivas. Entender las causas nos remite a una serie de factores formales e informales, tan importantes los unos como los otros.

Evaluar el capital social para nuestro caso, presento un sin numero de obstáculos teórico-metodológicos, no por ello se renuncio a evaluarlo y después de un análisis de la teoría y basados en la realidad de Nahuatzen y en especial en la actividad mueblera, se propuso un concepto y se definió como, **el contenido e interacción de confianza, reciprocidad, relaciones familiares y tradiciones, recursos de la cooperación que influyen en la participación en iniciativas de desarrollo.** Se incorporo la familia y las tradiciones, por su influencia en las relaciones productivas muebleras, que nos permitió entender el objeto de estudio.

En una primera etapa se realizo un sistema de indicadores base, de la cual se desprendieron las encuestas de capital social, familia, tradiciones y la definición de capital social, lo primero que se hizo fue tomar en cuenta las unidades de análisis, se dividieron en tres niveles A).- Vínculo como fundamento en taller y la familia, B).- Intercambio como fundamento en la comunidad C).- Red como fundamento en agrupamiento empresarial, dio como resultado 12 indicadores de confianza, 8 indicadores

de reciprocidad, 10 indicadores de cooperación, 7 indicadores de costumbres y tradiciones, 3 indicadores de solidaridad, con un total de 83 preguntas. Se pueden ver en el **ANEXO 3**, dicho sistema de indicadores fue la base para elaborar nuestras preguntas que abarcaron los aspectos del capital social, la familia y tradiciones.

Asimismo se partió de un diagnóstico, de la industria mueblera de la comunidad de Nahuatzen, con el propósito de impulsar la comercialización de sus productos² y de una revisión bibliográfica y asesoría por parte de mi asesor DR. Jorge Martínez Aparicio y observaciones del Dr. Andrés Solari Vicente, así como un conocimiento amplio de la comunidad de Nahuatzen.

Para el trabajo de campo se identificaron informantes claves, tanto de la comunidad y en especial de la actividad mueblera, que nos permitiera conocer la realidad. Lo referente al capital social, que es multifacético abarcador y puede resultar poco claro y revisando los diferentes conceptos y autores del tema se encontró los elementos comunes a estas definiciones son, la confianza, reciprocidad y cooperación, propuestos por Durston (2003), aspectos teóricos que se deben considerar a la hora de estudiarlo en casos concretos. Asimismo se incorporaron los aspectos de la familia y las tradiciones porque son parte del capital social de los muebleros.

Para analizar lo anterior se hicieron dos tipos de encuestas, 46 para analizar el capital social (**ANEXO 1**), 42 la segunda para la familia y tradiciones (**ANEXO 2**), y tres tipos de entrevistas, 20 para captar la percepción sobre los aspectos de la familia y las tradiciones, 20 para captar la percepción sobre el capital social y 12 para entender las principales formas de organización formal e informal a personas clave de la comunidad.

Los resultados de la investigación se integran en cuatro capítulos. El capítulo uno ayuda y permite contextualizar nuestra investigación, se conoce el contexto, geográfico, económico de la comunidad, como las características económicas, organizacional, producción, inversión, comercialización de la industria mueblera considerando el nivel estatal, nacional e internacional, con énfasis en la comunidad indígena de Nahuatzen.

Donde la actividad mueblera se encuentra interactuando de una forma u otra con estos aspectos (estatal, nacional e internacional), que nos permita tener un referente y

2 IREPAN, V. 2006. Impulso a la Comercialización, como factor de Desarrollo Económico Local: Caso de la Industria Mueblera de la Comunidad de Nahuatzen. Tesis de Licenciatura. Facultad de Economía. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Se encuestaron a 74 productores de muebles de la comunidad.
Victor Irepan Nuñez

panorama de nuestro objetivo de estudio. Se dan a conocer las características económicas de los talleres muebleros y algunos aspectos de la industria mueblera.

El capítulo dos al igual que el capítulo uno, ayuda y permite entender nuestra investigación, al término de este, se debe conocer los referentes teóricos y los aspectos que se consideran y como se aborda en los productores, se analiza el capital social, considerando los conflictos en su definición, su medición y si surge en lo individual o colectivo, así como en los aspectos que se coincide, se analiza las diferencias y similitudes con otros conceptos. Se hace una reflexión del concepto y su importancia en las empresas, conociendo y definiendo los referentes teóricos que ayudaron a formular nuestra investigación. Asimismo se da a conocer porque utilizar el concepto del capital social y no otros conceptos para analizar a los productores muebleros de Nahuatzen.

El capítulo tres es la parte central de la investigación se divide en dos partes, la primera analiza la importancia de la familia, dado que es difícil separar las relaciones familiares de los negocios, donde los vínculos consanguíneos, como los creados por parentela juegan un papel fundamental en la actividad mueblera y se explica porque existe mayor preferencia en emplear a gente con algún vínculo familiar.

De las 42 encuestas se caracterizó las relaciones familiares, tomando en cuenta la similitud de los talleres como la permanencia de los parientes y no parientes, número de trabajadores, se agrupó en cinco grupos (A, B, C, D Y E), y emplean a 263 trabajadores, se estima que el sector emplea a 550 trabajadores de manera directa indirectos.

En relación a la tradición previamente se presentan los rasgos propios de la industria mueblera como:

- La existencia de grupos familiares fuertes cuya interacción permite y facilita que se de una derrama de conocimientos, atreves de la experiencia y la practica.
- Rotación de trabajadores relativamente fácil, permitiendo la movilidad laboral, compartir experiencias y conocimientos de una manera informal y camaderia.
- Existe una proximidad geográfica de las empresas muebleras así como una vinculación hacia atrás y adelante, siendo la cercanía un factor importante para analizar la actividad mueblera.

La parte dos del capítulo tres, analiza el capital social que es multifacético abarcador y puede resultar poco claro, tomando como punto de partida los elementos a las definiciones presentadas se concluyo que la confianza, reciprocidad y cooperación, nos permitió abordar el capital social.

En primer lugar se analiza la confianza, se considero cuatro aspectos a).- honestidad b).- mentira, C).- oportunismo d).- buenas relaciones. En segundo lugar se aborda la reciprocidad los aspectos que se consideraron fue A).- Favores como factor clave de la reciprocidad y B).- Sujeto y frecuencia de los intercambios. En tercer lugar se analizo la cooperación los aspectos que se consideraron son A).- Acciones precursoras de la cooperación B).- Participación en actividades conjuntas C).- Problemas comunes D).- Conformación de una organización de muebleros, Motivos por cuales “NO” se organiza con otros productores Motivos por cuales “SÍ” se organiza con otros productores.

En el ultimo capítulo se hace una análisis cualitativo de los datos, en primer lugar, se hace una medición del capital social a modo de ilustración y sin entrar en discusión si se puede o no medir, que nos permita tener mayor claridad de los aspectos del capital social, en segundo lugar se interpreta los resultados, tomando en cuenta la confianza, reciprocidad, cooperación, familia y tradición, clasifico en cuatro grupo tomando en cuenta la similitud de las respuestas de los productores, en tercer lugar se destaca los aspectos de la cooperación en los cuatro grupos, finalmente se resalta el porque existe un capital social latente potencial en los productores muebleros de la comunidad indígena de Nahuatzen.

CAPITULO 1

ALGUNOS ASPECTOS DE LA INDUSTRIA MUEBLERA

En el presente capítulo, ayuda y permite entender nuestra investigación sobre el capital social en los productores muebleros de Nahuatzen, se conoce el contexto, geográfico, económico de la comunidad, como las características económicas, organizacional, producción, inversión, comercialización de la industria mueblera considerando el nivel estatal, nacional e internacional, con énfasis en la comunidad indígena de Nahuatzen.

Donde la actividad mueblera se encuentra interactuando de una forma u otra con estos aspectos, que nos permita tener un referente y panorama de nuestro objetivo de estudio.

El capítulo se encuentra dividido en dos partes, en la primera parte se analiza el marco contextual de la comunidad de Nahuatzen y en la segunda parte las características económicas de los talleres muebleros y algunos aspectos de la industria mueblera.

1.1.- MARCO CONTEXTUAL DE LA COMUNIDAD DE NAHUATZEN.

1.1.1.- LA COMUNIDAD DE NAHUATZEN

La posición Geográfica de la comunidad y el desarrollo de actividades productivas, la ubican en una situación estratégica en relación con otras comunidades.

La economía de Nahuatzén está integrada tanto a la economía regional como la economía nacional mediante el intercambio y distribución de mercancías y servicios³, su distancia a la capital del Estado es de 105 Kms.

La relación con las principales localidades es la siguiente⁴:

- ❖ Sevina su distancia a la cabecera municipal es de tres Km., fue una de las principales proveedoras de madera aserrada y se abastece de mercancías y servicios que la cabecera brinda.
- ❖ Arantepacua su distancia a la cabecera municipal es de ocho Km., se relaciona como proveedor de insumos forestales y muebles semi-terminados, se abastece de mercancías y servicios que la cabecera brinda.

3 García L. Año 1984. Nahuatzen, agricultura y comercio en una comunidad serrana. El colegio de Michoacán CONACYT.

4 Enciclopedia de los Municipios de Michoacán .2000.Centro Estatal de Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de Michoacán.
Víctor Irepan Nuñez

- ❖ San Isidro su distancia a la cabecera municipal es de once Km., vende productos agropecuarios, se abastece de mercancías y servicios que la cabecera brinda.
- ❖ Comachuén su distancia a la cabecera municipal es de once Km., provee madera aserrada y productos forestales semi-terminados.
- ❖ Mojonera su distancia a la cabecera municipal es de dieciocho Km., es proveedora de madera aserrada, se abastece de mercancías y servicios que la cabecera brinda.
- ❖ Cherán es cabecera del municipio vecino su distancia es de seis Km., su relación es muy estrecha, tiene en la comunidad de Nahuatzen tiendas de tela, productos relacionados con madera y ferreterías.

1.1.2- UBICACIÓN REGIONAL Y POBLACIÓN

Nahuatzen se localiza al noroeste del estado de Michoacán, en las coordenadas 19°39' de latitud norte y 101°55' de longitud oeste, a una altura de 2,420 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Zacapu, al noroeste con Cherán, al este con Erongarícuaro, al sur con Tingambato y Uruapan, tiene una extensión de 304.48 km, representando 0.52% del total del estado⁵.

Es cabecera municipal del municipio del mismo nombre tiene una población de 9385 habitantes, cuenta con once localidades y concentra el 37.45% de la población (INEGI, 2005), tiene una población ocupada de 2462 personas, distribuidos en el 2003 en los siguientes sectores: primario 312, secundario 1,483, terciario 606, no especificada 61 (Elaboración propia con datos de INEGI 2003 y SNIM versión 7.0).

1.1.3.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Se menciona la diversificación productiva, para conocer la interacción de la actividad mueblera con otras actividades, dado que la movilidad laboral⁶ coexiste con otras actividades y empresas de textil⁷, existen 7 ranchos ganaderos, una fábrica productora de láminas de cartón y una fábrica de producción de block y adoquín⁸, así como una

5 http://www.michoacan.gob.mx/municipios/59medio_fisico.htm

6 Donde la movilidad laboral y la diversidad de fuentes de empleo en la comunidad de Nahuatzen nos permite entender las relaciones de los trabajadores con otras ramas productivas.

7 Entrevistas con dos dueños de empresas de textil. En conjunción con los entrevistados, se calculo que en este sector se encuentran trabajando aproximadamente de 350 a 500 trabajadores.

880 trabajadores directos diversificados en actividades, como extracción y producción de los block y adoquín...

Victor Irepan Nuñez

variedad de talleres de reparación de maquinaria y equipo y se produce maíz, trigo, papa, haba y avena, entre las actividades económicas mas representativas.

En el sector financiero existen cinco cajas de ahorro y préstamo “SIGUE”, “LA NECESIDAD”, “CONSTANCIA”, “NAHUATZEN” y “GRUPO NAHUATZEN” operando a nivel regional⁹.

1.1.4.- PRINCIPALES FORMÁS DE INTERACCIÓN Y ORGANIZACIONES FORMALES E INFORMALES.

La siguiente información se obtuvo con la intención de acercarnos a las costumbres y tradiciones, sus fiestas, y organizaciones de tipo formal e informal de la comunidad, a fin de entender el contexto de la actividad mueblera, se menciona solo el título del evento, los resultados completos se pueden ver en el **ANEXO 4**, para ordenar los eventos se tomo en cuenta la antigüedad o aproximación de aparición en la vida de comunidad.

- 1.- El sentido de cargos y la formación de la comisiones para las fiestas patronales (agosto).
- 2.- Acompañamiento en las fiestas sociales (bodas, bautizos...).
- 3.- Participación en los grupos parroquiales. (Niños. Jóvenes y adultos).
- 4.- Torneo de básquet bool.
- 5.-Torneo de fut bool (1990).
- 6.- Kermés efectuada el domingo de ramos de cada año (1984).
- 7.- Peregrinaciones
- 8.- Unión de comuneros “Emiliano zapata” de Nahuatzen.
- 9.- Unión de transportistas de Nahuatzen Michoacán (2000).
- 10.- Semana cultural, llevada a cabo del 17 al 23 de agosto (2002)
- 11.- Unión de profesionistas de Nahuatzen Michoacán.
- 12.- Cadena productiva mueblera de Nahuatzen SA de CV” (2004).

⁹ Entrevista con el Lic. Gerardo Aguilar, responsable de la caja de ahorro y préstamo “SIGUE”.
Victor Irepan Nuñez

13.- Participación y apoyo económico, para la construcción de las escalones y áreas deportivas, en el cerro del huachan.

14.- Otorgamiento de la presea yahuatzeni.

15.- Unión de locatarios del mercado local (2006).

16.- Unión de productores y agricultores de Nahuatzen

17.- Sala de lectura “viajera”.

1.1.5.- ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Existen diferentes versiones del origen del pueblo de Nahuatzen una de ellas es la siguiente transcripción notificada de un documento copiado en el año de 1932, de otro que no está fechado, en el que se describe la formación del pueblo de Nahuatzen. De acuerdo con esta versión, las tierras ocupadas por este pueblo les fueron otorgadas por una señora que los indios llamaron 'Nana Guari-Huapa' (hija de la luna), quien había comprado a los indígenas de Cherán y Sevina un terreno de una caballería de tierra por cada pueblo, partiendo de la línea divisoria única que existía entre ambos. La señora tomó posesión de su propiedad y conoció a los indios de “Xharacatan”, hacia el año de 1525; al pensar separarse definitivamente del lugar, sólo se despidió de los indios de “Xharacatan”, dejándoles sus propiedades. Éstos fueron a habitarlas y establecieron como mojonera (se refieren a puntos de referencia montones de piedra) una cruz de cantera. Los pueblos de Sevina y Cherán al no ver a la “Nana Guari Huapa”, reclamaron sus propiedades a los de Xharacatan, quienes acudieron con el rey Tzintzincha Calsonsi, soberano del reino tarasco, a exponerle dicha situación, y éste decidió que tocaran por ocho días el teponaxtle a todo vuelo y sin descansar, y si nadie los interrumpía durante ese tiempo, el territorio sería de ellos y así fue. Para evitar conflictos con los pueblos de Cherán y Sevina, el rey mandó se deslindaran las tierras, incluyendo, el título a los indios del Rincón y se formó así el pueblo de Nahuatzen¹⁰ entonces pensaron buscar el nombre que debía llevar el nuevo pueblo y como es lugar donde hiela optaron por nombrarle "Yahuatzen" (lugar de heladas), de aquí se deriva el nombre actual de Nahuatzen¹¹.

10 Archivo del Registro Agrario Nacional de Morelia, Restitución de tierras, exp. 21 (Nahuatzen, Nahuatzen, Michoacán). Anexo 1, en el documento se encuentra el original y se detalla en 5 cuartillas el origen, linderos originales, y fundación de Nahuatzen.

11 Vo Bo Licenciado en Historia Pablo Sebastián Felipe (Originario de Comachuen Municipio de Nahuatzen Michoacán). Víctor Irepan Nuñez

La fundación de Nahuatzen fue en un momento de transición histórica, esto debido a que cuando se estaba formando la comunidad de Nahuatzen, se estaba llevando acabo la conquista de América. El año de 1521 llegó a Michoacán la noticia de la total destrucción de México Tenochtitlan y los señores purhépecha comenzaron los preparativos para la defensa del reino¹². Aproximadamente para el año de 1525 a Nahuatzen se le da él titulo de propiedad por parte del rey Tzimtzicha Calsonsi. A cambio los indios de Nahuatzen juraron sumisión y obediencia al rey en cuanto les mandara.

1.1.6.- ÁREAS DE INTERÉS TURÍSTICO

Parroquia de san Luís Rey. La iglesia conserva todavía la fecha 1550, en que al parecer fue construida por los franciscanos y dedicada a San Luís Rey de Francia.

Casa de la cultura: desde el momento que se acerca a la casa de la cultura, podrá apreciar la construcción civil de la comunidad, perteneció a la maestra clarita, fungiendo como escuela en tiempos anteriores, la comunidad se caracteriza por su aspecto tradicional.

La unidad deportiva cuanta con canchas de beis, Fut y básquet bol, cenadores, sumado los ojos de agua y el paisaje del bosque.

Plazas de Toros: los pobladores tienen gran afinidad por las fiestas y costumbres, entre una de ellas, es el jaripeo que se ha llegado a denominar la capital mundial del jaripeo ranchero profesional. Para ello y por cuestiones políticas se han construido dos Plazas de toros “el cortijo” en honor a la virgen del cortijo y “San Luis de Francia” en honor al santo patrón.

Existe gran afición por el básquet y dos auditorios, uno de reciente creación, en el 2005 fue sede de la liga estatal purépecha de baloncesto, primera fuerza.

1.2.- CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DE LOS TALLERES MUEBLEROS DE LA COMUNIDAD DE NAHUATZEN Y ALGUNOS ASPECTOS DE LA INDUSTRIA MUEBLERA

1.2.1.- CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DE LAS TALLERES MUEBLEROS DE LA COMUNIDAD DE NAHUATZEN.

¹² <http://www.monarcaonline.com.mx/patambanpre.html>
Victor Irepan Nuñez

La siguiente información es resultado del trabajo de licenciatura (Irepan 2006) actualizada en algunos aspectos con la nueva información recabada en el 2008, por ejemplo en la variación de los salarios¹³ de los trabajadores en el 2005 fue de \$118 diarios a \$160 diarios en el 2008 en promedio, en el 2005 se identificaron 124 talleres de muebles y se encuestó a 76 muebleros, de esa investigación los resultados fueron los siguientes.

A).- Estructura organizacional de las empresas.

El 44% de las empresas tienen una formalización con la secretaria de hacienda y crédito público (SHCP). El restante 56% no está dado de alta en hacienda.

El 59% de las empresas tiene luz monofásica, se relaciona con talleres familiares, el 41% de las empresas tienen luz Trifásica y concentran las mejores máquinas y equipos.

La generación de empleos directos en el 2005 se estimó en 356, en el 2008 en 600, el número de trabajadores promedio por empresa en el 2005 es de cuatro trabajadores, en el 2008 de 6.26, las mujeres representan 8.6% de la fuerza de trabajo.

91% de los talleres contestaron no tener elaborada su misión el resto sí, las empresas que no aplican programas de calidad y mejora continua representan el 83%, las empresas que motivan a sus trabajadores para que se conduzcan por los objetivos de la empresa representan el 75%, las empresas que tienen establecido un organigrama formal de puestos representan 18%. Llevan una administración no documentada, basada en lazos de amistad con los trabajadores.

B).- Producción, Organización y Mano de Obra

La línea principal de productos que se fabrican es para el hogar, como son comedores, recámaras, sillas, vitrinas, cocinas integrales y representan el 86% de las empresas, la línea de productos menos representativa es para la oficina, equipos de cómputo, sillas, escritorios, archiveros y representan el 14% de las empresas, ninguna empresa produce para instituciones públicas, privadas, los empresarios se encuentran en condiciones de venderles, hace falta canales de comercialización eficientes.

¹³ cuando el pago es por día, cambiando cuando es por número de piezas.
Victor Irepan Nuñez

Para determinar el nivel de producción en unidades fue un poco difícil por la gran variedad de muebles, costo de producción, tiempo y procesos distintos, dificultando homogeneizar los productos, se optó por determinarlo en unidades monetarias, el costo de producción promedio por empresa es de diez y siete mil setecientos setenta y nueve pesos \$17,779 mensual.

De los 76 talleres encuestados 71, no saben la procedencia de la inversión comentaron que poco a poco fueron comprando y en ocasiones con sacrificios se han hecho de su taller, el capital inicial de las cinco restantes es de préstamos de sus parientes y cajas de ahorro.

Para evidenciar el nivel de tecnología se hizo de una manera sencilla para un indicador tan amplio, tomando en cuenta las características de la maquinaria, sobresalen las máquinas de uso manual representando el 56%, las semiautomáticas representan el 14.5%, La maquinaria de alta tecnología representa solo el 2.6% que son dos talleres, los talleres con maquinaria de baja y mediana tecnología representa el 10.5%, las empresas con la maquinaria semiautomática y automática representa el 7.9%, el mismo porcentaje lo representan las empresas con máquinas manuales y automáticas. Clasificaciones y porcentajes recopilados en el trabajo de campo.

La procedencia de la maquinaria y equipo, que se utiliza en la industria mueblera de la comunidad, está distribuida de la siguiente manera el 42% es de origen nacional, 21% proviene de Estados Unidos de Norte América, 4% alemana, 14% China, 4% es japonesa y el 5% es brasileña. El 11% proviene de algún otro país, siendo la más representativa la española.

C).- Comercialización

En primer lugar de este apartado se analiza el valor de las ventas mensuales de los talleres, se presentaron dificultades por la gran variedad de muebles que se vende y produce, por lo que es difícil estandarizarlo en unidades, el cálculo de las ventas se cuantificaron en unidades monetarias, estimándose en dos millones doscientos dos mil, quinientos cuatro pesos \$2, 202, 504, el promedio de ventas por empresa asciende a veinte ocho mil nueve cientos ochenta pesos \$28,980, los productos que representan el grueso de las ventas son los muebles para el hogar como comedores, recamaras, sillas, vitrinas y cocinas Integrales.

El destino del 28% de los muebles que se producen, es para el mercado interno y la región, en orden de importancia Cherán, Uruapan, Capacuaro y el 34% se distribuye en el interior del estado, sobresaliendo en orden de importancia Zamora, Sahuayo, Morelia, Lazado Cárdenas y Jiquilpan, el principal destino de los muebles es para el mercado Nacional, representando el 38%, en primer lugar es el estado de Jalisco, los destinatarios en este estado son Guadalajara, Ocotlán, la Barca y los altos de Jalisco, principalmente¹⁴, el segundo estado es Guanajuato, los destinatarios son: Valle de Santiago, Celaya, León, Salamanca, como también el Estado de México, Distrito Federal, Tamaulipas, Querétaro, Nuevo León y estado de Campeche, entre los más representativos.

Los empresarios manifestaron que no exportan a ningún país, tres de las empresas más importantes manifestaron tener conocimiento que parte de sus muebles son exportados, por los clientes de Guadalajara.

El mercado que se atiende es amplio, la variedad de muebles que se produce y vende son de tipo Rustico, Clásico y modernos. Cuatro empresarios manifestaron no saber el destino de sus muebles, porque lo entregan en la puerta de la fábrica.

Las principales dificultades de los empresarios para comercializar sus productos son las siguientes: para 29.29%, la dificultad es otra a la sugerida, se les pidió que la especificaran y el transporte fue su principal problema. Esta dificultad es para las empresas familiares que no tienen, los medios de transporte necesarios para la distribución de los muebles y son los que venden en Nahuatzen y la región, así como venta y precios bajos, y no tener registro en hacienda.

Para el 19.19% de los productores la dificultad más grave es la falta de conocimiento del mercado. La calidad de los productos es una dificultad para el 14.4%. Para el 12.12% es la falta de apoyos y créditos por las dependencias de gobierno. La poca demanda es una de sus principales dificultades para el 11.11% de las empresas. Los altos costos de producción para 6.06%. La competencia interna es una dificultad para el 4.04%. La calidad de las materias primas es un obstáculo para el 2.02%.

Los canales de comercialización son por medio de los intermediarios, representando el 77.6% y el resto lo vende al consumidor final.

¹⁴ El grueso de las ventas al estado de Jalisco es producto semi-elaborado y partes de muebles.
Victor Irepan Nuñez

Se les pregunto si tienen información de los precios de los muebles en otros lugares, el 46% de los empresarios manifestaron que si, por medio de sus clientes y por ellos mismos cuando visitan personalmente las mueblerías, el resto dijo no tener conocimiento del precio final de sus muebles.

El papel que le otorgan los productores de muebles a los intermediarios, son los siguientes: el 25.6% opino que los intermediarios se quedan con ganancias extras a su trabajo, el 7% opino que pone el precio de venta final del producto, el 23.3% realizan la función de cobertura de mercado, el 41.1% no tiene claro que función cumplen y por ultimo el 2.3% opino que son los que financian y asumen todos los riesgos, *“son los que nos financian la producción y son ellos los que asumen todos los riesgos, uno cumple con entregar”*.

El 62.2% de los empresarios manifestó haber tenido, establecido un sistema de ventas a crédito y a contado, el 36.8% manifestó no tener establecido ningún sistema de ventas, generalmente se establece cuando se realiza la venta.

D).- Organización de Productores de Muebles

Se identifico la única organización de muebleros de la comunidad “Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzen SA de CV”.

Para saber si los empresarios conocen de la existencia de la organización mueblera, previamente se conoció que actualmente la forman 12 integrantes activos y el 57.5% de los entrevistados, dijo no conocer la organización, los productores que manifestaron conocer la organización fueron 42.5%, de los cuales 5 forman parte de la organización.

Los beneficios que consideran y esperan recibir al pertenecer a una organización es; asesoría técnica y financiera con el 30.8 %, compra de insumos en común y menor precio, y para el 23.1%.compartir información de los precios de mercado, misma proporción adquisición de tecnología.

Se les pregunto si conoce algunas formas de asociarse actual y legalmente, el 17.5% manifestó conocer alguna o algunas formas de asociarse.

1.2.2.- ALGUNOS ASPECTOS DE LA INDUSTRIA MUEBLERA

El sector del mueble a nivel mundial es por naturaleza una industria que ocupa un alto porcentaje de trabajo manual, los países más industrializados han conseguido sustituir el trabajo humano por máquinas sumamente sofisticadas obligadas por el alto costo del mismo, en México, por el contrario, debido a que el nivel de los salarios es aún bajo, era en principio más rentable para las empresas no equiparse con tecnología y dar empleo a más gente, lamentablemente el mercado actual exige volúmenes de producción y estándares de calidad en este tipo de productos que la mano del hombre no puede conseguir sola.

Según Landgrave Zamora, presidenta del sector mueblero de la cámara nacional de la industria de la transformación¹⁵, en la actualidad la industria mueblera del país se encuentra estancada, ante el insuficiente abastecimiento de materias primas, la legislación forestal, limitada variedad en laminados, así como la entrada de productos de bajo precio y calidad pero con diseños diferentes principalmente de China, son algunos de los factores que han frenado el desarrollo de la industria mueblera mexicana, entre unos de los planes específicos para superar el estancamiento, es la promoción de esquemas de asociación.

La planta industrial del sector del mueble en México se compone en un 86% por empresas pequeñas y micros (de las cuales cerca del 90% son micros), aproximadamente 11.5% son de tamaño mediano y el resto son grandes. La capacidad instalada es aprovechada en promedio en un 60%. La producción es básicamente artesanal, aún en aquellos muebles que podrían ser elaborados prácticamente sólo por maquinas (IVEX MÉXICO, 2005).

La localización de la industria mueblera en el país, se puede decir que aunque prácticamente se encuentra diseminada por todo el territorio nacional, en virtud de la facilidad con la que se emprende la actividad, resaltan por su importancia cuatro centros productores, según los datos del censo económico 2004 (Lozano U., 2007).

1. Michoacán, con el 10.62% de los establecimientos.
2. Veracruz, que reporta el 9.14%.
3. El Estado de México, con el 8.54% y

¹⁵ En entrevista con el periódico el financiero lunes 21 de enero del 2008.
Victor Irepan Nuñez

4. Jalisco con un 8.51% de las unidades económicas.

Lozano (2007) resalta que no significa que Michoacán presente mayor dinamismo, la diferencia en la localización es causa de diferentes dinámicas productivas, en este sentido Harner (2003), comenta que existe una diferencia en tanto que los centros productores del Estado de Chihuahua y otras ciudades norteadas incluye a fabricantes pequeños que aprovechan su acceso directo a los Estados Unidos, a partir de redes directas con tiendas en Colorado, Texas, Nuevo México, Arizona, California y Nevada, los fabricantes del Norte también tienen la ventaja de comprar la madera de la Sierra Madre de Chihuahua (donde pueblos del oeste del Estado, como Madera y Temósachic, son industrias madereras), la cual es más dura y su secado es más fácilmente que la madera de Michoacán, y otras áreas del Sur. Remarca que los empresarios del Norte, muestran mucho sentido común, facilitando la cooperación, por lo que muchos se conectan con ferias internacionales de muebles, como las de High Point en Carolina del Norte, USA, diferencias observables en términos de la productividad de las empresas, en tanto que Michoacán alberga el mayor número de establecimientos productores, pero no es así respecto al empleo generado y al valor agregado bruto censal, donde mantiene porcentajes de 4.55% y 2.42% respectivamente; en contraste con el estado de Baja California Norte, el cual tiene apenas el 1.29% de unidades económicas, pero genera el 9.36% de empleo y genera un 14.48% del valor agregado bruto censal a escala nacional.

En lo que respecta a la región del lago de Pátzcuaro en Michoacán, de la cual Nahuatzen forma parte, Harner (2003 Pág. 48) resalta que *“casi toda la gente en estos pueblos trabaja en la industria de alguna manera”*. Hace una aproximación del empleo e importancia de la actividad mueblera, destaca que el 80% de los hombres elaboran muebles (en 200 fábricas más o menos, cada uno con su propio nicho de diseños), mientras que el otro 20% cortan madera en los bosques comunales, como el caso de Pichátaro. Todas estas fábricas son de escala pequeña, de propiedad familiar y con pocos trabajadores. Resultado de su investigación remarca que la industria está organizada como gremio, donde fabricantes locales se apoyan unos a otros y los lazos familiares unen las fábricas. Aunque la región del lago de Pátzcuaro es el foco de la elaboración de muebles, en pueblos cercanos al Oeste (Angahuan, Paracho, Capacuaro y Nahuatzen) y al Este (Zitácuaro) también se elaboran muebles

Donde juega un papel importante las relaciones sociales, la cultura organizacional y la cooperación para mejorar la productividad del sector mueblero y su impacto en el desarrollo local, como es el caso de la industria mueblera de Jalisco que se ha caracterizado por tener una presencia constante dentro de la historia económica de la entidad.

Las características de la industria del mueble de la comunidad de Nahuatzen en comparación con otros países incluidos México, resultados del trabajo de campo y tomando el cuadro realizado por la oficina de cooperación y negociaciones internacionales de CANACO, Bancomext¹⁶, son las siguientes:

CUADRO 1

CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL MUEBLE						
Concepto	Comunidad de Nahuatzen	EEUU	Italia	España	Alemania	México
Tamaño de Empresas	Muchas empresas pequeñas y pocas medianas.	Empresas grandes y medianas	Gran número de empresas, Principalmente pequeñas	Gran número de empresas, principalmente pequeñas	Pocas empresas grandes	Muchas empresas pequeñas
	6 a 7 empleados promedio por empresa	70 empleados y/o trabajadores en Promedio por empresa	5-10 trabajadores por empresa	5-10 trabajadores por empresa	80 a 100 trabajadores por empresa	6 a 7 empleados / trabajadores promedio por empresa
Estilo	Diversas líneas con calidades diferentes y gran variedad de modelos dentro de cada una.	Funcional con diseños que cambian cada 5 años	Muebles de diseño artístico y vanguardista	Muebles de diseño artístico y estético, funcionales y durables	Muebles de alta calidad en su manufactura, funcional y durable	Diversas líneas con gran variedad de modelos dentro
Línea de productos	Una línea con gran variedad de modelos.	Pocas líneas con variedad de modelos dentro de cada una	Muchas líneas con gran variedad de modelos	Muchas líneas y gran variedad de productos, aunque en menor número que en Italia	Pocas líneas y poca variedad de modelos	Una

16 Citado en Perfil de Mercado de Muebles de Madera. S/A . Perfil del Mercado y Competitividad Exportadora de Muebles de Madera.
Víctor Irepan Nuñez

Maquinaria y equipo	Poca maquinaria especializada. equipo semi-industrial	Especializada y con equipo de control numérico	Maquinaria sofisticada	Maquinaria sofisticada	Maquinaria más especializada y de mayor complejidad	Poca maquinaria especializada, equipo semi industrial
Tipo de Industria	Semi-desarrollada, con capacidad instalada ociosa.	Muy desarrollada, con capacidad para producir grandes volúmenes	Mucho oficio, prestigio y tradición familiar. Imagen artesanal	Mucho oficio, prestigio y tradición familiar	Industria muy desarrollada y de gran escala	Semi desarrollada, con capacidad instalada ociosa. Bajos volúmenes

Elaboración: Oficina de Cooperación y Negociaciones Internacionales de CANACO, Bancomext. La parte de la comunidad es agregación propia.

La comunidad de Nahuatzen se ubica en una situación estratégica local y regional. Gran porcentaje de la población económicamente activa, se ubica en el sector de la transformación y la actividad económica no solo se centra en la industria mueblera, también sobresale, el sector textil, agropecuario, financiero (cajas de ahorro), que no han sido suficientes detonadores del desarrollo local, donde las costumbres, tradiciones, tiene influencia en las actividades económicas y la actividad menos explotada es el sector turismo.

Los talleres, se caracterizan por su importancia familiar, llevan una administración no documentada, basada en lazos de amistad. Su línea principal es para el hogar, la maquinaria proviene del ámbito local, nacional e internacional, su nicho de mercado es a nivel local regional y nacional.

La única organización de muebleros es la “Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzen SA de CV”. La industria de la comunidad, presenta analogía en algunos aspectos con otras comunidades del estado y del país.

CAPITULO 2

ANÁLISIS TEÓRICO DEL “CAPITAL SOCIAL” Y LA INDUSTRIA MUEBLERA.

El presente capítulo ayuda y permite entender nuestra investigación, al término de este se debe conocer los referentes teóricos y los aspectos que se consideran y como se aborda en los productores, el apoyo teórico se encuentra en Durston.

Se analiza el capital social, considerando los conflictos en su definición, su medición y si surge en lo individual o colectivo, así como en los aspectos que se coinciden terminando la primera parte mencionando las diferencias y similitudes con otros conceptos. En la parte dos del capítulo se hace una reflexión del concepto y su importancia en las empresas, conociendo y definiendo los referentes teóricos que ayudaron a formular nuestra investigación.

2.1.- ANÁLISIS TEÓRICO DEL “CAPITAL SOCIAL”

2.1.1.- QUE SE ENTIENDE COMO CAPITAL SOCIAL

Cuando hablamos de capital social, nos damos cuenta que es un concepto que no está definido y no existe un consenso teórico sobre el mismo multifacético, abarcador y puede resultar poco claro. A pasado más de una década, sigue siendo confuso su definición, su aporte, sus alcances y limitaciones. Asimismo el capital social es visto como una herramienta, por organismos internacionales, nacionales y por los especialistas en desarrollo, en diferentes niveles de análisis (macro, meso y micro).

La crítica que puede establecerse desde ya al uso y porqué no abuso, que se ha hecho del concepto es precisamente que al haber sido utilizado para explicar tantas cosas, se está en serio riesgo de vaciarlo de contenido convirtiéndolo en algo que finalmente nada explica (Lorenzelli, 2003).

Siguiendo con Lorenzelli (2003) conviene dejarlo explícito puesto que, el capital social por sí solo garantiza poco para quienes lo detentan. Al igual que con los otros tipos de capital, es una combinación virtuosa de distintos activos que pueden ponerse en funcionamiento en proyectos encaminados a la consecución de objetivos prefijados. En este contexto, el capital social cobra valor en la medida que se integra a un portafolio de activos, donde cumple un efecto sinérgico importante en la potenciación de los demás capitales.

Para su definición existen varias versiones que tratan de dar cuenta del concepto, pueden considerarse como clásicos a tres distintos autores, Bourdieu, Coleman y Putnam, Martínez e Irepan (2007) lo analizan desde la siguiente perspectiva:

Para Bourdieu, el capital social es el resultado de la suma de los recursos, actuales y potenciales, que se entrelazan para formar una red de largo plazo, donde el capital social es elitista en tanto la manera de acceder a ciertos recursos es desigual, generando una competencia en los individuos para pertenecer a la red. Bourdieu alude, desde la perspectiva marxista, al capital social como recurso directamente conectado con la pertenencia a un grupo o a una red de relaciones que permite a los individuos mejorar su posición social en diversos campos, multiplicando así los rendimientos de las otras formas de capital (Sánchez y Pena, 2005). Bourdieu define al capital social como *“el agregado de los recursos reales o potenciales que se vinculan con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento o reconocimiento mutuo”* (Bourdieu, 1985 pág. 5, citado en Forni, Siles y Barreiro, 2004).

En Coleman, el capital social está encaminado a restringir o animar determinados comportamientos, lo define su función. Intervienen varios aspectos para generar un ambiente social que facilite a los individuos realizar acciones dentro de la misma estructura. Los individuos pueden acceder al capital social sin pertenecer a las elites, sino por el simple hecho de pertenecer a la estructura social que está generando el capital social. Para ello toma en cuenta, a la familia, las redes de parentesco y a instituciones religiosas, en la creación del capital social. Coleman, adopta la perspectiva más sociológica y define el capital social como aquellos aspectos consistentes de la estructura social, obligaciones y expectativas, canales de información, conjunto de normas y sistemas de sanción que restringen o animan cierto tipo de comportamientos (Sánchez y Pena, 2005).

Para Putnam el capital social, permite que los ciudadanos resuelvan problemas colectivos más fácilmente, a las comunidades que avancen con menor obstáculo. Putnam, en cambio se centra en la generación de comportamientos pro sociales, rasgos o características de las organizaciones sociales como normas, redes y confianza que facilitan la cooperación y coordinación para el beneficio mutuo (Sánchez y Pena, 2005).

En nuestra investigación se toma en cuenta los aspectos de la confianza, reciprocidad y cooperación, que propone John Durston, entiende el capital social como el “Contenido de ciertas relaciones sociales, que combinan actitudes de confianza con conductas de reciprocidad y cooperación, que proporciona mayores beneficios a aquellos que lo poseen en comparación con lo que podría lograrse sin este activo” (Durston, 2003. Pág. 147).

2.1.2.- LOS PRINCIPALES CONFLICTOS ACERCA DE LAS DEFINICIONES DEL CAPITAL SOCIAL.

Para Siles (2003) los principales conflictos de este concepto son los siguientes;

- Lo que algunos definen como capital social otros consideran las manifestaciones o productos del capital social.
- Algunos consideran al capital social como un concepto micro mientras que otros creen que es un concepto macro.
- Algunos comparan el capital social con conceptos tales como instituciones, normas y redes, mientras otros prefieren distinguir estos conceptos separadamente y como elementos componentes del paradigma del capital social.
- Algunos sostienen que el capital social está localizado en unidades tales como la sociedad civil, comunidades y familias e incluyen esta localización en la definición del mismo. Otros sostienen que la localización del capital social no debe ser incluida en su definición.

Bahamondes (2001) remarca que el empleo de un concepto eminentemente económico, capital, para describir y explicar “fenómenos sociales” plantea de inmediato dos cuestiones: se está en presencia de un tipo particular de relaciones sociales que pueden ser analizadas bajo los principios generales del funcionamiento del capital --de lo contrario que sentido tendría llamarlo capital--, y por tanto, sujeto al análisis económico --aspecto que habitualmente también se pasa por alto--, y lo económico se transforma en el paradigma totalizador en el cual encuentran explicación todos los hechos sociales. Pero no deja de llamar la atención el paso un tanto forzado que se da y del cual arranca la necesidad de reconocer la existencia de capital social, señala que lo económico requiere de una visión más amplia para poder comprender los fenómenos que ocurren en la sociedad.

2.1.3.- COINCIDENCIAS SOBRE EL CAPITAL SOCIAL

Se desprende que el capital social se crea sencillamente allí donde las relaciones entre personas se coordinan para facilitar una acción colectiva (Forni, Siles y Barreiro, 2004). “Coleman concuerda que no se discute la urgencia de incorporar con mayor énfasis estos aspectos sociales, culturales y contextuales al análisis de problemas y políticas de desarrollo, equidad y superación de la pobreza. Existe un amplio reconocimiento de que los individuos y las colectividades manejan recursos intangibles, que son «capitales» en el sentido general de activos cuya movilización permite lograr mejores resultados en emprendimientos y estrategias, en comparación con lo que habría sido posible en su ausencia” (Coleman, 1990. Citado por Durston, 2003).

Las premisas fundacionales del concepto de capital social se formularon en su mayor parte durante la década de 1980, muchas de ellas coinciden en dos aspectos, entienden el capital social como un recurso o una vía de acceso a recursos que, en combinación con otros factores, permite obtener beneficios a quienes lo poseen y lo consideran al mismo tiempo, que esta forma de capital reside en las relaciones sociales (Durston, 2001).

Después de un análisis del capital social Sánchez y Pena (2005), concluyen que el capital social se conforma de redes y normas sociales en las que se insertan los individuos y pueden ser de comunicación apoyo social y económico.

En este sentido Forni, Siles y Barreiro (2004), resaltan que el capital social es un medio o un recurso que:

- Facilita a los individuos la consecución de sus propios intereses.
- Es inherente a la estructura de las relaciones sociales.
- A partir de la realización de favores el capital social adopta la forma de obligación y es a través de ella (de su cancelación) que el individuo alcanza sus propios objetivos, procurando que la retribución se produzca en el momento más conveniente para él.
- La posibilidad de aparición de esta forma de capital social queda sujeta a diversos factores, entre ellos el grado de confiabilidad del entorno social, las necesidades actuales de los individuos y el grado de cercanía [closure] de las redes sociales.

2.1.4.- EL CAPITAL SOCIAL: ¿UN RECURSO INDIVIDUAL O COLECTIVO?

Forni, Siles y Barreiro (2004) remarcan que a menudo los enfoques teóricos del capital social resultan muy disímiles e incluso contrapuestos. Sin embargo, a pesar de las diferencias, aparece un elemento convergente en torno a todas las formulaciones: el capital social es un recurso que se genera y se acumula en las redes sociales. Concuerdan que, el capital social es un recurso que surge de las relaciones sociales, y que el problema surge cuando quieren demostrar si es un recurso individual o colectivo, para algunos las personas individualmente se apropian de este recurso, mientras que, para otros, es el grupo, la estructura o las comunidades en su conjunto quienes disfrutan de los resultados de la inversión en capital social. Loury, Granovetter y Bourdieu dan cuenta de la primera postura, mientras que Coleman, al definirlo como bien público, y más explícitamente Putnam al referirse a él como un recurso apto para la consecución de objetivos de índole colectiva, se ubican en el capital colectivo.

En realidad el capital social es tanto un recurso individual como colectivo y a menudo los individuos acceden a ciertos recursos a partir de relaciones que mantienen a nivel personal y no es erróneo suponer que las mismas contienen capital social. Por otro lado, ciertos grupos sociales logran beneficios a partir de su constitución en red, en redes exocéntricas en términos de Lomnitz, y no es menos cierto que estas relaciones contengan también capital social.

2.1.5.- ¿SE PUEDE MEDIR EL CAPITAL SOCIAL?

Dado que se manejan aspectos intangibles y la novedad de la introducción del capital social en los análisis de desarrollo económico y empresarial, así como su complejidad, presenta considerables dificultades debido a varias razones algunas de ellas (Rodríguez y Román, 2005):

- Es un recurso intangible.
- Las definiciones de capital social son multidimensionales al incorporar diferentes niveles y unidades de análisis. Se puede analizar en el ámbito microeconómico, meso o macro. Tiene dimensiones estructurales y cognitivas. Y según el grado de autonomía e incrustación se suele distinguir entre capital social de unión (bonding), que tiende puentes (bridging) y que es vinculante (linking).

- La naturaleza y las formas de capital social cambia con el tiempo pues varía el equilibrio entre organismos e instituciones informales y formales.
- Los indicadores de capital social difieren geográfica y sectorialmente.
- No existe estudios internacionales de capital social ni estudios a largo plazo, lo cual las investigaciones actuales han debido recopilar índices de un abanico de ítems aproximativos.

Entre otras razones resulta difícil medir el capital social, el reto en su medición es identificar un sistema de indicadores contextualmente relevantes y establecer una correlación empírica con los indicadores de impacto y resultados.

2.1.6.- CAPITAL SOCIAL, SIMILITUDES Y DIFERENCIAS CON OTROS CONCEPTOS

Resulta importante diferenciar el capital social de otros conceptos, que a veces se tiende a confundir, Raczynski y Serrano (2005), mencionan las siguientes diferencias:

A.- Capital social y relaciones sociales

No cualquier relación social es capital social. El capital social supone relaciones sociales, formales o informales, que tienen cierta permanencia y regularidad, se cimientan en lazos de confianza y apoyan la cooperación y la solución conjunta de problemas.

B.- Capital social, capacidades y empoderamiento (empowerment).

Las capacidades y el empoderamiento individual (autoestima, habilidades sociales, manejo de información, seguridad en sí mismo, y otros) son parte del capital humano y no son capital social. Pueden, y en muchas ocasiones así ocurre, ser materia prima o insumo que contribuye a la expansión del capital social.

C.- Capital social y participación social

La participación social es, al mismo tiempo, tanto un fin de la política social, en cuanto refleja a la “ciudadanía en acción” (habitantes que conocen y asumen sus derechos y deberes), como un medio que contribuye a ampliar dicha ciudadanía y mejorar la sintonía entre la política pública y las necesidades y prioridades de los habitantes. La participación social se refiere al

involucramiento directo y activo de los ciudadanos en iniciativas o proyectos de bien común. Se realiza principalmente en el ámbito comunitario, y da cuenta de una motivación socio territorial porque incide en la vida del lugar. La participación se liga al capital social, sin embargo, no es per se constitutiva de capital social y puede darse el caso de acciones de interés estrictamente individual, de trayectorias de carácter político o de espacios de liderazgo alejados de los ámbitos de la confianza y la reciprocidad.

D.- Capital social, ciudadanía y compromiso cívico

El concepto de ciudadanía se vincula a derechos y deberes de las personas. El concepto se entrecruza, pero es distinto, al de capital social. Ambos se relacionan con umbrales de dignidad y calidad de vida. Ciudadanía refiere a los derechos y las responsabilidades de los ciudadanos y usuarios de las políticas públicas y a su participación y control de la acción del Estado. Al estar ligado el capital social a la capacidad cooperativa de las personas, contiene una semilla fértil de expansión de la ciudadanía, así como el interés y compromiso por los asuntos de bien público.

E.- Capital social, sociedad civil y asociatividad

Se ha vinculado el concepto de capital social al de organizaciones y asociaciones propias del área privada o no gubernamental, incentivadas por motivaciones de interés público. Estas entidades intermedias son eficientes colaboradoras de las redes ciudadanas, pero en sí mismas un número de estas organizaciones no es indicador de capital social.

F.- Capital social, organización social y organización comunitaria

En principio, la existencia de organizaciones sociales –funcionales y territoriales- constituye una señal de presencia de capital social, asumiendo que en la interacción que las sustenta existen bases de confianza y reciprocidad, y que su lógica principal es la cooperación. Sin embargo, estas organizaciones no constituyen necesariamente un depósito de capital social. Ellas pueden surgir en respuesta a demandas del Estado, tener un carácter meramente instrumental y operar sobre bases de control más que de cooperación. El registro del número y tipo de estas organizaciones no constituye un indicador de capital social. Es necesario hacer un análisis más complejo, evaluando las bases de reciprocidad y confianza que sustentan a estas asociaciones, así como su capacidad de movilizar activos para sus participantes.

G.- Capital social y redes sociales

El término red social se utiliza profusamente en el ámbito de la política social y se restringe con cierta frecuencia al conjunto de beneficios contenidos en los programas sociales. Esta comprensión de red social no es capital social. Otras veces se habla de red social cuando un conjunto de instituciones u organizaciones se proponen trabajar coordinadamente. Tampoco es capital social en el sentido definido.

Una red social es capital social cuando los actores involucrados en la relación de intercambio aportan distintos tipos de recursos, que se disponen en la red para que otros tengan acceso a ellos. Estos recursos pueden ser parte del capital que tiene cada uno de los actores que entran en relación (capital humano), pero también existen recursos que están integrados en las redes de otros actores con que se interactúa; sobre estos recursos se tiene acceso directo o indirecto. Las redes tienen, por lo tanto, la capacidad de ampliar el espectro de recursos de que dispone cada uno de los agentes que la constituyen, que ponen la experiencia propia a disposición de otros para el logro de objetivos y metas comunes.

2.1.7.- Capital social y empresa

Para analizar las empresas y partir de la perspectiva del capital social, conlleva analizar las relaciones sociales de una actividad productiva y su relación con el contexto.

El capital social, al igual que el capital físico y humano, facilitan la actividad productiva y contribuye al desarrollo de las sociedades. Cada uno de ellos aporta elementos importantes aunque sean intangibles en menor o mayor grado: el capital físico es más tangible y se crea transformando las materias; el capital humano es más intangible y se crea transformando las personas, proporcionando entrenamiento y capacitación y haciéndolas capaces de actuar en nuevas áreas, el capital social es aun más intangible, se crea cuando las relaciones entre personas cambian de manera que facilitan la acción, es inherente a la estructura de relaciones entre dos o más actores, no se aloja ni en los mismos actores, ni en los instrumentos de producción (Coleman: 1988; Cornejo, 2003).

Chang (2003) comenta que toda actividad económica, por más sencilla que sea, requiere de la cooperación social entre seres humanos. Es en el lugar de trabajo donde pasamos buena parte de nuestro tiempo y donde estamos en contacto con un mundo social mucho más amplio que

el de nuestra vida privada. Este contexto social en el que nos relacionamos con otras personas hace posible que podamos satisfacer una necesidad básica. Deseo de ser reconocido, al ser el trabajo no solo fuente de dinero, sino también de autoestima y dignidad.

Resalta Chang (2003) citando a Felipe Ortiz de Zevallos, presidente del grupo apoyo del Perú, un país con valores propicios para el progreso y el desarrollo entiende por prójimo al conjunto de personas que participan del mismo proceso social, sin distingo de razas o categorías sociales. En un país con valores y cultura resistentes al desarrollo, el prójimo es “mi familia y mis amigos.” En tal sentido, hay una frase en la literatura latinoamericana que ilustra este concepto. “para mis amigos todo, para mis enemigos la ley.” Esta interpretación típica del concepto de prójimo genera una especie de doble estándar: uno para mi familia y mis amigos y otro para la sociedad. No es extraño que en las sociedades latinoamericanas las empresas sean predominantemente familiares y que los niveles de confianza sean usualmente bajos.

Chang retoma a Michael Fairbanks y State Lindsay, que sostienen que en América Latina hay una gran ausencia de clúster de industrias relacionadas y de apoyo. Para estos autores la cultura latinoamericana de “autosuficiencia” inhibe el desarrollo de relaciones interdependientes y limita la capacidad de las empresas de dar respuestas innovadoras a los retos competitivos. Estos autores encontraron que en los países andinos las empresas de un mismo segmento industrial o clúster tienden a no cooperar entre si y a no aprender unas de otras. La falta de confianza y cooperación limita la capacidad de los proveedores y de las empresas compradoras para especializarse en el desarrollo de insumos industriales fundamentales, un hecho que finalmente obstaculiza la capacidad de la industria innovar y mejorar.

Donde el Programa Andino de Competitividad de la CAE ha identificado los principales clúster de los países andinos. En general estos son escasos, débiles e incipientes, se basan en recursos naturales y carecen de un clima de negocios apropiados para su desarrollo. Asimismo generan productos de bajo valor agregado, utilizan mano de obra poco calificada y cuentan con pocas empresas especializadas vinculadas con ellos.

Asimismo en América Latina, la mayor parte de las unidades empresariales son pequeñas o micro empresas, las que absorben alrededor del 75% de la población económicamente activa. Además, buena parte de las empresas medianas y grandes siguen siendo compañías dirigidas

por sus propios dueños o por sus familiares. El número de empresas que cotizan en las bolsas de valores es relativamente pequeño.

En los países de bajo nivel de confianza, donde las empresas tienden a ser más pequeñas y de corte familiar, tiende a dedicarse a actividades intensivas en mano de obra y en sectores que exigen mucha flexibilidad, innovación y rapidez en la toma de decisiones, tales como textiles, diseño, maquinas-herramientas y muebles (Chang L., 2003).

Lindon J. Robison y Marcelo E. Siles (2003), realizan un análisis, sobre las organizaciones, donde una empresa desarrolla capital social entre sus miembros cuando facilita el intercambio de bienes socio-emocionales que, a su vez satisface las necesidades socio-emocionales. Las organizaciones que propician las actividades cooperativas entre sus miembros, en lugar de las competitivas fomentan en mayor grado el intercambio de bienes socio-emocionales. Adicionalmente, las organizaciones que dan más importancia a los vínculos horizontales que a los verticales o jerárquicos propician el desarrollo de capital social. Por ultimo, las organizaciones que estimulan a sus miembros a interactuar en una amplia gama de actividades, que incluyen actividades sociales y de trabajo facilitan el desarrollo de capital social, ya que de allí surgiría la cooperación e intercambio en un amplio espectro de contextos y oportunidades.

Es muy común observar que en aquellas empresas en las que existe capital social se facilite la creación de otra organización diferente. Por ejemplo, una empresa puede auspiciar un equipo deportivo. Una iglesia puede auspiciar Boy Scouts y permitirles la utilización sus instalaciones. La organización de la familia puede suministrar recursos para ayudar a sus miembros a establecer una empresa (Lindon J. Robison y Marcelo E. Siles, 2003).

2.1.8.- REFERENTES TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Como toda forma de capital, el capital social cuenta con recursos o insumos que facilitan su aparición y acumulación. Una de las objeciones que se hacen a la propuesta de considerar el capital social como una forma de capital es que no puede expresarse en términos corrientes, como el dinero, que permitan mostrar cifras absolutas o relativas, o tendencias a lo largo del tiempo (Uphoff N., 2003). En este sentido destaca Forni, Siles y Barreiro (2004) que a pesar de las discrepancias teóricas entre los autores, resulta que la característica intrínseca del

capital social es su carácter relacional. El capital social se genera y se acumula a partir de las relaciones que establecen los individuos entre sí.

En este sentido comenta Koka y Prescott (2002) las relaciones de cooperación que una empresa mantiene con otras organizaciones constituyen un fenómeno y en las últimas décadas ha adquirido una enorme relevancia. Así determinados hechos como la globalización de los mercados, la intensificación tecnológica, la desregulación de sectores económicos, el dinamismo o la volatilidad de los entornos competitivos y la imposibilidad que tiene una empresa de ser altamente competitiva en cada una de las áreas o actividades, han generado la proliferación de acuerdos de cooperación entre organizaciones. El capital social constituye un concepto particularmente adecuado para estudiar las redes de relaciones interorganizativas que tiene una empresa (citado por Galán y Castro, 2004).

En el mundo globalizado de hoy la competitividad de las industrias depende cada vez más de la manera como los agentes económicos se organizan en redes empresariales. Estas redes incorporan empresas de diferente tamaño que cooperan y compiten entre sí, reemplazando a las grandes empresas de la época del fordismo integradas verticalmente. La manera como se organizan estas redes y la competitividad alcanzada por ellas depende en gran medida de la confianza existente, por un lado entre las empresas y por otro al interior de las empresas entre el empresario y los trabajadores. A mayor confianza, menores son los costos de transacción y mayores son los niveles de productividad y competitividad alcanzados (Cornejo C., 2003).

Cornejo (2003) resalta la importancia del capital social en el desarrollo económico, explica en gran parte el renacimiento que han tenido las pequeñas empresas en especial aquellas que conforman clúster o conglomerados empresariales, se basa en las relaciones de confianza, la proximidad en que se desenvuelven estas empresas y la cultura común que distinguen a sus miembros, les permite alcanzar eficiencia colectiva mediante el logro de economías de escala y la ejecución de acciones conjuntas.

Como menciona Raczynski y Serrano (2005), de la amplia gama de miradas, es posible tomar algunos aspectos importantes y puntos de acuerdo, dado que el capital social tiene aspectos subjetivos, valóricos y culturales, tales como las expectativas, creencias y valores con respecto al otro y a las posibilidades de actuar en común, y se asocia a los conceptos de confianza, reciprocidad y cooperación. Sus definiciones son escasas, varios autores solo

resaltan su importancia y los efectos que estos tienen sobre el capital social, muy pocos autores se dan a la tarea de definirlos y los dejan por supuestos. Para Putnam la confianza es “una predicción de la conducta de un actor independiente. Tú no confías en que una persona (o agencia) va a hacer algo simplemente porque dice que lo hará. Tú confías en ella sólo porque (estando al tanto de su situación) esperas que esa persona decidirá hacerlo” (citado por Millán y Gordon, 2004, pág. 726), los autores hacen la siguiente cita “La confianza, en el más amplio sentido de la fe en las expectativas de uno —nos dice— es un hecho básico de la vida social”.

Para Martínez e Irepan (2007), la confianza la definen como “la seguridad que uno tiene de si mismo, en otro o en una cosa. Es la creencia en que una persona o grupo será capaz y deseará actuar de manera adecuada en una determinada situación y pensamientos. Se trata de una suspensión temporal de la situación básica de incertidumbre acerca de las acciones de los semejantes; teniendo confianza, es posible suponer un cierto grado de regularidad y predecibilidad en las acciones llevadas a cabo por la sociedad. Confiamos en alguien cuando creemos conocer sus intenciones. Desconfiamos de alguien cuando creemos desconocer sus intenciones; aún más claramente desconfiamos cuando creemos saber que oculta sus intenciones. En el primer caso, haga lo que haga y diga lo que diga, creemos saber que todo se corresponde con sus intenciones. En el segundo caso, nada que haga o diga nos convence de que no oculta algo”.

La reciprocidad descansa en las expectativas que surgen entre las partes involucradas de que cada uno de ellos reconocerá el vínculo y responderá a las exigencias que se desprenden de él. Pero la confianza no es algo que sólo se sitúe en el plano personal, lo trasciende para involucrar al conjunto del grupo y se materializa en sanciones con grados diversos de operación. En la medida que las confianzas entran en una dinámica de deterioro o erosión se puede suponer que la reciprocidad comienza a ser afectada. La interacción de la confianza y reciprocidad, se ven manifestado en la cooperación, (Bahamondes, 2001).

El apoyo teórico principal esta en John Durston, que entiende el capital social como el “Contenido de ciertas relaciones sociales —que combinan actitudes de confianza con conductas de reciprocidad y cooperación—, que proporciona mayores beneficios a aquellos que lo poseen en comparación con lo que podría lograrse sin este activo” (Durston, 2003). En su definición sitúa el capital social en el plano conductual de las relaciones y sistemas

sociales, y no en el plano abstracto de la cultura simbólica de las normas, los valores y las cosmovisiones, plano en el cual sitúa al capital cultural y al capital humano o cognitivo. Ambos planos interactúan, ninguno determina siempre al otro.

Durston (2002) hace una definición amplia de los conceptos que se ver a continuación:

1.-La confianza

La confianza individual es una actitud que se basa en el comportamiento que se espera de la otra persona que participa en la relación que se establece entre ambas. Esta confianza tiene un soporte cultural en el principio de reciprocidad, y un soporte emocional, que es el afecto que sentimos hacia aquellas personas que creemos confiables y que nos dan muestras de su confianza hacia nosotros. Tal actitud se expresa en conductas reiteradas y reforzadas con expresiones que comunican esa confianza en discursos y en acciones de entrega del control sobre determinados bienes. Esta relación social se establece sobre todo entre pares de personas que forman una díada: pareja de dos seres o cosas estrecha y especialmente vinculados entre sí'.

La presencia o ausencia de confianza deriva no de una programación rígida proveniente de una cultura ancestral, sino de la repetición de interacciones con otra persona, la cual, según indica la experiencia acumulada, responderá a un acto de generosidad con un acto equivalente, nutriendo así un vínculo en que se combina la aceptación del riesgo con un sentimiento de afectividad o de identidad ampliada. Confiar implica la disposición a entregar el control de bienes propios al otro (o, en el caso de una institución, a sus autoridades).

Sin embargo, cuanto mayor sea el valor de los bienes cuyo control se cede o comparte, mayor será el costo de oportunidad de seguir siendo confiable. Aumenta, por así decir, la tentación de traicionar la confianza depositada. Al vivir en un mundo de riesgos y amenazas, los individuos necesitan confiar en alguien, es decir, establecer relaciones de capital social, pero esa misma realidad hace posible traicionar la confianza, estafar. Todos los grupos sociales alimentan sentimientos de obligación relacionados con el parentesco, al mismo tiempo que hacen que sus miembros internalicen normas de identidad comunitaria, como una manera de evitar

la traición. Cuando ésta ocurre, constituye un aprendizaje traumático y crea un refuerzo negativo contra la confianza.

2.- La reciprocidad

En las ciencias sociales, en particular en la antropología, el concepto de reciprocidad se ha levantado sobre la base del clásico Ensayo sobre el don de Marcel Mauss (1990), escrito a principios del siglo XX y publicado por primera vez en Francia en la década de 1950. En la obra considera Mauss la reciprocidad como el principio fundamental que rige las relaciones institucionales formales e informales en una comunidad. En las sociedades premercantiles y en menor grado en las contemporáneas existe una lógica de intercambio basada en los obsequios (de objetos, ayuda, favores), lógica que es distinta de la mercantil, aunque opera también en el ámbito del mercado. Un obsequio es signo de estar dispuesto a iniciar o mantener una relación social y, al mismo tiempo, supone de parte del receptor la obligación, culturalmente sancionada, de retribuir de alguna forma el obsequio. En esta reciprocidad, que Mauss llama difusa, la compensación por un favor, un préstamo o un regalo no es inmediata ni con una equivalencia precisa, lo que sin duda la distingue de las transacciones mercantiles.

En toda sociedad, las relaciones entre las personas se afianzan por medio de numerosas interacciones, que potencialmente se extenderán en el futuro. En las comunidades pequeñas, las relaciones tienden a darse entre las mismas personas y familias en todos los ámbitos y en todas las instituciones de la vida humana: religiosa, jurídica, política y económica. Por eso, dice Mauss, tales relaciones son fenómenos totales, y dichas comunidades son a su vez sistemas totales. La reciprocidad, que a primera vista podría parecer un fenómeno social menor entre muchos, es entonces la base misma de las relaciones e instituciones del capital social.

Entre los antropólogos que han aportado a la comprensión de la reciprocidad figuran Raymond Firth (1961), con su concepto de organización social, referido a las relaciones regulares que son las semillas de las instituciones y las estructuras sociales, y George Foster (1961), con su concepto de contratos diádicos, referido a los entendimientos informales y generalmente tácitos entre dos personas que

mantienen intercambios a lo largo del tiempo. Tales contratos son el primer eslabón de redes centradas en el individuo, y constituyen a la vez la base de una organización social más compleja que es en sí un activo, esta vez de índole colectiva.

3.-La cooperación

Se trata de una acción complementaria orientada al logro de los objetivos compartidos de un emprendimiento común. No debe confundirse con la colaboración, que es el intercambio de aportes entre aliados que tienen emprendimientos y objetivos diferentes aunque compatibles. La cooperación, junto con la confianza y los vínculos de reciprocidad, resulta de la interacción frecuente entre diversas estrategias individuales. El concepto está sustentado en la teoría de los juegos y en la de la cooperación, que postulan que la cooperación puede fomentarse mediante la repetición de situaciones en las que es posible confiar o traicionar. La cooperación también puede emerger como consecuencia no planeada de la evolución interactiva — o coevolucionó— de distintas estrategias de agentes múltiples.

El autor sitúa al capital social como una parte del sistema sociocultural, donde se relaciona lo social, lo cultural y lo material, donde capital cultural es entendido como las visiones del mundo, de los seres humanos y de las normas que deben guiar los comportamientos, donde resalta que no siempre hay coincidencia entre los valores profesados y la conducta real.

Los recursos asociativos que se consideran para dimensionar el capital social con que cuenta un grupo o comunidad son las relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación. La confianza es consecuencia de la repetición de interacciones con otras personas que de acuerdo a la experiencia responderán con un acto de generosidad, fortaleciendo así un vínculo que combina la aceptación del riesgo con un sentimiento de afecto o identidad ampliada. La reciprocidad ha sido concebida como el principio rector de una lógica de interacción ajena a la lógica del mercado, que supone intercambios basados en obsequios. La cooperación es la acción complementaria orientada al logro de objetivos compartidos de una actividad en común (Durstón, 2001).

El capital social se genera y se acumula a partir de las relaciones que establecen los individuos entre sí y los lazos informales constituidos por las relaciones que se establecen entre familiares, amigos, vecinos o compañeros de trabajo, las formas informales de

sociabilidad se vuelven cruciales para el sostenimiento del nivel de capital social en una comunidad. Como mencionamos anteriormente el apoyo teórico principal esta en Durston, en la bibliografía solo aparecen tres referentes, esto no significa que solo fueron los documentos a los cuales se les dio lectura, dado que son los documentos donde se propone su postura teórica, los demás versan sobre el mismo tema, uno de los documentos mas recientes y mas cercanos a la comunidad de Nahuatzen es que publico en coautoría López E. en el 2006, con el siguiente titulo “Capital social y gestión participativa en la cuenca de Pátzcuaro”¹⁷. A otras publicaciones que se les dio lectura son las siguientes:

Durston, J. 1999. Construyendo Capital Social Comunitario". Revista de la CEPAL, N 69.

Durston. J. (1999). ¿Que es capital social comunitario? Serie Políticas Sociales No. 38 División de Desarrollo Social, CEPAL.

Durston, John (1999): Capital Social Campesino en Chile y Programas de Superación de la Pobreza, Análisis comparativo de seis comunidades rurales . CEPAL División de Desarrollo Social.

Durston, J. 2000. "El Capital social en seis Comunidades campesinas de Chile: resumen de Investigación." Ponencia presentada para el Taller para Investigadores sobre capital social en Chile.

Durston J. 2005. Superación de la pobreza, capital social y clientelismos locales. En Arriagada I. (editora). Aprender de la experiencia el capital social en la superación de la pobreza. CEPAL Santiago de Chile.

Durston J. 2002. Inclusión y empoderamiento de comunidades indígenas para el etnodesarrollo rural: desafíos de la implementación (casos de comunidades mapuches de chile). En el seminario “La revalorización de los grupos prioritarios en el medio rural”. Secretaria De Agricultura, Ganaderia, Desarrollo Rural Pesca y Alimentación. México, D.F.

2.1.9.- PORQUE UTILIZAR EL CONCEPTO DEL CAPITAL SOCIAL Y NO OTROS CONCEPTOS PARA ANALIZAR A LOS PRODUCTORES MUEBLEROS DE NAHUATZEN.

17 Revista de la CEPAL 9 0.

La actividad económica de la comunidad indígena de Nahuatzen esta sustentada en varias actividades económicas, una de ellas es la industria mueblera, en la presente investigación se ocupa de ello, actividades no han sido suficientes detonadores del desarrollo local, el problema gira en entender y analizar porque no son suficientes detonadores del desarrollo. Para ello se hizo una investigación teórica de los conceptos y teorías sociales que nos permitiera abordar esta problemática.

Lo primero en identificar es que se esta en presencia de aspectos cualitativos, enmarcados en las relaciones sociales, nuestro interés no es cualquier relación social, nos interesa aquellas relaciones sociales que tienen permanencia y regularidad, en busca de obtener beneficios.

El capital social fue unos conceptos que nos dio los elementos necesarios para abordar nuestro objeto de estudio, donde se diferencia del capital humano en tanto este se vincula a la autoestima, habilidades sociales, manejo de información, seguridad en sí mismo, entre otros, factores que pueden permitir fortalecer las relaciones sociales de las que hacemos mención.

Se pudo haber utilizado como herramienta teórica a la participación social, en tanto se da un involucramiento directo y activo de los ciudadanos y es signo de que existe interés en los aspectos de la vida del lugar. El motivo por el cual no se decidió es porque participación social se relaciona con la política social y puede darse participación social para cumplir intereses personales y con fines políticos, donde no se fundamente en los aspectos de la confianza, reciprocidad y cooperación. Mientras la participación social se fundamente en estos conceptos se puede decir que se acerca a capital social.

La asociatividad también se considero para el análisis, en cierta medida se trata de entender el bajo nivel de asociación y cooperativismo entre los muebleros, considerando que un número de estas asociaciones u organizaciones no es indicador de que existen buenas relaciones sociales entre los muebleros, bien podría verse fraccionado y pueden estar respondiendo a demandas del estado.

El término que de redes bien pudo ser el concepto que nos permitiera analizar nuestro caso, red social se utiliza profusamente en el ámbito de la política social y se tiende a restringir con cierta frecuencia al conjunto de beneficios contenidos en los programas sociales y puede no estar sustentadas en los conceptos de cooperación, reciprocidad y confianza.

El concepto teórico que nos brinda las herramientas para analizar a los muebleros fue el capital social, los problemas conceptuales comenzaron cuando se trató de analizarlo, dado que es multifacético abarcador y puede resultar poco claro, lo que algunos consideran al capital social como un concepto micro, otros creen que es un concepto macro. Lo que algunos definen como capital social otros consideran las manifestaciones o productos del capital social. Presenta considerables dificultades debido a varias razones algunas de ellas (Rodríguez y Román, 2005):

- Es un recurso intangible.
- Las definiciones de capital social son multidimensionales al incorporar diferentes niveles y unidades de análisis. Se puede analizar en el ámbito microeconómico, meso o macro. Tiene dimensiones estructurales y cognitivas. Y según el grado de autonomía e incrustación se suele distinguir entre capital social de unión (bonding), que tiende puentes (bridging) y que es vinculante (linking).
- La naturaleza y las formas de capital social cambia con el tiempo pues varía el equilibrio entre organismos e instituciones informales y formales.
- Los indicadores de capital social difieren geográfica y sectorialmente.
- No existe estudios internacionales de capital social ni estudios a largo plazo, lo cual las investigaciones actuales han debido recopilar índices de un abanico de ítems aproximativos.

De lo multifacético y tipologías del capital social (individual, grupal, colectivo, comunitario, promisorios, transformador, desarrollador, latente, potencial, de unión, de puente, de escalera, estructural, cognoscitiva, societal, externo), ayudan en el análisis, sin embargo, las definiciones son difíciles de aplicar a una realidad concreta, después de revisión bibliografía de los diferentes conceptos y autores del tema se encontró uno los elementos comunes a estas definiciones son la confianza, reciprocidad y cooperación, propuestos por Durston (2003), son los aspectos teóricos que se considera deben estar presentes a la hora de estudiarlo en casos concretos. Asimismo se incorporaron los aspectos de la familia y las tradiciones porque son parte del capital social de los muebleros. Teniendo por un lado los aspectos teóricos del

concepto y los aspectos propios de los muebleros. La forma como se abordó se explica en la introducción.

La parte medular de la investigación es el capital social y dado que se menciona dinámica, en la física se refieren al cambio y movimiento de los cuerpos, en lo social y en especial al capital social, es referente de artículos y estudios sociales, sin embargo no se deja claro a qué aspectos se refiere cuando mencionan dinámica, Martínez L. (S/A) se refiere a la apertura de mercados, dolarización, elevado costo de mano de obra, desinterés del estado y de los gobiernos locales y Cruz J. (1994), hace referencia a las transformaciones morfológicas de las áreas centrales de las ciudades españolas. Para la presente investigación nos referimos a la interacción y relación social entre los muebleros.

Para poder aplicarlo a llevarlo a cabo fue necesario proponer un concepto y se definió como, **el contenido e interacción de confianza, reciprocidad, relaciones familiares y tradiciones, recursos de la cooperación que influyen en la participación en iniciativas de desarrollo.**

En una primera etapa se realizó un sistema de indicadores base, de la cual se desprendieron las encuestas de capital social, familia y tradiciones y la definición de capital social, lo primero que se hizo fue tomar en cuenta las unidades de análisis, se dividieron en tres niveles A).- Vínculo como fundamento en taller y la familia, B).- Intercambio como fundamento en la comunidad C).- Red como fundamento en agrupamiento empresarial, dio como resultado 12 indicadores de confianza, 8 indicadores de reciprocidad, 10 indicadores de cooperación, 7 indicadores de costumbres y tradiciones, 3 indicadores de solidaridad, con un total de 83 preguntas. Se pueden ver en el **ANEXO 3**, dicho sistema de indicadores fue la base para elaborar nuestras preguntas que abarcaron los aspectos del capital social, la familia y tradiciones. Se explica con mayor profundidad en la introducción.

CAPITULO 3

RELACIONES FAMILIARES, TRADICION Y CAPITAL SOCIAL EN LOS MUEBLEROS DE LA COMUNIDAD DE NAHUATZEN

El presente capitulo es lo central de la investigación, se analiza empresa familiar y taller familiar donde la unidad de análisis para nuestro caso son talleres familiares, se hace una reflexión sobre la técnica que se emplea en la producción de muebles y no se entra en discusión si es artesanal o no, la cuestión es que para entrar al mercado se necesita ser competitivo y una de las formas para que las empresas muebleras sean competitivas es trabajar bajo esquemas de asociación y cooperación.

La primera parte analiza la importancia de la familia, dado que es difícil separar las relaciones familiares de los negocios, donde los vínculos consanguíneos, como los creados por parentela juegan un papel fundamental en la actividad mueblera y se explica porque existe mayor preferencia en emplear a gente con algún vínculo familiar.

De las 42 encuestas se caracterizó las relaciones familiares y la permanencia de los parientes en los talleres familiares, tomando en cuenta la similitud de las respuestas, número de trabajadores, se agrupó en cinco grupos (A, B, C, D Y E), y emplean a 263 trabajadores, se estima que el sector emplea a 550 trabajadores de manera directa indirectos.

Se analiza la importancia de los trabajadores con vínculo y sin vínculo familiar, destacando cuantos son y no son parientes, así como el tiempo que un trabajador familiar y no familiar en promedio dura laborando en el taller.

En relación a la tradición se pueden mencionar los rasgos propios de la industria mueblera como la

- Existencia de grupos familiares fuertes cuya interacción permite y facilita que se de una derrama de conocimientos, atreves de la experiencia y la practica.
- Rotación de trabajadores relativamente fácil, permitiendo la movilidad laboral, compartir experiencias y conocimientos de una manera informal y camaderia.

- Existe una proximidad geográfica de las empresas muebleras así como una vinculación hacia atrás y adelante, siendo la cercanía un factor importante para analizar la actividad mueblera.

La parte dos del capítulo analiza el capital social, en primer lugar se abarca la confianza, se considero cuatro aspectos a).- honestidad b).- mentira, C).- oportunismo d).- buenas relaciones. En segundo lugar se aborda la reciprocidad los aspectos que se consideraron fue: A).- Favores como factor clave de la reciprocidad y B).- Sujeto y frecuencia de los intercambios. En tercer lugar se analizó la cooperación los aspectos que se consideraron son A).- Acciones precursoras de la cooperación B).- Participación en actividades conjuntas C).- Problemas comunes D).- Conformación de una organización de muebleros, Motivos por cuales “NO” se organiza con otros productores Motivos por cuales “SÍ” se organiza con otros productores.

ALGUNAS CONSIDERACIONES PREVIAS DEL CAPITULO

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN UTILIZADAS EN LA INDUSTRIA MUEBLERA DE LA COMUNIDAD ARTESANAL Y NO ARTESANAL.

La intención de este apartado lejos de entrar en discusión sobre las técnicas de producción artesanal, es una reflexión sobre las técnicas de producción de muebles y el mercado que atienden.

Como menciona Landgrave Zamora, el signo característico del sector mueblero es contar con una estructura artesanal, en efecto se podría considerar la actividad mueblera de la comunidad de Nahuatzen como artesanal. Rodríguez (1964) define artesanía como "toda técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios“, que debe contener arte y estética.

Considero que la industria mueblera de la comunidad de Nahuatzen no cumple con los requisitos de artesanía en tanto que, para el proceso de producción incorpora un alto porcentaje de maquinaria y equipo, cuando la hace no es porque así lo quiera, si no por hecho de carecer de la maquinaria necesaria. Hay aspectos del proceso productivo mueblero, unas más otras menos emplean técnicas artesanales, como procesos industriales diferentes ofertando al mercado sus productos en igualdad de condiciones.

Independientemente de la técnica de producción que se emplee compete en el mercado en igual de condiciones y su valoración e apreciación no es como artesanal, por que los muebles son productos domésticos y de uso cotidiano que puede ser sustituido por la competencia, que se encuentra diseminada por todo el territorio nacional e internacional. Hay empresas que cuentan con un solo trabajador y su proceso de producción no se basa en toda técnica manual.

3.1.- RELACIONES FAMILIARES Y TRADICION

La intención de este apartado es resaltar la importancia de las relaciones familiares y la tradición, se considera como, **fuentes de transmisión de conocimientos a través de las experiencias vividas en la actividad mueblera.** En una comunidad indígena como Nahuatzen influye de una manera importante la familia, las tradiciones y nos ayudo a entender las relaciones productivas de la actividad mueblera.

En el presente se analiza los hipótesis de la investigación a).- en la comunidad de Nahuatzen y en especial en la industria mueblera las relaciones de parentesco y las tradiciones son fundamentales para entender la organización productiva y el capital social entre los muebleros de la comunidad indígena de Nahuatzen, b).- la actividad mueblera de la comunidad de Nahuatzen se caracteriza por ser talleres familiares y las relaciones productivas se limitan a empresas con algún vínculo familiar (consanguíneo, compadres), c).- Los lazos y relaciones familiares, no se ha transformado en agrupamientos empresariales, como un capital social desarrollador de la industria mueblera.

Con motivo de lo anterior en este capítulo se analiza en objetivo específico **el papel de las relaciones familiares, las tradiciones y su importancia en la actividad mueblera.**

3.1.1- IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES FAMILIARES EN LA ACTIVIDAD MUEBLERA.

Para comprender y entender el funcionamiento de los talleres se parte de las relaciones familiares, por ser un factor de organización¹⁸, dado que la familia se vale de toda una malla contenedora de su parentela, siendo difícil separar las relaciones familiares de los negocios, debido al entramado de vínculos familiares y de su articulación con la actividad mueblera, analizar las relaciones familiares nos permite entender la organización de la actividad

¹⁸ Se partió de la siguiente hipótesis “La actividad mueblera de la comunidad de Nahuatzen se caracteriza por ser talleres familiares y las relaciones productivas se limitan a empresas con algún vínculo familiar (consanguíneo, compadres)”.

mueblera, debido a que los vínculos familiares además de ser consanguíneos¹⁹, están los creados por compadrazgo que generalmente conlleva un reforzamiento de los lazos familiares consanguíneos, tanto los parientes consanguíneos como los creados por parentela, conlleva un compromiso moral, compartido por la comunidad, el compromiso de seguridad y lealtad en el actuar de tus parientes y compadres, sucede casos que parientes no tienen una relación armónica, no es lo que predomina en las relaciones familiares y en consecuencia en la actividad productiva.

Los trabajadores tienen acceso a la empresa que generalmente es el domicilio de los dueños, conocen el cuidado y sus debilidades de seguridad, dando pie a practicar acciones oportunistas, como el robo y abuso de confianza, a causa de lo anterior existe mayor preferencia en emplear a gente con algún vínculo familiar porque da mayor confianza, en la consideración que hay menos probabilidades que un familiar traicione, por los rasgos culturales y valores que se comparten en la comunidad, las relaciones familiares que se dan en la actividad mueblera, son muy fuertes por que consideran a la lealtad como factor importante en la conducción de las empresas²⁰.

Los talleres no tienen problemas de inventario, esto significa que todo lo que producen lo venden, cabe aclarar que las empresas generalmente trabajan sobre pedido y cuando no hay pedido se detiene la producción y para no incurrir en los costos de mano obra se descansa a los trabajadores, es fácil que se empleen en otra empresa del mismo giro. La demanda de productos varía en el transcurso del año, hay temporadas que se demanda más un producto que otro (vitricas, comedores, recamaras, sillas, bases) y los trabajadores de las empresas especializadas en ciertos productos cambian a empresas donde la demanda del producto es mayor, a pesar de ello hay temporadas bajas y altas en general para el sector, los trabajadores de más confianza no se les despide y se les emplea en la producción de la demanda existente, se contrata trabajadores cuando la demanda no es cubierta con los trabajadores actuales, lo que varía es la capacidad ociosa de las empresas.

Otro aspecto de los talleres, es la relación entre el nivel de tecnificación con el contrato de luz, línea de luz monofásica esta relacionado con los talleres de bajo nivel de tecnificación y uno o

19 Familiares de primer grado, padres, hermano e hijo, de segundo grado sobrinos, primos.

20 Trabajo de campo, se entrevistó a cuarenta personas sobre familia y tradiciones a los muebleros de la comunidad

dos trabajadores, línea de luz trifásica se relaciona con un nivel de tecnificación mayor y el número de trabajadores de 3 a 45.

3.1.2- IMPORTANCIA DE LA FAMILIA Y RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

Los resultados de las 42 encuestas son los siguientes emplean 263 trabajadores, se estiman en 550 empleos directos se estiman considerando que la cadena mueblera emplea a 150 trabajadores²¹, el promedio de trabajadores por taller en 6.26, divididos en cinco grupos, tomando en cuenta la similitud de sus respuestas, número de trabajadores y el parentesco entre los productores.

El Grupo A esta integrado por 16 talleres, el criterio que se utilizó para agruparlos de esta manera fue la similitud en el número de trabajadores, el parentesco que tienen los trabajadores con el dueño de la empresa es similar en los 16 talleres, emplean a 34 trabajadores y el promedio de trabajadores por taller es de 2.125, es el grupo más grande y el que menos empleos genera, sus características se detallan a continuación;

- 2 talleres integrados una sola persona, no consideraron como trabajadores al trabajo familiar, manifestado en la ayuda que brindan los hijos o la esposa, por considerar que solo es esporádico, eventual y no tienen responsabilidad de un trabajador y el sustento esta a cargo del dueño del taller y a la vez es jefe de familia.
- 10 talleres integrados con dos personas, esta integrada por el dueño y un trabajador en su mayoría parientes cercanos (hijo, hermano, sobrino, tío y/o compadre), son los talleres que predominan en la comunidad.
- 4 talleres integrados por 3 personas, prevalece en su mayoría los parientes cercanos comenzando aparecer trabajadores contratados y sin ninguno familiar con el dueño de la empresa.

El grupo B esta integrado por 12 talleres, se utilizó el mismo criterio para la agrupación del grupo A, aunque son menos talleres emplea a más trabajadores que el grupo A 52 en total, el promedio de trabajadores es de 4.3, sus características son las siguientes:

- 8 talleres con cuatro trabajadores cada uno, el número de trabajadores con algún vínculo familiar aumenta en mayor proporción que los que no son parientes, cuando se

²¹ En entrevista noviembre con Jesús Diego Palco

da un nuevo trabajo tienen la preferencia las personas con algún vínculo familiar. Si se toma el promedio de parientes por taller del grupo A de 1.75 y el promedio de parientes por taller del grupo B aumenta en 2.6 ($4.3 - 1.75$) ver **cuadro 2**.

- 4 talleres integrado por cinco trabajadores, la presencia de trabajadores sin vínculo familiar aumenta en pequeñas proporciones.

Algunos se caracterizan por comenzar a mostrar un crecimiento en el tamaño de plantilla y su consolidación en el mercado, también se encuentran aquellos talleres que han venido perdiendo dinamismo y han reduciendo su plantilla de trabajadores, sea del primer o segundo tipo se encuentran en una etapa de transición hacia mayor o menor expansión, es el grupo menos estático, en su plantilla de trabajadores comparado con los otros cuatro grupos.

Asimismo el promedio de años que dura un trabajador **"CON"** vínculo familiar laborando en el taller disminuye con respecto del grupo A y aumenta la permanencia de los trabajadores sin ningún vínculo familiar.

El grupo C, integrado por 6 empresas, su media es 6.6 trabajadores oscilan en el promedio de trabajadores en el sector, emplean a 40 trabajadores, sus aspectos son:

- 4 talleres de seis trabajadores.
- 2 talleres de ocho trabajadores.

Los talleres de este grupo, se caracterizan por una mayor estabilidad en la plantilla de trabajadores, 6 talleres se han especializado en la producción de productos semi - terminados o en blanco (como se conoce coloquialmente), 2 talleres han diversificado su producción Comedores, Recamaras, Sillas, Vitricas, Cocinas Integrales.

El grupo D esta integrado por 4 empresas, se encuentran entre los talleres mas grandes de la comunidad, se han especializado en la producción de ciertos productos, no cuentan con una amplia diversificación productiva, el promedio de trabajadores en el taller es de 13, emplean a 52 trabajadores, si se compara con el grupo B, emplean la misma cantidad de trabajadores, sus características son:

- 2 talleres con 11 trabajadores.
- 2 talleres con 15 trabajadores.

El grupo E esta integrado por 4 empresas, generan el mayor numero de empleos en relación a los anteriores grupos, su promedio de trabajadores es de 21.25, uno de los talleres pertenece a

la Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzen SA de CV, los 3 restantes no pertenecen a ninguna organización, se caracteriza por producir muebles de mayor calidad y dinamismo, ocupan madera externa (madera estufada y de mayor calidad).

- 3 talleres con 20 trabajadores cada uno.
- Un taller con 25 trabajadores.

Son los talleres que tienen mejor dinamismo, sobresalen las relaciones familiares con otros.

Ver **cuadro 2**;

Cuadro 2

Grupo empresas	Talleres que integran el Grupo	Total de empleos generados	Trabajadores "con" vínculo familiar	Trabajadores "Sin" vínculo familiar	Promedio de trabajadores "CON" algún vínculo familiar que laboran en el taller	Promedio de trabajadores "SIN" algún vínculo familiar que laboran en el taller	Promedio de años que dura un trabajador "CON" vínculo familiar laborando en el taller	Promedio de años que dura un trabajador "SIN" vínculo familiar laborando en el taller
Grupo A	16.00	34.00	28.00	6.00	1.75	0.37	6.06	0.58
Grupo B	12.00	52.00	32.00	20.00	2.67	1.66	2.91	1.50
Grupo C	6.00	40.00	14.00	26.00	2.33	4.33	6.00	2.50
Grupo D	4.00	52.00	16.00	36.00	4.00	9.00	2.62	2.00
Grupo E	4.00	85.00	21.00	64.00	5.25	16.00	8.25	5.12
Totales y Promedio	42.00	263.00	111.00	152.00	3.20	6.27	5.17	2.34

Como se puede apreciar si se suman los promedios de la columna 6 (trabajadores “CON” algún vínculo familiar) 3.2 y el promedio de la columna 7 (trabajadores “SIN” ningún vínculo familiar) 6.27 resulta 9.47 (promedio de trabajadores por taller), multiplicado por los 42 talleres generan 397.824 empleos, cuando sabemos que generan 263 empleos ver columna 3. Si se compara con la media (263) de los 42 talleres encuestados por empresa 6.261, la diferencia es de 134.82 trabajadores (397.824 - 263), esta diferencia se explica porque se toman en cuenta diferentes bases para promediar el número de trabajadores, dado que toma cinco bases diferentes (16, 12, 6, 4 y 4, que son los talleres que componen cada grupo y sumados dan 42) y el segundo toma una sola base 42 para promediar, esto se debe a que los grupos son de diferente tamaño 16, 12, 6, 4 y 4, si fueran del mismo tamaño el promedio sería el mismo. Si cada grupo fuera de 8.4 talleres, el promedio fuera 6.26 para ambas formas de promediar.

Considero pertinente hacer la siguiente observación para ayudar entender la **grafica 1**. En la comunidad de Nahuatzen las familias se consideran numerosas, hay familias con más de 15 hijos²². A pesar de ello no son datos confiables de la familia, en este sentido se considera los hogares como una familia, el promedio de integrantes de una familia es de 4.5²³ (INEGI, 2005) si este numero restamos a la esposa por su poca participación en la actividad mueblera, las personas disponibles para la actividad mueblera se reduce a 3.5.

Si analizamos la grafica 1 el grupo A esta integrado en un 82.55% por trabajadores familiares y en 17.45% por no familiares, poco a poco pierde importancia los trabajadores familiares cuando aumenta el tamaño de la plantilla. El porcentaje de trabajadores familiares y no familiares se invierte en el grupo E, en tanto el 75.29% de los trabajadores no tiene vinculo familiar y el 24.71% de los trabajadores tiene un vinculo familiar con el dueño del taller, a grandes rasgos se puede decir que a medida que aumenta la plantilla de trabajadores en el taller disminuye el porcentaje de los trabajadores con vínculo familiar.

A pesar de disminuir el porcentaje de trabajadores familiares, paralelamente se observa una relación positiva entre el aumento del tamaño de plantilla y el crecimiento de trabajadores con vínculo familiar, en el grupo A, el promedio de trabajadores es 1.75 trabajadores con vínculo familiar y 0.37 sin vínculo familiar y la tendencia de crecimiento de trabajadores con vínculo familiar termina en el grupo E en 5.25 trabajadores con vínculo familiar y 16 trabajadores sin vínculo familiar. Hay una relación positiva excepto en el grupo C, entre el aumento de la plantilla y el crecimiento de trabajadores con vínculo familiar, pero a tasas menores que los trabajadores sin ningún vínculo familiar, las razones pueden ser las condiciones naturales en el tamaño de la familia.

No se encuestó a talleres con más de 25 trabajadores para poder apreciar el límite en que la tasa de crecimiento llega a punto donde los trabajadores con vínculo familiar se mantendrían estables y/o a disminuir, ante crecimiento de la plantilla.

22 Experiencia personal en la participación del Censo de población y vivienda 2005, en la comunidad de Nahuatzen.

23 Elaboración propia resultado de dividir el total de personas que forman hogares y residen en viviendas particulares entre el total de hogares de la comunidad

Grafica 1



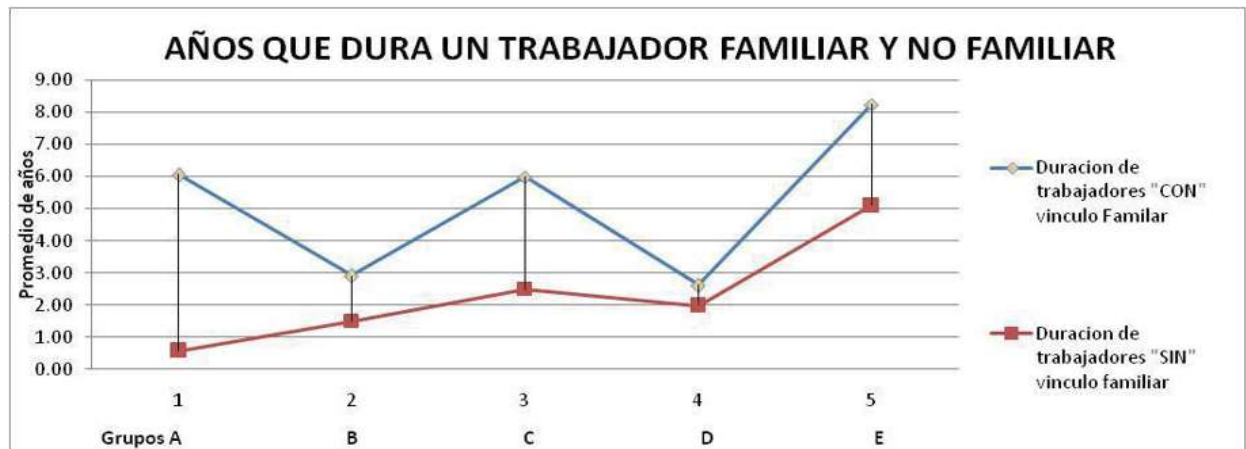
La grafica 2 nos muestra que la permanencia de los trabajadores con vínculo familiar al interior del taller es mayor que los trabajadores sin ningún vínculo familiar, la permanencia de un trabajador con vínculo familiar es 5.17 años, mientras un trabajador sin vínculo familiar es 2.3 años.

Asimismo nos muestra que la permanencia de los trabajadores CON vínculo familiar es variable en cada grupo (A, B, C, D y E), comenzando en 6.06 años en el grupo A y terminando con 8.25 años en grupo E.

En lo que respecta a los trabajadores SIN vínculo familiar muestra variaciones menores y tendencias estables de crecimiento²⁴ a medida que aumenta el tamaño de la plantilla, aumenta los años que dura un trabajador sin vínculo familiar aunque a tasas pequeñas excepto en el grupo D, el mayor cambio se da en el grupo E, unas de las razones puede ser el aumento de trabajadores en el 100%, dado que el promedio en el grupo fue de 6.6 y en el D de 13 tamaño y el tamaño natural de las familias no lo permite, asimismo se delegan más responsabilidades a trabajadores SIN ningún vínculo familiar, siendo trabajadores de confianza, en este nivel no quiere decir que la familia pierde importancia y control del taller, al parecer se da una combinación de trabajadores familiares y no familiares en la conducción de las empresas.

²⁴ Excepto en el del grupo C al D, que pasa de 2.5 a 2 años.

Grafica 2



3.1.3.- TRADICIÓN COMO FUENTE DE TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS, EN LA COMUNIDAD DE NAHUATZEN.

Los rasgos propios de la industria mueblera en la comunidad de Nahuatzen son los siguientes:

- Existencia de grupos familiares fuertes cuya interacción permite y facilita que se de una derrama de conocimientos, atreves de la experiencia y la practica.
- Rotación de trabajadores relativamente fácil, permitiendo la movilidad laboral, compartir experiencias y conocimientos de una manera informal y camaderia.
- Existe una proximidad geográfica de las empresas muebleras así como una vinculación hacia atrás y adelante, siendo la cercanía un factor importante para analizar la actividad mueblera.

La tradición, factor característico del sector mueblero, se analizo como la forma de transmitir los conocimientos a los nuevos trabajadores sobre el manejo, uso, mantenimiento de la maquinaria y equipo, diseño del producto o mueble, selección de materias primas, realización del producto o proceso productivo.

Aprender el oficio sin mayor dificultad, signo característico de la importancia de la tradición manifestada en la experiencia y la práctica, los trabajadores aprenden el oficio en los talleres de algún familiar generalmente como hijo o empleado en el taller de un pariente a una temprana edad, la forma de aprender es en el proceso de producción e interactuando con sus

compañeros, esto ocurre en la mayoría de los talleres de la comunidad, no existen cursos de capacitación y entrenamiento para los nuevos trabajadores, la forma de transmisión es por medio del compañerismo, de maestro aprendiz, la práctica y la observación del proceso de producción.

En la empresa esta presente la experiencia, intelecto y la habilidad de cada trabajador, consideran que son cualidades que los trabajadores tienen o las deben de aprender en el proceso productivo, los dueños emplean a los trabajadores sabiendo hacer las cosas, para lo que son requerido y los trabajadores más antiguos en su caso capacitan a los nuevos, si el trabajador no tiene ningún conocimiento o comienza en una edad temprana, realiza las actividades más simples, cargar, descargar, limpiar, ligar, envolver, sumado a que los padres, heredan el oficio a los hijos, cumpliendo así un papel importante la tradición.

Esta forma de transmisión de conocimientos hace que las empresas trabajen con una calidad no estandarizada y obtengan productos con diferentes tipos de calidades, lo que es difícil saber y cuantificar los saberes del sector (Martínez A. 1999B).

La capacitación es de manera informal a través de la tradición, no a través de cursos de capacitación formal, las principales formas de innovación en el diseño de los muebles son;

- Las necesidades específicas del cliente
- Revistas especializadas del sector mueblero
- Asistencia a ferias
- Innovación propia, basados en el conocimiento del oficio.

Otra forma de transmisión del conocimiento, es participando en la fiestas religiosas de la comunidad, entre la más sobresaliente es la fiesta de San José, festividad organizada exclusivamente por muebleros, así mismo como las bodas y bautizos, como espacios y momentos donde se conversa y se transmite el conocimiento acerca de la actividad (mercado y proceso de producción).

En tanto las fiestas son formas de acercamiento obligado por los valores de la comunidad, conlleva una sanción moral a quien no participa, siendo una forma en que los muebleros se relacionan entre si, la participación de los productores en las fiestas y costumbres del pueblo

le permite gozar de mayor presencia entre los muebleros y la comunidad, le facilita desenvolverse y relacionarse de mejor manera con otros productores ver **Anexo 1**.

A).- Importancia de la tradición y resultados del trabajo de campo

En el pasado la explotación del bosque era mínima, la madera que utilizaban la obtenían de los cerros boscosos, los usos y fines eran para producir, leña, tejamanil, vigas, tablones, tablas, etc. en general era para los usos ordinarios, su antecedente más inmediato es la producción del palillo torneado, era toda clase de barrotes que se utilizan para armar, sillas, alacenas de madera, camas, salas y otros muebles²⁵.

La primera persona en producir palillo torneado fue una persona de apellido Avilés, que por muchos años trabajo en un taller de carpintería en la ciudad de México, un día se puso a pensar que en su pueblo había mucha madera que se podía utilizar para la producción del palillo torneado²⁶.

Así es como nace la incipiente industria de la madera, para los 90s la producción del palillo torneado tuvo su mayor auge, entregando torno en los estados de México, Guadalajara, Nuevo león, D.F. Aguascalientes, Zacatecas entre los más significativos, en el año de 1995 pierde importancia la actividad del torno debido a la incorporación de torno de plástico mas barato que el tradicional de madera, sumado la crisis del 94, ante este hecho se consolida el proceso de transición de la industria mueblera, cambiando el uso de la madera y el oficio de los torneros²⁷, para 1995-1998 aparecen los talleres muebleros, esto no significa que no existían antes de esta fecha, hay talleres de más de 40 años²⁸, solo se hace notable el crecimiento de empresas de este tipo, asimismo los talleres que se dedican a producir torno eventualmente producían muebles por lo que el cambio de actividad no conllevo inversiones fuertes de capital y contaban con los conocimientos para el uso y manejo de la madera aunque no de manera especializada²⁹.

25 Ramo de hijuelas del Distrito de Uruapan. Repartición de tierras en la comunidad de Nahuatzen. Tomo tres de la pág. 168 a la 205, Tomo 4 pág. 1-19, Tomo 12 pág. 191-356, Tomo 21 pag. 40-44. Archivo Histórico del Poder Ejecutivo del Estado de Michoacán.

26 Lucia García López, Nahuatzen, agricultura y comercio en una comunidad serrana. Año 1984. El colegio de Michoacán CONACYT.

27 El uso era para el torno, cambiando a la producción de muebles y el oficio de tornero a muebleros.

28 En entrevista con uno de los productores de más antigüedad el oficio, de mueblero se le enseñaron personas de misiones culturales, que venían por parte de la SEP. La actividad propia de la comunidad, era la fabricación de gabanes, fajas, en la actualidad existen 23 artesanos dedicados a esta labor entrevista con Miguel Aviles Villaseñor.

29 Entrevista personal con Rafael Irepan, el último tornero de importancia, siguen entregando al estado de México y D.F. entre 16 y 18 mil unidades de torno de madera, mensuales y resultado de las entrevistas 42 entrevistas de trabajo de campo.

Lo anterior coincide con los datos recabados en la tesis de licenciatura y el trabajo de campo de la presente investigación, se encontró que los talleres muebleros tienen 15.22 años en promedio en la producción de muebles mas específicamente 26% de las talleres tiene menos de siete años en la producción del muebles, la misma proporción de talleres tiene entre 7 y 12 años fabricando muebles, el 48% restante tiene más de 12 años fabricando muebles (Datos actualizados (Irepan, 2006)).

La edad en la cual los dueños comenzaron a trabajar en los muebles es a los 23.11 años y actualmente tienen 39.23 años en promedio, por lo que tienen en promedio 16 años en el oficio, la edad de los dueños es más grande que la del promedio de trabajadores, la edad promedio de los trabajadores es de 20 años.

Resultado de la pregunta ¿A qué edad Ud. comenzó a trabajar en los muebles?, son los siguientes:

- ❖ Los dueños de 4 talleres comenzaron a trabajar antes de los 10 años en la actividad mueblera. Estas personas tienen actualmente una edad promedio de 20 años y son el Grupo D que se menciona en las relaciones familiares, se han especializado en la producción de ciertos productos, no cuentan con una amplia diversificación productiva, sus muebles son de alta e intermedia calidad, tienen 13 trabajadores por taller en promedio, la gente joven esta involucrada en la actividad.
- ❖ Los dueños de 7 talleres comenzaron a trabajar de los 10 a los 15 años de edad, en promedio a los 11.85 años, estas personas tienen actualmente una edad promedio de 34.31 años, no cuentan con una homogenización en el tamaño de la plantilla laboral y existe una distinción en el tipo de muebles que produce cada taller.
- ❖ Los dueños de 11 talleres comenzaron a trabajar de los 15 a los 20 años de edad, en promedio a los 17.27 años, actualmente tienen una edad promedio de 46.31 años, no cuentan con una homogenización en el tamaño de la plantilla laboral y existe una distinción en el tipo de muebles que produce cada taller.
- ❖ Los dueños de 20 talleres que representan el 47% de los talleres encuestados comenzaron a trabajar después de los 20 años, actualmente tienen una edad promedio de 56.31 años, no cuentan con una homogenización en el tamaño de la plantilla laboral y existe una distinción en el tipo de muebles que produce cada taller.

Dado lo anterior la industria mueblera, no se encuentra en una etapa terminal (gente adulta) y los conocimientos se encuentran diseminados en diferentes edades (Niños, jóvenes y adultos), asegurando la continuidad de la actividad a través de las diferentes generaciones, razón que nos permite decir que es una actividad que no esta peligro de desaparecer.

Allí la importancia de la tradición en transmitir los conocimientos, en las diferentes edades, la gente adulta y los jóvenes no se han visto ajenos al aprendizaje, se aprende el oficio, con el tiempo, la practica, siendo una característica de la tradición y no hay necesidad de capacitación formal para la producción de muebles, la siguiente pregunta corrobora lo anterior.

¿Cómo aprendió Ud. hacer muebles? se relaciona con la anterior, el fin de la pregunta es identificar la importancia de la tradición, si el oficio se aprendió por medio de la capacitación la tradición esta jugando un papel poco importante en la actividad mueblera, si el oficio se aprendió con un compañero de trabajo, con el patrón o en la familia, la tradición toma importancia en la transmisión de conocimientos en la actividad mueblera, los resultados son los siguientes:

- ❖ De las 42 encuestas realizadas ningún dueño de taller ni trabajador aprendió el oficio por medio de una capacitación.
- ❖ 39.13% de los dueños de talleres aprendieron con el patrón a la edad de 19.88 años, lo peculiar de estas personas es iniciar a trabajar e involucrarse en la actividad mueblera como empleado o trabajador, con una persona que no es su pariente y como empleado, posteriormente pusieron su propio taller³⁰.
- ❖ La siguiente forma de aprendizaje es en el taller familiar, como hijo a una edad promedio de 21.5 años, siendo así para el 34.78% dueños de talleres.
- ❖ La tercera y última forma de aprendizaje es con un compañero de trabajo, a una edad promedio de 28 años y representan el 26% de los talleres encuestados, la edad en la que aprendieron es mayor que las otras dos formas (con el patrón y la familia), se debe a la edad tardía en la que estas personas se involucraron en la actividad, mismas que no tenían conocimiento del oficio, resultado de las entrevistas adquirir el conocimiento

30 Algunos tuvieron la oportunidad de escoger el taller en cual trabajar para aprender lo necesario.

no les fue difícil, por ser un conocimiento compartido por muchos habitantes de la comunidad.

Se considero compañero de trabajo, aquellos trabajadores con quien se tenía cierta empatía o amistad y los dos se encontraron trabajando en el mismo taller, el aprendizaje estuvo bajo la supervisión de alguno de ellos y no del patrón. En los talleres con una plantilla arriba del promedio el aprendizaje deja de estar a cargo del patrón, dejando esta responsabilidad a otro trabajador, quien enseña al nuevo trabajador que comienza de ayudante y en actividades simples.

Compañero de trabajo también se considero la contratación de un amigo o conocido a trabajar en el taller de quien no sabe hacer muebles, quien enseño a el y a sus hijos, mismo que invirtió en la maquinaria y equipo, esta forma se dio en un momento de transición de la actividad, de torneros a muebleros.

Como se puede apreciar las formas de aprender el oficio fue por medio de la tradición, dado que fue con el patrón, la familia y los compañeros de trabajo.

Las formas de aprender el oficio no es propia de la que se hace mención, es la mas importante pero no exclusiva, algunos aprendieron de tres formas diferentes con un compañero de trabajo, con el patrón y en la familia.

La importancia de la movilidad de los trabajadores como otra manera de transmitir los conocimientos, en tanto que la entrada y salida de trabajadores, lleva implícito la movilidad del conocimiento y las experiencias de conocimiento en otros talleres, que contribuyen a la transmisión y acumulación del conocimiento en el sector.

La movilidad de los trabajadores ayuda a los talleres y en especial a los dueños a compartir y utilizar el conocimiento de los trabajadores e información que estos proporcionan de manera consiente o inconsciente.

Se planteo la pregunta ¿Cuántas veces contrata personal al año?, para apreciar la importancia de la rotación y movilidad de los trabajadores, de los 42 talleres encuestados, en promedio contratan 117 nuevos trabajadores.

- ❖ Cabe aclarar que las empresas generalmente trabajan sobre pedido, y cuando no hay pedido se detiene la producción y para no incurrir en los costos de mano obra se

descansa al o los trabajadores que es fácil que se empleen en otra empresa del mismo giro, dado que la demanda de productos varia en el transcurso del año, hay temporadas que se demanda más un producto que otro (vitrinas, comedores, recamaras, sillas, bases) y los trabajadores de las empresas especializadas en ciertos productos cambian a empresas donde la demanda del producto es mayor, a los trabajadores de más confianza no se les despide y se les emplea en la producción de la demanda existente, se contrata trabajadores cuando la demanda no es cubierta con los trabajadores actuales, lo que varia es la capacidad ociosa de las empresas.

- ❖ Los trabajadores buscan un mejor salario, en la búsqueda cambian de taller. algunos otros cambian de taller por el trato que reciben por parte del dueño, la forma de llevarse con sus compañeros y por jornadas de trabajo.

Los dueños de los talleres despiden a los trabajadores cuando no cumplen con su compromiso dentro del taller.

Los 42 talleres contratan 117 trabajadores al año, representan 44.48% de los trabajadores empleados por estos talleres, nos da a conocer la importancia de la movilidad de los trabajadores, como una forma de transmitir y difundir el conocimiento, el promedio del tamaño de la plantilla laboral se mantiene sin grandes cambios, la contratación o entrada de un nuevo trabajador, es resultado de la salida de un trabajador de otro taller.

Haciendo un análisis mas detallado de la movilidad laboral se presenta los siguientes resultados:

- ❖ 8 talleres no contratan personal en ninguna ocasión, este tipo de talleres se caracterizan por ser los mas pequeños.
- ❖ 11 talleres contratan un trabajador al año.
- ❖ 7 talleres contratan dos trabajadores.
- ❖ 5 talleres contratan tres trabajadores.
- ❖ 3 talleres contrata cuatro trabajadores.
- ❖ 1 taller contrata cinco trabajadores.
- ❖ 2 talleres contrata seis trabajadores.
- ❖ 5 talleres contrata más de seis trabajadores.

Los talleres de menor tamaño no contratan personal, conforme el tamaño de plantilla crece la contratación y movilidad de trabajadores se hace más notable.

Otro de los aspectos es como los dueños consideran la movilidad de los trabajadores si efectivamente como una forma de compartir o como fuga del mismo, en este sentido se plantea la siguiente pregunta ¿Considera la rotación de los trabajadores en la comunidad, una forma de compartir conocimientos de la producción de muebles?, los resultados fueron muy alentadores de estos el 47.61% de los dueños esta **muy de acuerdo**, que la rotación de los trabajadores es una forma de compartir conocimientos y difundir saberes, no solo los conocimientos de proceso, comentaron que sobresale el compartir los nuevos diseños de muebles, la preparación de pintura a mejores costos y mejor calidad, que son una de las fuentes para la innovación de sus productos. El mismo porcentaje 47.61% esta **de acuerdo** y solo el 4.76% no esta **en desacuerdo** en que la movilidad de los trabajadores es una manera de compartir y difundir el conocimientos, ninguno de los talleres opto por estar **muy en desacuerdo**.

Entre los aspectos negativos, es la poca duración de las ventajas competitivas adquiridas por algún taller, en tanto su difusión y secreto se mantiene por poco tiempo, para algunos talleres además de ser una forma de transmitir conocimientos es el aprovechamiento de algunos otros, en tanto pocos son los que están constantemente incorporando innovaciones de proceso, selección de maquinaria, diseños, terminado, materias primas, etc. y otros están a la espera para copiar y aprender de estos talleres, hay coincidencia que la transmisión de los conocimientos es de manera consiente e inconsciente, de acuerdo o no, por la forma particular en la que se organiza la actividad y la movilidad laboral escapa de sus manos.

Entre los rasgos particulares en los cuales conviven los muebleros son las fiestas, espacio común y en especial de los muebleros, participar en ellas conlleva un reforzamiento de los lazos de amistad, se parte que las fiestas son los espacios y momentos donde se entabla conversaciones sobre la actividad mueblera, en este sentido las fiestas son consideradas como una forma de trasmisión de conocimientos y parte de la tradición.

En las fiestas es donde los muebleros interactúan con otros muebleros, la intención no es con fines laborales, pero es el espacio donde se conversa sobre la actividad mueblera y da pertenencia e identidad, aspectos compartidos por los muebleros. Es cuando las personas que

se dedican a esta actividad se conocen, conviven y transmite el conocimiento e información, estos momentos sirven como base de comunicación y en ocasiones se llega acuerdos informales para ciertas actividades de interés personal.

En este sentido se planteo la siguiente pregunta ¿En qué momento plática con otros muebleros sobre la actividad mueblera? las respuestas sugeridas fueron las siguientes:

- ❖ Donde presta la presidencia municipal
- ❖ Reuniones convocadas por el párroco
- ❖ Fiestas (De San José, Bobas, Bautizos...)
- ❖ No tiene claro
- ❖ Algún otro lugar especifique

Los resultados fueron los siguientes:

- ❖ 50% de los talleres platica con otros muebleros en las fiestas.
- ❖ La segunda respuesta que eligieron los encuestados fue algún otro lugar al sugerido, 7 encuestados platican en la calle con otros muebleros y cuando se coincide en actividades de compra de insumos y materia prima, cuando se encuentra con un conocido en la calle y se dedica a la misma actividad.

Tres encuestados platican en reuniones familiares, misma proporción en la esquina de su casa, se juntan con otros muebleros después del horario de trabajo, dos de los encuestados pertenecen a la a la Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzen SA de CV y cada ocho días tienen reuniones con el grupo y finalmente uno dijo que evita platicar con los demás muebleros de la comunidad.

Cabe hacer la siguiente aclaración que el espacio y momento en el cual platican no es exclusiva, es la mas importante y frecuente.

3.2.- CAPITAL SOCIAL

3.2.1.- OPERATIVIZACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL DE LOS MUEBLEROS DE NAHUATZEN MICHOACÁN.

Tratando de hacer operativo el capital social y como se menciona en el capítulo dos, cuando hablamos y se trata de medir el capital social, nos damos cuenta que es un concepto que no

esta definido y no existe un consenso teórico sobre el mismo multifacético, abarcador y puede resultar poco claro.

Los aspectos que se analizan en el presente apartado es la confianza, reciprocidad y cooperación, el debate teórico se puede ver en el capítulo dos y la introducción.

Como vamos evaluar los insumos básicos de nuestro concepto operativo de capital social confianza, reciprocidad y cooperación, por medio de una encuesta (**VER ANEXO 2**).

Los resultados sobre confianza, reciprocidad y cooperación se analizan a continuación, las opiniones se generalizan, habiendo productores que difirieron del grupo, cuando fue el caso se hizo la aclaración correspondiente.

3.2.2- CONFIANZA

Primeramente se define confianza como, la seguridad que uno tiene de si mismo, en otro o en una cosa. Es la creencia en que una persona o grupo será capaz y deseará actuar de manera adecuada en una determinada situación y pensamientos. Se trata de una suspensión temporal de la situación básica de incertidumbre acerca de las acciones de los semejantes, teniendo confianza, es posible suponer un cierto grado de regularidad y predecibilidad en las acciones llevadas a cabo por la sociedad. Confiamos en alguien cuando creemos conocer sus intenciones. Desconfiamos de alguien cuando creemos desconocer sus intenciones; aún más claramente desconfiamos cuando creemos saber que oculta sus intenciones. En el primer caso, haga lo que haga y diga lo que diga, creemos saber que todo se corresponde con sus intenciones, en el segundo caso, nada que haga o diga nos convence de que no oculta algo (Martínez e Irepan, 2007).

A).- Honestidad

Partiendo de las características de la comunidad y la percepción de los muebleros sobre la honestidad de otros muebleros, se considera como elemento básico de la confianza, se define como “el reconocimiento de lo que está bien y es apropiado para nuestro propio papel, conducta y relaciones, con honestidad, no hay hipocresía ni artificialidad que crean confusión

y desconfianza en las mentes y en las vidas de los demás³¹”, la percepción sobre la honestidad de los muebleros nos permite apreciar la confianza.

Como se menciona en los valores para vivir (2004), ser digno de confianza y confiar en los demás proporcionan la base y la conexión necesaria para que las relaciones sean nítidas, también es necesario compartir con honestidad los sentimientos y las motivaciones de cada uno, en tanto estar muy de acuerdo que la mayoría de los productores de la comunidad son básicamente honestos, habrá elementos favorables para apreciar la confianza.

Considerando la percepción de la honestidad en la interacción y las acciones que realizan otros muebleros, se planteo la pregunta **¿Considera Ud. que la mayoría de los productores de esta comunidad son básicamente honestos?** (VER ANEXO 2 formato de encuesta capital social), las respuestas son **A.- Muy de acuerdo, B.- De acuerdo, C.- En desacuerdo, D.- Muy en desacuerdo.** La respuesta A es la mas favorable y la D las mas desfavorable para apreciar la confianza. Las 46 encuestas se realizaron en la última semana de junio y las dos primeras de julio del 2008, que incluyo solo a los dueños de los talleres, la opinión de los trabajadores se obtuvo con una entrevista.

- 13.04% de los productores, están **muy acuerdo** que la mayoría de los productores de esta comunidad son básicamente honestos. Son productores que a pesar de haber tenido experiencias poco satisfactorias al relacionarse con otros productores cree que la gente es honesta y se puede llegar a trabajar en comunidad, se encuentran organizados o en procesos de formalización de una organización, comentaron que la gente en general es buena, honesta, de palabra y que a veces no son tan honestas por necesidad³².
- 47.83% de los productores, están **de acuerdo**, que la mayoría de los productores de esta comunidad son básicamente honestos, consideran que hay productores honestos, deshonestos y se conocen al tratar, con el tiempo los productores se conocen entre la comunidad mueblera, coloquialmente contestaron “los productores se abren las puertas o se las cierran solos, aquí sabemos quien es honesta o no y dependiendo como sean, las tratamos”.

31 Programa educativo internacional. 2004. Honestidad. Valores para Vivir.

32 Comentaron que la gente a veces no es honesta, por necesidad de conseguir lo necesario para la familia y cuando no hay un ingreso seguro y se vive al día.

- 26.09% de los productores, están **en desacuerdo** que la mayoría de los productores de esta comunidad son básicamente honestos, en opinión del grupo, la mayoría son deshonestos, son productores que en su mayoría han participado alguna vez en una organización, considera que algunos productores solo buscan su beneficio y para ello engañan a otros productores.
- 13.04% de los productores, contestaron estar **muy en desacuerdo** que la mayoría de los productores de esta comunidad son básicamente honestos o básicamente deshonestos, son productores que al relacionarse con otros productores de la comunidad han tenido experiencias poco satisfactorias y resultado de ello no se han relaciona con los demás, prefieren trabajar solos, generalizando la opinión “la gente se aprovecha de cada situación”.

Resultado de esta pregunta, el 60.87% de los productores considera que la gente es honesta, (respuesta A y B) y el 39.13% considera que los productores de la comunidad son básicamente deshonestos (respuesta C y D).

B).- Mentira

La siguiente pregunta, relacionada con la anterior y con la misma intención de apreciar la confianza, se considera la mentira elemento desfavorable de la confianza, lejos de entrar en una discusión teórica sobre la mentira se rescatan los aspectos que son tomados en cuenta.

Se define mentira como "decir algo que no es verdad con intención de engañar", una definición más académica, "expresión o manifestación contraria a lo que se sabe, cree o piensa", quien engaña o confunde sin ser consciente de hacerlo, no miente, simplemente transmite a los demás su propia equivocación³³, lo que verdaderamente marca la gravedad de la mentira es la intención y el daño que causa o los efectos que genera.

Si se quiere ser creíbles, gozar de la confianza ajena, se tendrá que dejar de lado el engaño, la mentira puede hacer mucho daño al que la recibe pero a quien más perjudica es al mentiroso, lo convierte en una persona poco fiable, indigna de confianza y carente de crédito, el mentiroso es inseguro, egoísta, irresponsable, inmaduro, o todo ello a la vez (Psicología, 2005-2008).

³³ Psicología. 2005-2008. La mentira. Estilo Salta.

Pero la mentira no debemos satanizarla y Cruz A. (2007) resalta que todo ser humano se ha enfrentado a la necesidad de mentir, en muchas circunstancias la mentira se nos presenta como un medio de sobrevivencia, gracias a ella podemos despistar a nuestros enemigos o salvar nuestro honor.

Siguiendo con este mismo autor, el mentir nos permite ser agradables, brindar cariño a las personas que nos interesan y ocultar aquellos elementos de nuestra persona que nos desacreditan, todo ello indica que la mentira, lejos de ser simplemente una elección subjetiva, se desprende también del orden social que, como resultado de sus múltiples exigencias y dinámicas, hace que los individuos opten por el engaño para hacer posible las expectativas y obligaciones de las que son objeto y puedan ser realizadas.

Paradójicamente, la mentira alimenta la confianza al tiempo que atenta contra ella, el mentir ayuda, en muchas situaciones a normalizar la interacción que se lleva a cabo, pero una vez descubierta, la situación misma puede verse violentada y el portador del discurso mendaz desacreditado, en cierta medida la mentira puede ser elemento positivo de la confianza, siempre y cuando no sea revelada. En relación a los productores de muebles de Nahuatzen, la mentira se considera que ha sido revelada directa e indirectamente, en relación a la primera es cuando tuvo una o varias experiencias con productores que le han mentido e indirectamente por fuentes ajenas se ha dado cuenta que ciertos productores mienten, con fines de engaño y obtener ventaja o beneficio.

En este sentido se planteo la siguiente pregunta sobre la mentira **¿Considera Ud. que la mayoría de los productores de esta comunidad dicen mentiras si pueden beneficiarse de hacerlo?.** Las respuestas son A.- Muy de acuerdo, B.- De acuerdo, C.- En desacuerdo, D.- Muy en desacuerdo, la respuesta A factor negativo de la confianza y la respuestas D un factor positivo de la confianza.

- El 13.04% del total de encuestados, están **muy de acuerdo** que la mayoría de los productores de esta comunidad dicen mentiras si pueden beneficiarse de hacerlo, son productores que su taller no se encuentra en crisis y están trabajando en términos generales bien, opinaron que otros productores les han mentido para aprovecharse de ellos y creen que seguirán mintiendo para obtener beneficios.

- El 56.52% de los productores, están **de acuerdo**, que la mayoría de los productores de esta comunidad dicen mentiras si pueden beneficiarse de hacerlo, el grupo consideran que hay variedad de productores, algunos mienten y otros no, comentaron que tienen cuidado con aquellos productores propensos a mentir. Como se puede apreciar esta opción de respuesta representa más del 50%.
- El 21.74% de los productores optaron por la respuesta C, estar **en desacuerdo** que la mayoría de los productores de esta comunidad dicen mentiras si pueden beneficiarse de hacerlo, consideran que son pocos los productores que incurren a esta práctica y son conocidos en la comunidad.
- El 8.70% de los productores, contestaron estar **en desacuerdo**, que la mayoría de los productores de esta comunidad dicen mentiras si pueden beneficiarse de hacerlo, consideran que la mayoría no dice mentiras porque es un pueblo donde todos se conocen y los que dicen mentiras es aislarse de los demás productores, asimismo consideran que los pocos que mienten lo hacen por necesidad.

C).- Oportunismo

Para la presente investigación se utiliza oportunismo como sinónimo de aprovechamiento, un elemento más para apreciar la confianza, la intención es conocer la importancia del oportunismo entre los productores de la comunidad, como relaciones de desconfianza, el oportunismo se define como la búsqueda de intereses propios valiéndose del engaño, el aprovechamiento como la persona que intenta beneficiarse de las circunstancias, sacar utilidad de alguna cosa, generalmente ajena³⁴.

Díaz-Albertini (2003), resalta que la confianza nos motiva a acercarnos y a colaborar con los demás, esta motivación debe fundamentarse en mecanismos estables que incentiven la continua colaboración y sancionen o castiguen a quienes no cumplen con las reglas básicas, el grado de cumplimiento de estas reglas y la capacidad coercitiva de las sanciones son los principales determinantes de la efectividad de las normas, en términos de incentivos individuales, el nivel de efectividad de las normas es lo que determina los costos relativos de eventuales incumplimientos e oportunismos (Díaz-Albertini J., 2003).

³⁴ El pequeño Larousse. 2000. Aprovechado, Aprovechar. Agrupación Editorial. Colombia.

En tanto la confianza entre los productores de los talleres, se basa en la seguridad que otro productor “no va a explotar las debilidades de otros, es decir, de que un compañero de intercambio no actuará de manera oportunista” (Galan y Castro, 2004). El oportunismo puede ejercer influencias en alguno de sus miembros en tanto el costo trae como consecuencia la exclusión de los demás miembros, siguiendo con Galan y Castro estos autores citan a Granovetter (1985), para resaltar que las relaciones sociales son fundamentales en la actividad económica de las empresas a la hora tanto de generar confianza como de disuadir comportamientos oportunistas o incorrectos.

Para la presente se hace referencia al oportunismo bajo dos perspectivas, desde la perspectiva de trabajadores y entre dueños, respecto a los primeros las acciones oportunistas son:

- ✓ Robo
 - Delitos cometidos contra el taller y la propiedad, pérdida de maquinaria, equipo y materia prima.
- ✓ Abuso de confianza.
 - Ante el conocimiento de la situación y la posición dentro de la empresa, se saca provecho personal a costa de la misma.

Los trabajadores tienen acceso a la empresa que generalmente es el domicilio de los dueños, los primeros conocen el cuidado y sus debilidades.

Las acciones oportunistas entre dueños son:

- ✓ Competencia desleal.
 - Vender por debajo del precio estándar o de mercado, generando una guerra de precios entre los muebleros que en ocasiones se vende por debajo de su costo, con la intención de tener a quien venderle.
- ✓ Copia de diseños.

- Se considera como acción oportunista, el copiado de un diseño o estilo de mueble a otro mueblero aceptado por el cliente, siendo una ventaja competitiva para la empresa de corto tiempo³⁵.

✓ Copia de aspectos clave en el terminado del mueble.

En este sentido oportunismo elemento negativo para la confianza, a menor oportunismo más condiciones a confiar en los demás, la siguiente pregunta, **¿Considera que hay que ser cuidadoso con otros muebleros, porque se aprovecharían de la situación si pudieran hacerlo?** Las respuestas son A.- Muy de acuerdo, B.- De acuerdo, C.- En desacuerdo, D.- Muy en desacuerdo, La respuesta A elemento de desconfianza y la respuesta D elemento de la confianza.

- El 17.39% de los productores, están **muy de acuerdo** que la mayoría de los muebleros de esta comunidad se aprovecharían de la situación si pudieran hacerlo, son productores que han sido victimas del oportunismo, existen productores dentro de este grupo que supone que son oportunistas los demás productores por comentarios de otros productores, en la practica tienden a no relacionarse con otros muebleros de la comunidad y coloquialmente mencionaron “yo no meto con nadie y nadie se mete conmigo” en alusión que nadie se aprovecha de el porque tiene muy poca relación con los demás muebleros.
- El 47.83% de los productores, están **de acuerdo** que la mayoría de los muebleros de esta comunidad se aprovecharían de la situación si pudieran hacerlo, el grupo opina que hay oportunistas y quienes son honestos y/o derechos.
- El 26.09% de los productores, están **en desacuerdo** que la mayoría de los muebleros de esta comunidad, son oportunistas o se aprovecharían de alguna situación, son productores que han identificado a los productores oportunistas y les dan un trato diferenciado.
- El 8.70% de los productores, están **muy en desacuerdo**, que la mayoría de los muebleros de esta comunidad se aprovecharían de la situación si pudieran hacerlo, consideran que la mayoría de los productores de la comunidad no son oportunista y ni

35 Visto desde un productor individual oportunismo, desde la perspectiva de la comunidad ventaja.

se aprovecha de la situación, quienes son oportunistas, en su mayoría es por necesidad de llevar el sustento básico a su familia.

D).- Buenas relaciones

Buenas relaciones, llevarse bien entre los productores de muebles manifestación de confianza, caso contrario malas relaciones manifestación de la desconfianza, para un productor mantener buenas relaciones, genera y desarrolla un ambiente de buena reputación y favorece las relaciones basadas en la confianza, mantener malas relaciones, genera ambientes de poca interacción con los demás productores, dificultando las relaciones basadas en la confianza.

La pregunta al respecto es; **¿La relación que Ud. tiene con los productores muebleros de la comunidad es?** A.- Muy buena, B.- Buena, C.- Mala, D.- Muy mala. Considerando las buenas relaciones como manifestación de la confianza.

- El 17.39% de los productores, contestaron que la relación que tienen con los productores muebleros de la comunidad es, **Muy buena**, son productores abiertos que han participado en actividades de la comunidad, en general se llevan bien y tienen buena relación con la mayoría de los productores.
- Para el 60.87% de los productores su relación con los muebleros de la comunidad es **Buena**, son productores que llevan una buena relación con la mayoría y con pocos lleva una mala relación.
- El 8.70% de los productores su relación con los demás productores es, **Mala** son productores que tiene muy poca relación con otros productores y consideran que con pocos productores tiene buenas relaciones.
- Para el 13.04% de los productores, contestaron que la relación que tienen con los productores muebleros de la comunidad es, **Muy mala** son productores que en el pasado ha participado en actividades con otros productores y no han terminado de la mejor manera, siendo un factor negativo para las buenas relaciones y difícilmente participara en actividades de organización.

3.2.3.- RECIPROCIDAD

En las ciencias sociales, en particular en la antropología, el concepto de reciprocidad se ha levantado sobre la base del clásico ensayo sobre el don de Marcel Mauss (1990), escrito a principios del siglo XX y publicado por primera vez en Francia en la década de 1950. En la obra considera Mauss la reciprocidad como el principio fundamental que rige las relaciones institucionales formales e informales en una comunidad. En las sociedades premercantiles y en menor grado en las contemporáneas existe una lógica de intercambio basada en los obsequios (de objetos, ayuda, favores), lógica que es distinta de la mercantil, aunque opera también en el ámbito del mercado. Un obsequio es signo de estar dispuesto a iniciar o mantener una relación social y, al mismo tiempo, supone de parte del receptor la obligación, culturalmente sancionada, de retribuir de alguna forma el obsequio. En esta reciprocidad, que Mauss llama difusa la compensación por un favor, un préstamo o un regalo no es inmediata ni con una equivalencia precisa, lo que sin duda la distingue de las transacciones mercantiles (Durstón, 2002 Pág. 18).

Siguiendo con este autor comenta que “el crédito que ha acumulado la persona en la forma de reciprocidad difusa, reciprocidad que puede reclamar, en momentos de necesidad, a otras personas a las cuales ha brindado servicios o favores, en forma directa o indirecta, en cualquier momento del pasado”, que lo denomina como capital social individual (Durstón, 2003 Pág. 30).

En esta idea Forni, Siles y Barreiro (2004), resaltan que el apoyo con que cuentan los individuos en caso de atravesar por situaciones que requieren de ayuda, son factores que determinar el grado de densidad de las redes sociales y aumenta la probabilidad de que las personas formen parte de las relaciones sociales. De este modo, mantener una buena reputación resulta a menudo más fructífero que intentar obtener algún tipo de ventaja personal, el costo del oportunismo a largo plazo resulta mayor que un posible beneficio momentáneo. La reciprocidad se vuelve una dimensión fundamental del capital social en tanto reduce los problemas de la acción colectiva minimizando las posibilidades de oportunismo.

Los autores en la búsqueda de una metodología y los instrumentos adecuados para analizar al capital social en contextos de exclusión social, realizaron una investigación en dos barrios pobres en el cinturón del Gran Buenos Aires Argentina, encontraron que los indicadores adecuados para analizar el principio de reciprocidad llevado a la práctica tienen que ver con los vínculos que establecen los individuos entre sí a partir de la realización de favores, la

frecuencia en que esto sucede, la magnitud de los mismos, etc. tomando en cuenta estos y otros aspectos teóricos, se realizaron las siguientes tres preguntas.

A).- Favores como factor clave de la reciprocidad.

Favores como factor importante y clave para identificar la reciprocidad, teniendo en cuenta que los favores conllevan ayuda económica, consejos para el manejo, uso, mantenimiento de la maquinaria y equipo, así como el facilitar las plantillas de nuevos diseño y consejos para el terminado de muebles (pintado).

La primer pregunta sobre la reciprocidad de tres que se hicieron para abordar este concepto, fue **¿A Ud. le resulta fácil pedir un favor a los muebleros de la comunidad?**, las respuestas son A.- **Muy fácil**, B.- **Fácil**, C.-**Un poco difícil**, D.- **Muy difícil**, la respuesta **A** signo de estar dispuesto a iniciar o mantener una relación social y la obligación de retribuir de alguna forma el obsequio, incrementa las posibilidades de las relaciones basadas en la reciprocidad y la **D** como elemento negativo de las relaciones basadas en la reciprocidad.

- El 39.13% de los productores contestaron que les resulta **Muy fácil** pedir un favor a los muebleros de la comunidad, consideran que les resultaría muy fácil pedir un favor a otros muebleros, se llevan bien, a hecho favores cuando tiene las posibilidades y condiciones de hacerlo, algunos productores remarcaron que muy pocas veces pone en práctica la realización de favores, pero consideran que existe las condiciones de ser ayudado.
- El 26.09% de los productores contestaron que les resulta **fácil** pedir un favor a los muebleros de la comunidad, son productores que consideran que se llevan bien con todos, excepto con algunos productores que han tenido diferencias por varios motivos, (envidias, egoísmos y haber tenido experiencias pocos satisfactorias al intentar hacer una organización de muebleros).
- 30.43% de los productores contestaron que les resulta **un poco difícil**, pedir un favor a los muebleros de la comunidad, son productores que consideran que no se llevan bien con todos y recurre a pedir favores a muy pocos, otro aspecto que dificulta pedir un favor, es el caso donde el productor A piden favores frecuentemente al productor B y el productor B pide favores con menor frecuencia A, generando un intercambio de

favores desigual, quedando por estrategia pedirle favores al productor B solo aquellos favores mas importantes y necesarios, como lo mencionaron coloquialmente “es de dar pena pedir cada rato favores”, un aspecto mas que dificulta pedir favores al productor B es que A no cuenta o no tiene lo que ocupa B, reservándose hacer favores a cualquier productor solo aquellos que han manifestado su ayuda cuando la ocupan.

- 4.35% de los productores les resulta **muy difícil** pedir un favor a los muebleros de la comunidad, comentaron en la entrevista que a pesar que se llevan bien con muchos productores, les resulta difícil que les ayuden, uno de ellos comento que no pide ni piden favores, se las arregla solo.

B).- Sujeto y frecuencia de los intercambios

Tomando en cuenta la lógica de intercambio basada en los obsequios (ayuda y favores, regalos), como principio básico de la reciprocidad, en este apartado se pone énfasis a lo que es sujeto del intercambio (lo intercambiable en los talleres muebleros), sabiendo que para ello intervienen aspectos intangibles, para culminar en el intercambio.

Se realizo la siguiente pregunta **¿Cuando Ud. pide o le piden un favor, relacionado con la actividad mueblera generalmente es de?: A.- Dinero, B.- Maquinaria y equipo, C.- Materias primas, D.-Consejos para realizar ciertas actividades productiva, E.- Algún otro especifique**, conocer en que consiste los favores, obsequios y ayuda, si es en relación a dinero, maquinaria, equipo y materias primas, la consideramos como reciprocidad simple en tanto no cambia la forma de trabajar de los talleres (cotidiana o rutinaria), considerando que estos favores ayudan a salir de una necesidad a otro mueblero en el corto plazo o ante las necesidades cotidianas, el intercambiar consejos para realizar ciertos aspectos de la producción, incrementa las posibilidades para innovar en el proceso productivo y diseño de muebles, los consejos tienen una gran importancia para los talleres muebleros, ante la incapacidad de interiorizar los conocimientos tecnológicos y obtener recursos por si solos, recurrir al consejo de otros productores es una forma de difusión del conocimiento e ideas nuevas.

Las respuestas de los encuestados no se considero errónea, la intención es captar lo que es sujeto de intercambio y hubo productores que respondieron mas de una opción.

- Para el 6.06% de los productores pedir o que le pidan un favor, el dinero es el principal motivo, para la mitad el favor es semanalmente e importante, para la otra mitad el favor se practica casi nunca³⁶ y es poco importante.
- El 54.55% de las respuestas la maquinaria y equipo es el favor que se pide o le piden, siendo el equipo móvil el mas frecuente taladros, Routers, herramienta manual, brokas, navajas etc. la práctica del favor en promedio es cada 2 meses en mas de 50% lo casos.
- Para el 27.27% de los productores la materia prima es el favor que se pide o le piden, representado en orden de importancia por tablas, tablonos, tripay, herrajes y resistol, también se intercambia o se pide prestado producto semi – terminado y terminado para atender clientes inesperados, que no alcanza a producir por la rapidez del pedido o muebles que no son su línea de producción, se devuelven tiempo después con el mismo mueble o con otro mueble de la misma equivalencia en dinero, en su caso se paga el mueble a costo de producción.
- Para el 9.09% de los productores pedir o que le pidan un favor, es de carácter informacional, manifestado en los consejos para realizar ciertas actividades productivas, la practica es muy poca y se reserva para aquellos productores más allegados y de mayor confianza.
- El 3.03% de los productores, opinaron que no se han visto en la necesidad de pedir favores a otros productores de la comunidad, lo hacen con sus clientes o con familiares que no son muebleros.

Para conocer cada cuando se realizan los intercambios se formulo la siguiente pregunta **¿Cuando Ud. pide o le piden un favor, relacionado con la actividad mueblera generalmente es de?.** Las respuestas son A.- semanal B.- Mensual C.- cada dos Meses D.- cada seis meses E.- casi nunca, los resultados de esta pregunta se mencionaron en los párrafos anteriores.

- 8.70% de los productores piden un favor semanalmente.
- 52.17% de los productores pide un favor mensualmente.
- 8.70% de los productores pide un favor cada dos meses.

³⁶ Casi nunca menor a un año.

- 17.39% de los productores pide un favor cada seis meses.
- 13.04% de los productores muy pocas veces pide un favor.

3.2.4- COOPERACIÓN

La cooperación se aplica a varios aspectos de la vida y las actividades del hombre y es considerado como uno de los pilares del capital social, Durston (2003), la define como la acción complementaria orientada al logro de los objetivos compartidos de un emprendimiento común. La diferencia de la colaboración, que es el intercambio de aportes entre actores aliados que tienen emprendimientos y objetivos diferentes aunque compatibles. Destaca este autor que la cooperación emerge, en conjunto con la confianza y los vínculos de reciprocidad, como un resultado de la frecuente interacción de estrategias individuales, resalta que está teóricamente sustentada en la teoría de juegos y la cooperación citando a Axelrod (1984), que hace posible fomentarla mediante oportunidades reiteradas de confiar o traicionar; o bien puede emerger como una consecuencia no planificada de la coevolución de estrategias de múltiples agentes.

Gascón (S/A) resalta y comenta los cuatro principios fundamentales de la cooperación, que se conocen como los principios de Rochdale, los aplica desde una perspectiva de una cooperativa de la siguiente manera:

- *Primer principio. Adhesión libre y voluntaria o principio de la puerta abierta. Este principio, se puede también designar como autonomía de la voluntad, implica que nadie puede ser obligado a entrar en la cooperativa ni a salir de ella.*
- *Segundo. Fiscalización democrática. Sitúa en primer término al valor humano y no al capital. El cooperatismo, como su misma palabra nos indica, denota la acción conjunta de varios hombres que despliegan un esfuerzo común para realizar una obra.*
- *Tercero. Distribución de los excedentes en proporción a los servicios prestados a la cooperativa. Resalta que este principio es el más típicamente cooperativo.*
Comenta los dos principios primeros, libertad y democracia, en algún sentido son supuestos previos de la cooperación. La cooperación no consiste en la libertad y la democracia, pero presupone democracia y libertad.

- *Cuarto. Interés limitado al capital. Por ser la cooperativa una empresa de servicio y esencialmente humana, el capital ocupa un lugar secundario. No es que la cooperación vaya contra el capital, sino que, al contrario, trata de afirmarle y mantenerle.*

Los principios de mayor interés son los tres primeros, por ser de mayor relevancia e importancia, retomando los aspectos teóricos, las prácticas formales e informales de la cooperación y en un esfuerzo por analizarlo por separado de los otros conceptos y aplicándolo a nuestra investigación de la industria mueblera de la comunidad indígena de Nahuatzen, se realizaron siete preguntas que nos evidencian estos aspectos.

A).- Acciones precursoras de la cooperación

Para que se llegue a dar las practicas de cooperación, juega un papel importante los antecedentes o precursores cooperativos, estas acciones precursoras como visitar³⁷ a otros productores de la comunidad o ser visitado, para platicar acerca de la actividad mueblera, son considerados como aspectos que fomentan el potencian de cooperación, en la lógica que la interacción entre los productores favorece la cooperación.

Las acciones precursoras de la cooperación crea las buenas intenciones, que se materializan en acciones de interés común o prácticas cooperativas, la siguiente pregunta responde a ello **¿Visita o lo visitan productores de la comunidad, para platicar acerca de la actividad mueblera?** las respuestas son las siguientes **A.- siempre, B.- Con frecuencia, C.- A veces, D.- Nunca**, la repuesta A acción precursora más favorable de la cooperación y la D la menos favorable³⁸.

- Para el 8.70% de los productores, contestaron que **siempre** o constantemente visita o lo visitan otros productores, para platicar y analizar proyectos de interés común, parte de estos productores pertenecen a la Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzen SA de CV y periódicamente se reúnen (cada miércoles a las 5 pm).
- 4.35% del total de los encuestados, contestaron que **con frecuencia** o frecuentemente visita o lo visitan otros productores, para platicar, convencer y analizar proyectos de interés común, estos productores están realizando esfuerzos para organizarse y no

³⁷ Visitar a otros productores en sus talleres.

³⁸ En las encuestas se especifico que visitar o lo visitan productores de la comunidad, siempre el tiempo promedio es cada 15 días, con frecuencia cada dos meses, a veces cada seis meses, nunca mas de un año.

pertenecen a ninguna asociación, la característica principal de estos talleres es ser los mas pequeños.

- 43.48% de los productores, contestaron que **a veces** visita o lo visitan otros productores, para platicar y analizar proyectos de interés común, siendo con su grupo de amigos y conocidos con quien se realiza.
- 43.48% de los productores, contestaron que **nunca** visita o lo visitan otros productores, para platicar y analizar proyectos de interés común.

B).- Participación en actividades conjuntas

No es la intención entrar en discusión si la participación es manifestación de la cooperación o viceversa, la intención es conocer el grado de participación de los muebleros en actividades con los mismos intereses, como factor fundamental y antecedente de la cooperación, se deduce que a mayor participación más posibilidades e influencia de tener comportamientos cooperativos (Bernardo Kliksbert, 2003), la diferencia son los principios de la cooperación que se mencionan con anterioridad³⁹, es decir mientras la participación cumpla con estos principios, deja de ser participación y se acerca a ser cooperación, la participación se toma en forma directa, indirecta con recursos, ideas u aprobación, en actividades de índole económico, social, cultural y político, más posibilidades e influencia de tener comportamientos cooperativos.

Para conocer el grado de participación se **pregunto ¿ha participado en actividades donde los muebleros de la comunidad han tenido los mismos intereses?** Las respuestas es **A.- Si** (se les pidió que nos dijeran en que actividades), **B.- No**.

- 26% de los productores, contestaron que si participado en actividades donde los muebleros de la comunidad han tenido los mismos intereses, entre las actividades que sobresalen son para las fiestas de San José, en campañas de reforestación y los muebleros que pertenecen a la cadena mueblera comentaron que constantemente están participando en actividades de diferente índole.
- 74% de los productores, contestaron que no han participado en actividades donde los muebleros de la comunidad han tenido los mismos intereses, comentaron que a pesar de no haber participado, esta en condiciones siempre y cuando sea invitado y su

39 1.- Adhesión libre y voluntaria o principio de la puerta abierta. 2.- Fiscalización democrática. 3.- Distribución de los excedentes en proporción a los servicios prestados.

participación sea en actividades de interés a todos los integrantes y no sea de beneficio personal.

C).- Problemas comunes

Problemas en la actividad mueblera se pueden enmarcar varios y pueden tener diferentes motivos. Juega un papel importante el manifestar interés y querer ayudar a resolver problemas comunes, que afectan a los muebleros.

Para ello se planteo dos preguntas, la primera es **¿Para Ud. hay problemas entre los muebleros que le interese ayudar o resolver?**, las respuestas son A.- Si y B.- No, si la respuesta es A, se paso a la siguiente pregunta (ver Anexo de formato de encuesta sobre capital social), donde se le pregunta **Nos podría decir cuales son esos problemas.**

- 86.96% de los productores, contestaron que hay problemas entre los muebleros que les interesa ayudar o resolver en orden de importancia;
 - Poner mismos precios a mismos productos con 35.29%
 - 17.65% estandarización de la calidad de los muebles.
 - Evitar el uso de la madera clandestina, trabajo en equipo y reforestación, representa el 17.65%.
 - Con 14.71% formar una y/u pertenecer a una organización mueblera de la comunidad.
 - Algún otro problema 14.71%.
- 13.04% de los productores, contestaron que no hay problemas entre los muebleros que le interese ayudar o resolver, tienen problemas propios en su taller.

Como se puede apreciar hay un gran interés en ayudar o resolver problemas.

D).- Conformación de una organización de muebleros

La conformación de una organización conlleva antecedentes de trabajo en equipo, solución de problemas, se manifiesta en alguna asociación con reconocimiento de y fuera de la comunidad. Dependiendo de la eficiencia la organización facilita o inhibe la cooperación, en este sentido la organización se considera como manifestación de la cooperación, donde interviene el capital social.

Identificar los aspectos que no permiten la formación de una organización, son fundamentales para identificar las principales causas para poner en marcha acciones encaminadas a reducir los problemas que no permiten una organización, se realizó tres preguntas.

¿Cuál de los siguientes aspectos considera que no permiten la formación de una organización de muebleros en la comunidad?.

- 30.43% el poco interés de los muebleros.
- El 21.74% se promueven intereses particulares.
- El 17.39% se trabajo mejor solo.
- Falta de promoción por parte de las dependencias de gobierno, que impulse una organización de muebleros en la comunidad, no permite la organización para el 10.3%.
- Ningún productor considero que los intermediarios obstaculizan la formación de una organización de muebleros en la comunidad.
- Otros motivos representa el 4.23%.

Esta misma pregunta se realizó hace dos años, los resultados han sido diferentes en algunos aspectos y similares en otros, lo que nos muestra los cambios que se han venido dando en la actividad mueblera.

I.- Motivos por cuales “NO” se organiza con otros productores

Se considero necesario saber o entender porque motivo “NO” están dispuestos a organizarse con lo demás productores, para ello se hizo una pregunta abierta, los resultados se mencionan en orden de importancia incorporando todas las respuestas.

1.- Uno de los principales motivos por los cuales no se organiza con otros muebleros, por experiencia o por perspectiva, es la dificultad de trabajar con otros productores, para el 19.35%.

2.- Asimismo con el mismo porcentaje (19.35%), el motivo por el cual no se organiza con otros muebleros es la falta de visión de los muebleros y trabajar a corto plazo (día al día, falta de planeación).

3.- Para el 19.35% de los productores la poca confianza entre los muebleros y porque se trabaja mejor solo es el principal motivo por el cual no se organiza con otros muebleros.

4.- En cuarto el motivo por el cual no se organizan con otros muebleros, es porque no lo han invitado a pertenecer a ninguna organización, este grupo remarcaron que están dispuestos a pertenecer a una organización y representan el 16.13%.

5.- No se organiza con otros muebleros y por experiencia en participar en una organización o por perspectiva, porque los organizadores buscan interés particulares y representan el 12.9%.

6.- La falta de comunicación entre los muebleros y porque no hay espacios adecuados para platicar, es uno de los motivos por el cual no se organiza con otros muebleros y representan el 6.45%.

7.- Por ultimo con 3.23% de las respuestas consideran que uno de los motivos por el cual no se organiza con otros muebleros, es porque los productores de mayor edad son renuentes al cambio, estos productores tienen una edad promedio de 20 años.

8.- 3.23% pertenece a una organización de muebleros.

II.- Motivos por cuales “SÍ” se organiza con otros productores

La última pregunta se encamino en saber los motivos por los que “SÍ” están dispuestos en organizarse con otros productores, los aspectos mas destacados por los cuales si se organizaría con otros productores.

A.- El motivo más importante por el cual “SI” se organizaría con otros productores muebleros es incrementar sus ventas, con un 29.63%.

B.- El segundo motivo más importante por el cual “SI” se organizaría con otros productores muebleros de la comunidad, que la organización sea con buenas intenciones, seria y con buena estructura organizativa, donde todos sean tomados en cuenta, representando el 25.93%.

C.- El tercer motivo por el cual “SI” se organizaría con otros productores muebleros de la comunidad, es poner mismos precios a mismos productos y que al estar organizados obtenga mas beneficios que trabajar solo representando el 22.22%.

D.- 14.81% de los encuestados se encuentran en proceso de formación de una en asociación.

E.- Que se promuevan intereses de todos los integrantes es un motivo para organizarse para 3.7%.

F.- 3.7% pertenece a la Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzen SA de CV.

3.2.5.- LOS ASPECTOS DEL CAPITAL SOCIAL EN LOS PRODUCTORES MUEBLEROS DE NAHUATZEN

Se debe tomar en cuenta las relaciones familiares, dado que son muy fuertes, por que consideran a la lealtad como factor importante en la conducción de las empresas y no son un obstáculo para el fortalecimiento del capital social.

En la actividad mueblera de la comunidad de Nahuatzen se caracteriza por ser talleres familiares, esto no quiere decir que en la industria mueblera de la comunidad de Nahuatzen, se limitan a las relaciones familiares, cuando el grupo tiende a crecer y los objetivos que buscan están mas allá de los intereses de los parientes, se integran con no familiares o sin ningún familiar, pasando a un tercer nivel de relaciones sociales donde el vínculo familiar se disuelve y surgen las relaciones con aquellas personas dentro del grupo que se tiene mejor empatía y comparten rasgos e ideas similares, tanto personal como características del taller.

Las relaciones familiares, no se ha transformado en agrupamientos empresariales, como un capital social desarrollador de la industria mueblera.

A medida que aumenta el tamaño de la plantilla, aumenta los años que dura un trabajador sin vínculo familiar y disminuye el porcentaje de trabajadores familiares.

En relación a la tradición el conocimiento se transmite, por medio del compañerismo, de maestro aprendiz, la práctica y la observación del proceso de producción.

En la empresa esta presente la experiencia, intelecto y la habilidad de cada trabajador, consideran que son cualidades que los trabajadores tienen o las deben de aprender en el proceso productivo

La capacitación es de manera informal a través de la tradición, no a través de cursos de capacitación, es una actividad que no esta peligro de desaparecer, las formas de aprender el oficio es por medio de la tradición, aprenden con el patrón, familia y los compañeros de trabajo.

La movilidad de los trabajadores ayuda a los talleres y en especial a los dueños a compartir y utilizar el conocimiento de los trabajadores e información que estos proporcionan de manera consiente o inconsciente., en las fiestas es el espacio común y en especial de los muebleros, donde conviven e interactúan.

Lo que respecta al capital social la confianza, reciprocidad y cooperación, nos permitió, analizar y entender el capital social, en el siguiente capítulo se hace una interpretación de los resultados, incorporando las relaciones familiares y la tradición.

CAPITULO 4

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Se hace una análisis cualitativo de los datos, a modo de ilustración se hace una medición del capital social y sin entrar en discusión si se puede o no medir, nos permitió referenciar los resultados de la interpretación cualitativa de los datos, para ello se considero la confianza, reciprocidad, cooperación, familia y tradición, se clasificaron en cuatro grupos tomando en cuenta la similitud de sus respuestas y el numero de trabajadores en el taller, se resalta el porque se concluye que entre los muebleros existe un capital social latente o potencial.

4.1.- ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS DATOS

“Aún cuando acerca del capital social se ha producido ampliamente por su significación conceptual y en tanto referencia a diversas iniciativas y experiencias del desarrollo local, su caracterización aún no es definitiva. Inclusive, para su definición no siempre se coincide de manera unitaria; sino que, más bien, resulta ser un referente de gran pluralidad en su definición, de acuerdo con la diversidad de contextos en que se aplica como concepto. Es prescindible precisar y destacar el contenido fundamental del KS, como un concepto con grandes implicaciones en las iniciativas del desarrollo local” (Martínez e Irepan 2007).

Considerado lo anterior se retoman los aspectos clave de la investigación y de esta manera hacer un análisis, interpretación y discusión de los resultados.

Recordando el objetivo general de la investigación

- ✓ Conocer la dinámica del capital social en los productores muebleros de la comunidad de Nahuatzen y su importancia en el desarrollo local.

Para cumplir con los objetivos en el transcurso de la investigación, se presentaron tentaciones fuertes para estudiar aspectos que no son en esencia el objetivo, a lo largo surgieron preguntas que no se contestaron, pueden ser la base para futuras investigaciones, dado que en varios ocasiones estuve enfocado en aspectos, que no eran los objetivos, que de alguna manera ayudaron a tener mayor claridad, uno de esos aspectos fue medir el capital social.

Su medición en términos cualitativos, es una discusión entre los teóricos del tema, independientemente si se puede o no, considero que el interés debe girar en el uso e

interpretación que se le da a la medición. Para su medición se tomo en cuenta las preguntas, de confianza, reciprocidad y cooperación que fueron factibles de medir en porcentajes.

Para medir a confianza, se considero la honestidad, mentira, oportunismo y las buenas relaciones, dependiendo de los porcentaje obtenidos se ubico como, plena confianza, moderada, poca confianza y nula confianza.

Para medir la reciprocidad se considero, la realización de favores, fue la pregunta que se pudo cuantificar en porcentajes y la predisposición a reciprocitar, su medición fue muy fácil, fácil, un poco difícil y muy difícil.

Para medir la cooperación se considero, acciones precursoras, participación en actividades conjuntas, problemas comunes, considerando las preguntas que fueron factibles de medir, muy fácil, fácil, un poco difícil y muy difícil, las respuestas que solo era un “SI” se dividió en dos partes (muy fácil, fácil), en la consideración que muy fácil y fácil son aspectos positivos y un “NO” igualmente se dividió en dos partes difícil y muy difícil, por considerar que son aspectos negativos de la cooperación y poder medirlo en porcentajes como la confianza y reciprocidad, se hizo el promedio de la confianza, reciprocidad y cooperación para obtener la medición del capital social.

Dependiendo de las respuestas así se le dio la puntuación, por ejemplo si todas las respuestas hubieran sido, muy de acuerdo, muy fácil, Muy buena, siempre, el resultado seria alto capital social. En el segundo caso si las respuestas hubieran sido de acuerdo, fácil, Buena, Con frecuencia, el resultado seria moderado capital social. En el tercer caso si las respuestas hubieran sido en desacuerdo, un poco difícil, a veces, mala, el resultado seria bajo capital social. En último de los casos las respuestas hubieran sido muy en desacuerdo, muy difícil, nunca, muy mala, los resultados hubieran sido nulo capital social⁴⁰.

Si el 100% de las respuestas hubieran sido las mas favorables la máxima puntuación alcanzada seria de 100 y si hubieran sido la menos favorable la minima puntuación seria de 25, en el ejercicio los puntos obtenidos fueron de 65.6% este porcentaje, nos permite adelantar a manera de ilustración, que entre los productores de la comunidad de Nahuatzen existe capital social transformador, tomando en cuenta los diferentes tipos de capital social propuestos por

⁴⁰ Cuando fue el caso se invirtieron las respuestas para homogenizar.

Solari (Borrador de trabajo 2007), destaca tres distintas formas de capital se puede ver en el **cuadro 3**.

- **Promisorios de capital social**

“denomino aspectos promisorios de capital social a aquellos que son contribuyentes en la generación de condiciones favorables a la formación del capital social, pero que no lo forman ni lo constituyen como tal directamente. Al respecto, pueden ser aspectos culturales, sociales, económicos y de otras índoles, siempre y que ejerzan un papel favorable a la formación de capital social...”

- **Formativos de capital social**

“Denomino aspectos formativos de capital social a aquellos acuerdos sociales para realizar acciones colectivas con implicaciones económicas directas pero que solo son de corto aliento, momentáneas o coyunturales, es decir, que no logran madurar e instalarse institucionalmente en la localidad como pauta de comportamiento social y dado culturalmente...”

- **Desarrolladores de capital social**

“Denomino aspectos desarrolladores de capital social a aquellos acuerdos sociales que permiten generar acciones de mediano y largo plazo entre diversos miembros de una colectividad social local, que les permiten operar en términos y con consecuencias económicas favorables para sus participantes, en primer instancia, y para toda la colectividad en segunda instancia...”

CUADRO 3 DE CAPITAL SOCIAL

PUNTUACION			
Muy fácil	Fácil	Un poco difícil	Muy difícil
400	300	200	100
PUNTUACION			
Alto K.S.	Moderado K.S.	Bajo K.S.	Nulo K.S.
100	75	50	25
Total de puntos K.S.	65.60%		

4.2.- PERCEPCIÓN CUALITATIVA DE LOS DATOS

Los datos que se analizan son confianza⁴¹, reciprocidad⁴² y cooperación, en primer lugar se presenta los cuatro aspectos que se tomaron en cuenta para abordar la confianza; a).- honestidad, b).- mentira, C).- oportunismo d).- buenas relaciones, que se analizaron en el capítulo III. Para realizar el siguiente cuadro fue similar al cuadro de capital social, por ejemplo si todas las respuestas hubieran sido, muy de acuerdo y muy buena se tendría plena confianza. En el segundo caso si las respuestas hubieran sido de acuerdo y buena, se tendría moderada confianza. En el tercer lugar si las respuestas hubieran sido en desacuerdo y mala, se tendría poca confianza. En ultimo lugar si los resultados hubieran sido muy en desacuerdo y muy mala, se tendría nula confianza⁴³.

CUADRO 4 DE CONFIANZA

CONFIANZA					
	Plena Confianza	Moderada	Poca Confianza	Nula confianza	Nivel de confianza de los productores para cada ítems
Confianza de los productores para cada ítems					
	1	2	3	4	
Honestidad	13%	48%	26%	13%	100%
Mentira	9%	22%	57%	13%	100%
Oportunismo	9%	26%	48%	17%	100%
Buenas relaciones	17%	61%	9%	13%	100%
	47.83	156.53	139.14	56.51	400
Sumatoria de los ítems de confianza entre los productores	12%	39%	35%	14%	100%
	51%		49%		

Se identificaron cuatro grupos de respuestas de la confianza, donde hay relación entre los grupos entre el nivel de confianza y la reciprocidad, cuando mayor es el nivel de confianza, incrementa la facilidad, importancia y frecuencia de los intercambios. Donde estos dos conceptos se manifiestan en la cooperación se explican a continuación.

A).- GRUPO 1 CONFIANZA MODERADA

El grupo 1 esta integrado por productores, que han tenido una mala experiencia de organización, no por ello han renunciado a participar en actividades con otros muebleros de la

41 Detectado cuatro grupos de talleres similares, la familia y parientes políticos gozan de mayor confianza que los que no son parientes, como principales beneficiados de la confianza, esta confianza es reciproca, con excepciones que no le restan importancia.

42 Lo que es sujeto de intercambio y los favores que se realizan en los cuatro grupos de talleres, en primer lugar es la maquinaria y equipo, en segundo lugar materia prima, en tercer lugar consejos para realizar ciertas actividades de producción y en cuarto lugar el dinero.

43 Cuando fue el caso se invirtieron las respuestas para homogenizar.

comunidad, están en proceso de conformación de una organización mueblera, diferente de la que existe. Están de acuerdo, que la mayoría de los productores de esta comunidad son básicamente honestos (48%), a la vez consideran que la mayoría de los productores dicen mentiras y están de acuerdo que los productores de la comunidad son oportunistas ante cualquier situación (el 48%).

El grupo 1 considera que la mitad⁴⁴ de los productores son honestos y que más de la mitad dicen mentiras y son oportunistas, a pesar de saber qué productores dicen mentiras y son oportunistas llevan una buena relación con más del 60%, los resultados de la entrevista y para este grupo en especial, la mentira y el oportunismo no es bien visto, pero no es un obstáculo para que los muebleros se lleven bien, donde la mentira, el oportunismo se toleran hasta cierto límite, saben que productores dicen mentiras y son oportunistas, no por ello llevan malas relaciones amistosas, ejemplificando si un productor (A) pide un favor o algo prestado a otro productor (B), A hace el favor si pueden hacerlo, a sabiendas que no se los van a regresar cuando prometió B o se lo va regresar en menor proporción, A espera que B devuelva el favor cuando lo necesita, dado que reciben el favor cuando menos lo espera y les es de mucha utilidad, así mismo se presenta el parentesco familiar entre los productores involucrados y es difícil negar el favor a un pariente, haciéndose un círculo de intercambios entre la parentela ver el siguiente cuadro, donde son los mismos datos del cuadro 4 se resaltan a modo de ilustración.

CUADRO 5 DE CONFIANZA EN EL GRUPO 1

CONFIANZA					
	Plena Confianza	Moderada	Poca Confianza	Nula confianza	Nivel de confianza de los productores para cada ítems
	Confianza de los productores para cada ítems				
	1	2	3	4	
Honestidad		48%			100%
Mentira			57%		100%
Oportunismo			48%		100%
Buenas relaciones		61%			100%
Sumatoria de los ítems de confianza entre los productores	12%	39%	35%	14%	100%
	51%		49%		

A este grupo les resulta fácil pedir un favor a los muebleros de la comunidad, son productores que consideran que se llevan bien con todos, excepto con algunos productores que han tenido

⁴⁴ Con porcentajes aproximativos.

diferencias por varios motivos, (envidias, egoísmos y haber tenido experiencias no satisfactorias cuando perteneció a una organización de muebleros), lo más importante en los intercambios son las materias primas, maquinaria y equipo, (ver el siguiente cuadro).

CUADRO 6 DE RECIPROCIDAD EN EL GRUPO 1

RECIPROCIDAD					
	1	2	3	4	
	Muy fácil	Fácil	Un poco	Muy difícil	
Favores		26.09			100%
	39%	26%	30%	4%	100%
	65%		35%		

B).- GRUPO 2 POCA CONFIANZA

Este grupo, esta de acuerdo que la mayoría de los productores de esta comunidad son básicamente deshonestos (26.09%), son productores que han participado alguna vez en una organización, consideran que los productores buscan su beneficio y para ello engañan a otros productores, consideran que ellos son honestos y los demás productores no son honestos, al contrario de lo que piensan sobre la mentira y la oportunidad, están de acuerdo que la mayoría de los productores de esta comunidad no dicen mentiras para obtener ventaja de ello, asimismo están de acuerdo que la mayoría de los productores de la comunidad no son oportunistas, resultado de las entrevistas y de la observación constante de la actividad mueblera es el grupo que no es honesto, recurre a la mentira y busca los momentos para sacar provecho personal, esto conlleva a las malas relaciones con los demás (9% ver el siguiente cuadro).

CUADRO DE CONFIANZA PARA EL GRUPO 2

CONFIANZA					
	Plena Confianza	Moderada	Poca Confianza	Nula confianza	Nivel de confianza de los productores para cada ítems
	Confianza de los productores para cada ítems				
	1	2	3	4	
Honestidad			26%		100%
Mentira		22%			100%
Oportunismo		26%			100%
Buenas relaciones			9%		100%
Sumatoria de los ítems de confianza entre los productores	12%	39%	35%	14%	100%
	51%		49%		

A este grupo les resulta un poco difícil, pedir un favor a los muebleros de la comunidad, son productores que no se llevan bien con todos, se reservan hacer favores a cualquier productor solo aquellos que han manifestado su ayuda, lo más importante en los intercambios y favores de este grupo son las materias primas, dinero, maquinaria y equipo (ver el siguiente cuadro).

CUADRO 8 DE RECIPROCIDAD PARA EL GRUPO 2

RECIPROCIDAD					
	1	2	3	4	
	Muy fácil	Fácil	Un poco	Muy difícil	
Favores			30.43		100%
	39%	26%	30%	4%	100%
	65%		35%		

C).- GRUPO 3 PLENA CONFIANZA

Como vemos es el grupo mas pesimista, se integra por dos tipos de productores, los primeros son aquellos productores que han participado y se han involucrado en actividades de organización y han tenido malas experiencias, los segundos por muebleros que no han participado pero tienen mala imagen de los productores de la comunidad, no dispuestos a organizarse y participar en actividades con otros productores y tienen poca relación con otros productores.

En otras palabras este grupo esta muy de acuerdo que la mayoría de los productores de esta comunidad son básicamente deshonestos (13%) son productores que al relacionarse con productores de la comunidad han tenido experiencias poco satisfactorias y resultado de ello, no se han relacionado con los demás prefieren trabajar solos asimismo están muy de acuerdo que la mayoría de los productores de esta comunidad dicen mentiras (13%), si pueden beneficiarse de hacerlo, son productores donde su taller no se encuentra en crisis y están trabajando en términos generales bien, opinaron que otros productores les han mentado para aprovecharse de ellos y creen que seguirán mintiendo para obtener beneficios, de la misma manera están muy de acuerdo que la mayoría de los muebleros de esta comunidad se aprovecharían (17%) de la situación si pudieran hacerlo, son productores que han sido victimas del oportunismo, existen productores del grupo que supone que son oportunistas por comentarios de otros productores, su relación es muy mala con otros muebleros de la comunidad, son productores que en el pasado ha participado en actividades con otros

productores y no han terminado de la mejor manera, siendo un factor negativo para las buenas relaciones (ver el siguiente cuadro).

CUADRO 9 DE CONFIANZA PARA EL GRUPO 3

CONFIANZA					
	Plena Confianza	Moderada	Poca Confianza	Nula confianza	Nivel de confianza de los productores para cada ítems
	Confianza de los productores para cada ítems				
	1	2	3	4	
Honestidad				13%	100%
Mentira				13%	100%
Oportunismo				17%	100%
Buenas relaciones				13%	100%
Sumatoria de los ítems de confianza entre los productores	12%	39%	35%	14%	100%
	51%		49%		

A este grupo les resulta muy difícil pedir un favor a los muebleros de la comunidad, comentaron en la entrevista que se llevan bien con muchos productores, aun así es difícil que lo ayuden o le hagan un favor, alguno comento que no pide ni le piden favores, se las arregla solo, este grupo se caracteriza por el que menos intercambios y favores realizan, su vinculación es con gente e instituciones que no son muebleras ver el siguiente cuadro.

CUADRO 10 DE RECIPROCIDAD PARA EL GRUPO 3

RECIPROCIDAD					
	1	2	3	4	
	Muy fácil	Fácil	Un poco	Muy difícil	
Favores				4.35	100%
	39%	26%	30%	4%	100%
	65%		35%		

D).- GRUPO 4 NULA CONFIANZA

Es el grupo más optimista, se integra por dos tipos de productores, los primeros son aquellos productores que han participado y se han involucrado en actividades de organización, han tenido buenas y malas experiencias, no por ello han renunciado en creer y confiar en la gente, los segundos por muebleros que no han participado pero tienen buena imagen de los productores de la comunidad, productores dispuestos a organizarse y participar en actividades con otros productores y tienen muy buena relación con otros productores.

El grupo esta muy acuerdo que la mayoría de los productores de esta comunidad son básicamente honestos (13%), productores que han tenido experiencias poco satisfactorias al relacionarse con otros productores, a pesar de ello cree que la gente es honesta y se puede trabajar en comunidad, se encuentran organizados o en proceso de organización, comentaron que la gente en general es buena, honesta, hacen valer su palabra y que a veces no son tan honestas por necesidad⁴⁵, de la misma manera están muy en desacuerdo que la mayoría de los muebleros de la comunidad se aprovecharían (9%) de la situación si pudieran hacerlo, consideran que la mayoría de los productores de la comunidad no son oportunistas, asimismo están muy de acuerdo que la gente “NO” dice mentiras porque es un pueblo donde todos se conocen, los que dicen mentiras se aíslan de los demás productores, en su caso los que mienten lo hacen por necesidad ver el siguiente cuadro.

CUADRO 11 DE CONFIANZA PARA EL GRUPO 4

	Plena Confianza	Moderada	Poca Confianza	Nula confianza	Nivel de confianza de los productores para cada ítems
Confianza de los productores para cada ítems					
	1	2	3	4	
Honestidad	13%				100%
Mentira	9%				100%
Oportunismo	9%				100%
Buenas relaciones	17%				100%
Sumatoria de los ítems de confianza entre los productores	12%	39%	35%	14%	100%
	51%		49%		

A este grupo les resulta muy fácil pedir un favor a los muebleros de la comunidad, se lleva bien con la mayoría de muebleros, hacen favores a otros productores, cuando se lo han pedido y tiene las posibilidades de hacerlo, algunos productores remarcaron que muy pocas veces pide favores, pero existe las condiciones de ser ayudado, en cierta medida han hecho más favores de los que han recibido. Queda en segundo plano pedir favores en relación a materias primas y maquinaria, dando más importancia a los consejos para realizar ciertas actividades productivas, que requieren mayor grado de especialización, seguida del dinero, dado que la calidad de producción es de la mejor que se produce en la comunidad, las materias primas, maquinaria y equipo de otros talleres no cumple con las características que requiere su taller,

⁴⁵ Comentaron que la gente a veces no es honesta, por necesidad de conseguir lo necesario para la familia y más aun cuando no hay un ingreso seguro y se vive con el ingreso del día a día.

recurre a otras personas e instituciones que no son muebleros. Es el grupo más optimista, pide menos favores de los que recibe, en relación con la actividad mueblera, le son compensados por el entramado de vínculos y relaciones que no son propios de la actividad mueblera (ver el siguiente).

CUADRO 11 DE RECIPROCIDAD PARA EL GRUPO 4

RECIPROCIDAD					
	1	2	3	4	
	Muy fácil	Fácil	Un poco	Muy difícil	
Favores	39.13				100%
	39%	26%	30%	4%	100%
	65%		35%		

Citando a Forni, Siles y Barreiro (2004), resaltan que la reciprocidad y la confianza no son más que dos caras de una misma moneda, en tanto la primera sólo puede sostenerse por la confianza en que los favores serán retribuidos, mientras que es esta retribución es la que incrementa los niveles de confianza en una comunidad.

Existe diversidad de opiniones, con respecto a la confianza y reciprocidad, prevaleciendo la confianza y reciprocidad moderada.

4.2.1.- ASPECTOS DE LA COOPERACIÓN Y CAPITAL SOCIAL EN LOS MUEBLEROS.

El análisis de la investigación se centro en la cooperación, confianza y reciprocidad, considerados fundamentales para entender la dinámica del capital social, intentar explicar si la confianza determina la reciprocidad, o si esta a la cooperación o viceversa, lo considero similar al juego de saber quien fue primero, la gallina o el huevo, le restaría riqueza a nuestro análisis. Estoy en sintonía que estos conceptos, junto con otros aspectos y procesos culturales, simbólicos, políticos, económicos, humanos etc. coexisten, interactúan y se retroalimentan y pueden dar como resultado círculos viciosos o virtuosos, dependiendo del contexto y lugar.

Tomando estos tres conceptos y resultado del trabajo campo en la comunidad e identificado la presencia de un fuerte capital social individual, la CEPAL (2001) la define como “la confianza y la reciprocidad que se extienden a través de redes ego-centradas”, consta del crédito que ha acumulado la persona en forma de reciprocidad difusa, reciprocidad que puede reclamar, en momentos de necesidad, a otras personas a las cuales ha brindado

servicios o favores, en forma directa o indirecta, en cualquier momento del pasado, este recurso reside no en la persona misma sino en las relaciones entre las personas (Durston, 2002).

Dado que los productores muebleros solucionan sus problemas en lo inmediato en lo individual, en relaciones particulares horizontales⁴⁶ con otros productores, en estas relaciones e interacciones sobresalen la parentela familiar y en menor medida amigos del mismo oficio.

Dicho capital social individual no se ha transformado en un capital social colectivo del sector, se ha identificando grupos de productores muebleros con altos grados de confianza, reciprocidad y cooperación, se caracterizan por las relaciones sociales familiares, se presenta de dos formas:

- ❖ En los talleres más pequeños y la maquinaria es menos mecanizada, los trabajadores tiene vínculos familiares y la relación que mantiene con los dueños de otros talleres en la mayoría de los casos se limita a prácticas la reciprocidad, manifestado en los intercambios de favores.
- ❖ Por otro lado los talleres con un plantilla de trabajadores más grande, tecnología mas avanzada, contratos de luz trifásica, han perdido el vínculo familiar con los nuevos trabajadores, por el tamaño natural de las familias, (dado que los nuevos empleos no pueden ser cubiertas por los integrantes de la familia⁴⁷), estas relaciones y convivencia se trasladan a un segundo plano, con los dueños de otros talleres, donde se fortalecen y presentan acciones de reciprocidad, se dan acciones cooperativas dentro del grupo, como en la producción, subcontratación, mercados, terminados etc.

Cuando los trabajadores sin ningún vínculo familiar se desarrollan en el taller, estos tienden a entrar a personas con algún parentesco, significa que mientras el patrón pierde vínculo con los nuevos trabajadores contratados, no es así entre los mismos trabajadores.

Para los dos casos se da preferencia en relacionarse y vincularse con parientes de otros talleres, sean trabajadores o dueños, cuando una empresa del grupo logra sobresalir y es líder

⁴⁶ Entre muebleros y similares características de su taller.

⁴⁷ En la comunidad de Nahuatzen el promedio de integrantes 4.5 (INEGI 2005).

de su grupo familiar transmite los conocimientos e innovaciones a los talleres de su grupo familiar, mejorando la calidad.

Los aspectos positivos del capital social de cada grupo, no se han manifestado en la colectividad de los productores, dicho capital puede aprovechar o ser la base para transformarlo en un capital social colectivo o desarrollador en términos de Solari (2007), donde los productores gestionen recursos comunes en forma coherente y resulte provechoso para todos los muebleros, dado que la colectividad y la cooperación se alcanza al renunciar al control personal de los recursos propios y delegar esa función en autoridades y en un contexto institucional que permitan enfrentar en mejor forma los problemas y las oportunidades comunes (Durstun, 2002).

El bajo nivel de cooperación y colectividad, se entiende porque el 74% de los productores no han participado en actividades donde los mueblero de la comunidad han tenido los mismos intereses⁴⁸, el 87% de los productores nunca o a veces visita o lo visitan otros productores, para platicar y analizar proyectos de interés común, para el 13.04% de los productores no hay problemas entre los muebleros que le interese ayudar o resolver, para el 47.82% de los productores muebleros el obstáculo para formar una organización es el poco interés de los muebleros y porqué se trabajo mejor solo, para el 51.6% de los muebleros, no han participado en experiencias sobre trabajo en equipo, aunado a la falta de planeación e individualidad de los productores, esto explica la baja cultura organizativa

De tal modo que mientras no formen parte de la actividad mueblera, organizaciones, cooperativas, asociaciones, patronatos, difícilmente se trasformara el capital social en detonador del desarrollo de la comunidad de Nahuatzen, el esfuerzo de algunos productores en organizarse (Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzen SA de CV), han mejorado su productividad y sus logros, pero no integra al grueso de productores.

Aun así existe un capital social latente o potencial, que puede o no concretarse en proyectos de asociación, quizá puede permanecer como latente o potencial, los motivos que permiten decir que existe un capital social latente, es porque el 87% de los productores nunca o a veces

48 Una de las diferencia que consideramos entre participación y cooperación, la primera la ubicamos en aspectos relacionados de y fuera de la actividad mueblera y la cooperación relacionado con la actividad y con la organización de la misma. Por ejemplo quienes participación en la reforestación de pinos en la comunidad, no recibe los beneficios directos del corte de estos arboles, en tanto que el dueño del terreno es quien se beneficia de directamente.

visita o lo visitan otros productores, para platicar y analizar proyectos de interés común, esto aspectos son compensados y sustituidos por la tradición, en tanto que el 50% de los productores platica sobre la actividad mueblera en las fiestas, religiosas, entre la más sobresaliente es la fiesta de San José, festividad organizada exclusivamente por muebleros, así mismo como las bodas y bautizos, como espacios y momentos donde se conversa y se transmite el conocimiento acerca de la actividad (mercado y proceso de producción), y en los lugares donde de compra, en la calle y en las reuniones familiares, espacios que afianzan los lazos de amistad y la confianza.

Otro de los aspectos, una décima parte de los productores visita y es visitado constantemente en sus lugares de trabajo para analizar proyectos de interés común, el 26% de los productores ha participado en actividades donde los muebleros han tenido los mismos intereses.

Existen problemas comunes entre los muebleros, considerando que aumenta las posibilidades de tener comportamientos cooperativos, para el 87% de los productores existen problemas que les interesa ayudar a resolver, poner mismos precios a mismos productos, estandarización de la calidad de los muebles, evitar el uso de la madera clandestina, trabajo en equipo y reforestación, formar una y/u pertenecer a una organización mueblera de la comunidad.

Asimismo están dispuestos a organizarse con otros productores para incrementar sus ventas, siempre y cuando la organización sea de buenas intenciones, seria y con estructura organizativa, de la cual 14% de los productores se encuentran en proceso de organización, el 87% de los productores están en disposición de organizarse o pertenecer a algún proyecto asociativo, sumando a que más del 96% de los productores profesan la misma religión, se comparte una historia, se encuentran geográficamente juntos, las tradiciones y costumbres son similares.

En el 2008, la SEDESOL, dio clave a una organización social y algunos muebleros están dentro de ella, sumado a los esfuerzos por hacer una organización de muebleros, desligada de la Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzen SA de CV, en estos esfuerzos están 20 productores muebleros, algunos de ellos participaron en la creación y formación de la primera, dejaron de pertenecer a ella por que no se cumplió con sus expectativas e intereses. La característica de estos productores, es tener ideas comunes, su planta productiva son pequeñas, existe empatía y compañerismo, están luchando por sobrevivir y tener mejores oportunidades.

CONCLUSIONES

El capital social, es una herramienta teórica que nos permitió explicar los fenómenos de la confianza, reciprocidad, cooperación, tomando en cuenta la particularidad de sus relaciones familiares y la tradición en actividad productiva.

Unas de las críticas al capital social que es un concepto que estudia aspectos viejos con un nuevo nombre, en términos generales estudia relaciones sociales, pero no cualquier relación social, se acota aquellas relaciones que se son de largo plazo (acumula) en dos o mas personas y resultado de estas relaciones se obtiene beneficios.

Algunos autores sostienen la existencia de capital social positivo y negativo, desde mi punto de vista solo es positivo, no quiero decir que no existen ambientes desfavorables para poder convivir (en las cárceles puede ser), se puede llamar de otra forma pero capital social negativo lo dudo, si se esta pensando en el capital social de las mafias, grupos delictivos, aun así es capital social positivo, en tanto se dan los principios básicos del capital social y cumple sus objetivos, sin duda no solo los grupos criminales y delictivos causan daño a la sociedad, de igual manera aquellas formas de capital social en los grupos no criminales afectan a otros grupos en Pro de su beneficio, es capital social positivo que afecta a la sociedad, en esta idea Siles (2003), resalta que “El capital social dentro de un grupo puede inducir a algunos individuos o grupos a actuar de una manera que socave normas e instituciones de la sociedad que crean costos públicos para el beneficio de unos cuantos miembros de sus redes ricas en capital social”.

El concepto capital social, se esta poniendo en practica, buscando soluciones para la superación de la pobreza, sin embargo el capital social no es propio ni exclusivo de los pobres y puede analizarse desde otros enfoques y potencializar el desarrollo de ramas productivas que no se caracterizan por ser pobres. Por ejemplo en el caso de los muebleros no son pobres, porque tienen lo necesario para vivir y la maquinaria e infraestructura necesaria para trabajar, lo cual permite incrementar y potencializar la industria y el desarrollo local de la comunidad. Sin embargo esto no se le debe atribuir solo al capital social, sino también a otros aspectos tanto económico, tecnológicos, humanos, comercialización, vinculación etc.

Al inicio de la investigación fue necesario partir de un concepto operativo del capital social para entender la dinámica, este se definió como **el contenido e interacción de confianza, reciprocidad, relaciones familiares y tradiciones, recursos para la cooperación que influyen en la participación en iniciativas de desarrollo**, resultado de la investigación, se

cambio la definición inicial tomando en cuenta la particularidad en que se analizo y pueda considerarse en futuras investigaciones, se propone como, **aquellas relaciones sociales de largo plazo sostenidas entre los individuos o grupos de individuos sustentadas en la reciprocidad y las relaciones de confianza en busca de un fin común**, en la presente definición no sobresale la familia y las tradiciones que son parte fundamental de la investigación, queda implícitamente en el concepto que se propone en cuanto la base de las relaciones sociales de largo plazo son familiares y la transmisión de los conocimientos se da de diferentes maneras y son duraderas, asimismo los lazos informales tienen un papel fundamental, visto esta informalidad desde el enfoque de tradición y familia, que son cruciales en el capital social. Puesto que no son cualquier relación social, porque tienen la característica de tener permanencia y regularidad, sustentadas en la reciprocidad y las relaciones de confianza y buscan un fin u objetivo, dado que son muy fuertes, por que consideran a la lealtad como factor importante en la conducción de las empresas y no son un obstáculo para el fortalecimiento del capital social.

Las acciones que se deben hacer para construir capital social entre los muebleros de Nahuatzen, se debe de ir practicando las visitas entre los muebleros, para ir desarrollando y fortaleciendo la confianza y reciprocidad en miras de concretar programas de asociación. Dado que mientras se participe en actividades conjuntas con otras muebleros se contribuye al fortalecimiento del KS, sumado el interés, disposición e identificación de ayudar a resolver problemas y actuar de manera optimista, dejando de lado la idea que los demás productores se aprovecharían de cada situación para sacar provecho, donde las mentira, deshonestidad tiene menos efecto si sus consecuencias son menores y se ayuda o hace un favor algún otro productor pariente o no pariente, de su grupo o externo a el, se estará en condiciones propicias para generar círculos virtuosos que contribuyan a la construcción del capital social y se concreten en proyectos de asociación, ayudara a que el capital social de los productores muebleros de la comunidad de Nahuatzen impacte en iniciativas de desarrollo local.

En la actividad mueblera de la comunidad de Nahuatzen se caracteriza por ser talleres familiares, pero no quiere decir que en la industria mueblera de la comunidad de Nahuatzen, se limitan a las relaciones familiares, cuando el grupo tiende a crecer y los objetivos que buscan están mas allá de los intereses de los parientes, se integran con no familiares o sin ningún familiar, pasando a un tercer nivel de relaciones sociales donde el vinculo familiar se disuelve y surgen las mejores relaciones con aquellas personas dentro del grupo que se tiene

mejor empatía y comparten rasgos e ideas similares, tanto personal como características del taller.

La actividad mueblera, en el periodo 2005-2008 ha cambiado, estos cambios se pueden enmarcar en los siguientes puntos:

- Algunos talleres han desaparecido, se han empleado como trabajadores en algún otro taller, los talleres integrados por 3 y cuatro trabajadores, disminuyeron a tres y dos trabajadores
- Varios talleres solo buscan sobrevivir.
- Algunos productores han diversificado su forma de generar ingresos por un lado se emplean en algún otro taller o sector como trabajador, trabajando en su taller al término de la jornada salarial y los fines de semana.
- Se han incorporado nuevos trabajadores a la planta productiva, el regreso de paisanos del interior y exterior de la república, dando como resultado el incremento de empleos generados en 250 (2005 - 301, 2008 - 550).

Algunos productores muebleros están preocupados por la supervivencia de sus talleres, ante la competencia de las empresas nacionales e internacionales, debe considerar la cooperación con otros empresarios y agentes locales, para generar sinergias y economías de escala que eleven su competitividad como estrategia y que se preocupen no por sobrevivir sino por competir.

Por otro lado se detectó que el problema para un gran número de talleres de muebles en Nahuatzen no son los créditos y apoyos monetarios, su gran problema es la comercialización, calidad de sus productos, altos costos de producción, poco conocimiento del mercado, dado de alta en hacienda y calidad de las materias primas, las secretarías de gobierno responsables de apoyar a la PYME y empresas del sector de la transformación, antes de tomar una decisión sobre los apoyos deben tener presente que el apoyo monetario no es lo mejor, ni es lo que ocupan los talleres, deben tener alternativas como estudios de mercado, un análisis FODA del taller y determinar sus carencias, para brindar un apoyo más adecuado.

Lo que respecta a la Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzen SA de CV, fue impulsada por dependencias de gobierno, desde mi punto de vista, no tuvo el éxito esperado por no haber tomado en cuenta la diversidad de productores, tamaño, diferencia en los procesos de producción y necesidades específicas de cada taller, los productores se deben conocer y tengan ideas comunes. Aspectos que se deben de tomar en cuenta a la hora de intentar hacer proyectos de asociación. Debe haber un balance adecuado entre las instituciones formales e

informales, en la presente investigación lo informal tiene mayor importancia, que lo informal pero no se ha manifestado en la consolidación del sector, se debe incorporar los aspectos y acuerdos formales.

Un buen comienzo es formar una asociación comunitaria indígena para el desarrollo de Nahuatzen⁴⁹, que tome en cuenta la realidad de la comunidad, las relaciones familiares consanguíneas, políticas, de amistad, las costumbres y tradiciones, tomando en cuenta la estructura organizativa de la comunidad. Las 4 comisiones que se forman para las fiestas patronales bien pueden participar y voz del pueblo.

Los actores y sujetos deben buscar capacitación y concientización sobre los beneficios de trabajar bajo esquemas asociativos, la asociatividad no debe basarse en buenas intenciones de los actores o sujetos locales, asimismo no deben imponer el interés personal, sino el interés de la colectividad, deben concientizar a los productores y aprovechar el capital social latente, no se debe presionar para cumplir con tiempos específicos, se le debe dar su tiempo natural.

La comunidad no está mono especializada en una actividad económica y el ambiente económico y laboral puede ayudar a que la actividad mueblera sea de las más importantes y pivote del desarrollo de la comunidad, tomando en cuenta la existencia de los recursos necesarios en potencia infraestructura, materia prima, capital social latente o potencial, hace falta el factor detonador que bien puede ser emprendedores o asociaciones que detonen los recursos, en la actualidad como destaca GARCÍA A. (S/A), los empresarios interpretan la abundancia de productores como un factor de atraktividad regional, pero no como una oportunidad para cooperar, organizarse gremialmente o realizar innovaciones tendientes a la exportación.

Concluyo la presente investigación, que existen problemas de asociación y cooperación, pero existe un capital social potencial o latente, que se concrete en proyectos de asociación o quizá puede permanecer como latente o potencial sin mayores cambios, dependerá del involucramiento de los líderes en los diferentes ámbitos. Y las relaciones familiares y tradición no son un obstáculo para fortalecimiento del capital social y en consecuencia para el desarrollo local. Los lazos y relaciones familiares, no se ha transformado en agrupamientos empresariales, como un capital social desarrollador de la industria mueblera, se han caracterizado por un capital social individual que no se ha transformado en un capital social

49 En la actualidad enero 2009, estoy participando activamente en su consolidación a raíz del primer coloquio Sociedad Civil y Desarrollo Local en Michoacán Noviembre 2008. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Facultad de Economía

colectivo y se han identificado grupos de productores muebleros, con altos grados de confianza, reciprocidad y cooperación, donde prevalecen los lazos y relaciones familiares.

FUENTES

BIBLIOGRÁFICA

- ATRIA, R. ARRIAGADA, I. SILES, M. ROBISON, L. WHITEFORD, S. 2003. *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. CEPAL, Universidad del Estado de Michigan. Santiago de Chile. Compiladores.
- BAHAMONDES, M. 2001. *Contradicciones del Concepto 'Capital Social'*. La Antropología de las alianzas y de la subjetividad campesina. CEPAL – SERIE Seminarios y Conferencias, N° 31.
- CHANG, L. 2003. *Capital social y empresa*. Corporación andina de Fomento. Venezuela.
- CORNEJO, C. 2003. *Capital social y competitividad*. Corporación andina de Fomento. Venezuela.
- CRUZ J. 1994. *La dinámica social*. Universidad de Sevilla, España.
- DURSTON, J. 2001. *Capital Social, parte del problema, parte de la solución*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Universidad del Estado de Michigan. Santiago de Chile.
- DURSTON J. 2002. *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural Díadas, equipos, puentes y escaleras*. (CEPAL) Santiago de Chile.
- DURSTON, J. 2003. *Capital social: parte del problema, parte de la solución, su papel en la persistencia y en la superación de la pobreza en América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile.
- FORNI, P. SILES, M. Y BARREIRO, L. 2004. *¿Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza?* Michigan State University.
- GARCÍA A. S/A. *Redes sociales y “clusters” empresariales*. Redes revista hispana para el análisis de redes sociales.
- GALÁN Y CASTRO. 2004. *Las relaciones interorganizativas como fuente de capital social*. Universidad de Sevilla España.
- GARCÍA. L. 1984. *Nahuatzen, agricultura y comercio en una comunidad serrana*. El colegio de Michoacán CONACYT.
- HARNER, J. 2003. *Elaboración de muebles rústicos en México y su popularidad en los Estados Unidos*. Tiempos de América, núm. 10. pp. 43-55.
- IREPAN, V. 2006. *Impulso a la Comercialización, como factor de Desarrollo Económico Local: Caso de la Industria Mueblera de la Comunidad de Nahuatzen*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Economía. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- IVEX MÉXICO. 2005. *Sector del mueble en México*. Instituto Valenciano de la exportación.

- KLIKSBERG B. 2003. *Capital social y cultura*. Publicado en capital social, clave para una agenda integral de desarrollo. Corporación Andina de Fomento. Caracas Venezuela.
- LANDGRAVE, Z. 2008. *Estancada la industria del país*. Periódico el financiero. Lunes 21 de enero.
- LINDON, J. ROBISON Y SILES, E. 2003. *El paradigma del capital social y las organizaciones*. Corporación andina de Fomento. Venezuela.
- LORENZELLI, M. 2003. *Capital social comunitario y gerencia social*. Presentada en el VIII Congreso Internacional del CLAD. Sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Panamá, 28-31 Oct. 2003.
- LOZANO, K. 2007. *La relación local-global y la perspectiva de los sistemas productivos locales*. Departamento de Geografía y Ordenación Territorial. DEHH-CUCSH Universidad de Guadalajara, México.
- MARTÍNEZ, A. 1999B. *Dinámicas de aprendizaje en la industria del calzado en León: el caso de un distrito industrial*. Ponencia presentada en el IV Seminario Tecnología, Territorio y Sociedad, organizado por la UAEM, Toluca, abril.
- MARTÍNEZ, J. IREPAN, V. 2007. *Capital social, confianza y desarrollo local*. Realidad económica No. 23. Octubre del 2007.
- MARTÍNEZ, L. S/A. *Capital social y dinámicas territoriales (El caso de productores diversificados de Pelileo en la Provincia de Tungurahua, Ecuador)*. FLACSO – Ecuador.
- MILLÁN, R. GORDON, S. 2004. *Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas*. Revista mexicana de sociología, año 66, núm. 4, octubre-diciembre, 2004.
- PÉREZ, L. 2007. *Una exploración sobre la incidencia de ciertos criterios culturales en el desempeño económico de las empresas familiares en México*. Universidad Iberoamericana, México, D. F.
- RACZYNSKI, D. Y SERRANO, C. 2005. *Programas de superación de la pobreza y el capital social. Evidencias y aprendizajes de la experiencia en Chile*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Cooperazione Italiana. Santiago de Chile.
- RODRÍGUEZ, P. Y ROMÁN, C. 2005. *El capital social como factor de competitividad y desarrollo empresarial*. En Economía, N.º 59, 2.º Cuatrimestre. Universidad de Coruña, España.
- SÁNCHEZ SANTOS, J. M. y PENA LÓPEZ, J. A. 2005. “*Actividad Asociativa, Confianza y Generación de Capital Social: Evidencia Empírica*”. Economía, N.º 59, 2.º Cuatrimestre. Universidad de Coruña, España.
- SILES, E. 2003. “*Seminario taller Capital Social, Herramienta para los Programas de Superación de la Pobreza Urbana y Rural*”. El paradigma del capital social. CEPAL
- SOLARI VICENTE A. 2007. *Aspectos, formas y momentos del capital social*. Borrador de trabajo, 7 págs.

UPHOFF, N. 2003. *El capital social y su capacidad de reducción de la pobreza*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Universidad del Estado de Michigan. Santiago de Chile.

TAPIES LLORET. 2005. *De empresa familiar a empresa empresarial*. Harvard Deusto. Madrid España.

ENTREVISTAS

Abelardo J Lucas Villa. Presidente de la liga municipal de Nahuatzen. Domingo 13 de Mayo del 2007.

Gerardo Aguilar. Responsable de la caja de ahorro y préstamo “SIGUE”. Sábado 26 de mayo 2007.

Joaquín (Parroco). Sábado 22 de Diciembre 2007.

Jesús Magaña 12 de Mayo del 2007.

Juan Torres. Jueves 17 de mayo 2007.

Julia Irepan. Jueves 10 de mayo del 2007.

Leopoldo Ortega. Organizador de los juegos de Basquetbol. Lunes 11 de Junio del 2007.

Libier Aguilar Rodríguez. Iniciadora y responsable de la sala de lectura “Viajera”. Entrevista en su domicilio. Domingo 3 de junio 2007.

Marín Torres Acuchi. Iniciador y participante en las peregrinaciones. Domicilio 12 de Mayo del 2007.

Salvador Torres. Encargado de la casa de la cultura. La entrevista se llevo en la casa de la cultura. El 11 de junio del 2007.

Rafael Irepan Hernández. Domingo 10 de Junio del 2007.

Yanitzia Juárez. Representante los locatarios del mercado local. Sábado 22 de septiembre del 2007

Jesus Diego. Integrante Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzén SA de CV.

OTRAS FUENTES

http://www.michoacan.gob.mx/municipios/59medio_fisico.htm

<http://www.monarcaonline.com.mx/patambanpre.html>

www.afamnl.com.mx. Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C. Afamjal.

Archivo del Registro Agrario Nacional de Morelia, Restitución de tierras, exp. 21 (Nahuatzen, Nahuatzen, Michoacán).

Enciclopedia de los Municipios de Michoacán. 2000. Centro Estatal de Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de Michoacán.

INEGI Anuario Estadístico Edición 2003. Michoacán. Aguascalientes.

INEGI, Censo de Población y Vivienda 2005. Michoacán. Aguascalientes

Ramo de hijuelas del Distrito de Uruapan. Repartición de tierras en la comunidad de Nahuatzen. Tomo tres de la pág. 168 a la 205, Tomo 4 pág. 1-19, Tomo 12 pág. 191-356, Tomo 21 pag. 40-44. Archivo Histórico del Poder Ejecutivo del Estado de Michoacán.

Sistema nacional de información municipal SNIM versión 7.0

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA SOBRE FAMILIA Y TRADICIONES

Instrucciones: Lea la pregunta e indique con una “X” la respuesta que considere que se adecua a su opinión.

1.- Cuántos trabajadores laboran en su taller

☐ Numero

2.-Cuántos trabajadores son parientes de Ud.

☐ Numero

3.- Cuanto tiempo tienen trabajando sus parientes

☐ 1-3 meses

☐ 4-6 meses

☐ 1 a 2 años

☐ 2 a 3 años

☐ más de 3 años

4.- Hace cuanto tiempo tienen trabajando los que no son sus parientes

☐ 1-3 meses

☐ 4-6 meses

☐ 1 a 2 años

☐ 2 a 3 años

☐ más de 3 años

5.- ¿A qué edad Ud. comenzó a trabajar en los muebles?

Antes de los 10 años ☐

De los 10 a los 15 ☐

De los 15 a los 20 ☐

después de los 20 ☐

6.- ¿Cómo aprendió Ud. hacer muebles? (Puede responder mas una opción)

☐ Recibí capacitación

☐ Con un compañero de trabajo

☐ Aprendí con el patrón

☐ Con mi familia

7.- ¿Cuántas veces contrata personal al año?

- ☐ Una
☐ Dos
☐ Tres
☐ Cuatro
☐ Cinco
☐ Seis
☐ Más de seis

8.- Considera la rotación de los trabajadores en la comunidad, una forma de compartir conocimientos de la producción de muebles;

- ☐ Muy de acuerdo
☐ De acuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Muy en desacuerdo

9.- ¿En qué momento plática con otros muebleros sobre la actividad mueblera? (Puede responder más una opción)

- ☐ Donde presta la presidencia municipal
☐ Reuniones convocadas por el párroco
☐ Fiestas (De San José, Bobas, Bautizos...) ☐
No tiene claro
Algún otro lugar especifique _____

OBSERVACIONES:

ANEXO 2

FORMATO DE LAS ENCUESTA DE CAPITAL SOCIAL

Instrucciones: Lea la pregunta e indique con una “X” la respuesta que considere que se adecua a su opinión.

1.- La relación que Ud. tiene con los productores muebleros de la comunidad es:

- ☐ Muy buena
- ☐ Buena
- ☐ Mala
- ☐ Muy mala

2.- ¿Visita o lo visitan productores de la comunidad, para platicar acerca de la actividad mueblera?

- ☐ Siempre
- ☐ Con frecuencia
- ☐ A veces
- ☐ Nunca

3.- ¿ha participado en actividades donde los muebleros de la comunidad han tenido los mismos intereses?

Si ☐ podría decir en que actividades _____

No ☐

4.- ¿Para Ud. hay problemas entre los muebleros que le interese ayudar o resolver?

- ☐ Si pase a la siguiente pregunta
- ☐ No

5.- Nos podría decir cuales son esos problemas _____

6.- Considera que hay que ser cuidadoso con otros muebleros, porque se aprovecharían de la situación si pudieran hacerlo:

- ☐ Muy buena
- ☐ Buena
- ☐ Mala
- ☐ Muy mala

7.- ¿A Ud. le resulta fácil pedir un favor a los muebleros de la comunidad?

- ☐ Muy fácil
- ☐ Fácil
- ☐ Un poco difícil
- ☐ Muy difícil

8.- ¿Ud. cada cuando pide ayuda o un favor a otro mueblero relacionado con la actividad de la empresa?

- ☐ Semanalmente
- ☐ Mensual
- ☐ Cada dos meses
- ☐ Cada seis meses
- ☐ Casi Nunca

9.- Cuando Ud. pide o le piden un favor, relacionado con la actividad mueblera generalmente son de;

- ☐ Dinero
- ☐ Maquinaria y equipo
- ☐ Materias primas
- ☐ Consejos para realizar ciertas actividades productivas

Algún otro especifique _____

10.- ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que no permiten la formación de una organización de muebleros en la comunidad?

- ☐ Porque se trabaja mejor solo
- ☐ Se promueven intereses particulares
- ☐ Existe poco interés de los muebleros en formar una
- ☐ Los intermediarios la obstaculizan
- ☐ Falta de información y promoción, por parte de las dependencias de gobierno

Otro especifique _____

11.- ¿Motivos por los cuales “NO” se organiza con otros muebleros para realizar actividades, acciones conjuntas? _____

12.- ¿Motivos por los cuales “SI” se organiza con otros muebleros para realizar actividades, acciones conjuntas? _____

13.- Considera Ud. que la mayoría de los productores de esta comunidad son básicamente honestos

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Muy en desacuerdo

14.- Considera Ud. que la mayoría de los productores de esta comunidad dicen mentiras si pueden beneficiarse de hacerlo.

- ☐ Muy de acuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Muy en desacuerdo
- A).- Vínculo como fundamento en taller-familia B).- Intercambio como fundamento en la comunidad C).- Red como fundamento el agrupamiento empresarial

ANEXO 3 INDICADORES DE CAPITAL SOCIAL EN LOS MUEBLEROS

Eje de Análisis	Criterio de Interés	A).- VÍNCULO COMO FUNDAMENTO EN TALLER Y LA FAMILIA				
		CONFIANZA	RECIPROCIDAD	SOLIDARIDAD	COSTUMBRES Y TRADICIONES	COOPERACIÓN
VÍNCULO	TALLER	1.1.1.1.- Capacidad de la empresa	1.2.1.- Obsequios y regalos que se intercambian al interior del taller.	1.3.1.- Ayuda por parte de sus compañeros de trabajo (patrón-trabajador).	1.4.1.- Edad en la que los integrantes de la familia, se involucran, en las actividades del taller.	1.5.1.- Principales acciones orientada al logro de objetivos compartidos en la empresa y los participantes.
		1.1.2.- Acciones oportunistas				
		1.1.3.- Trabajadores, parentesco y empresa.	1.2.2- Participación en fiestas o eventos sociales (bodas, bautizos...), de los trabajadores y patrones.		1.4.2.- Aprender por capacitación o por experiencias.	
		1.1.4.- Permanencia en la empresa				
		1.1.5.- Delegación de autoridad y responsabilidad				

Eje de Análisis	Criterio de Interés	B).- INTERCAMBIO COMO FUNDAMENTO EN LA COMUNIDAD				
		CONFIANZA	RECIPROCIDAD	SOLIDARIDAD	COSTUMBRES Y TRADICIONES	COOPERACIÓN
INTERCAMBIO	Rama/loc al/comun idad	2.1.1.- Relaciones familiares y la actividad mueblera.	2.2.1.- Perspectiva de ayuda entre los productores.	2.3.1.- Ayuda por parte de los muebleros (trabajadores- patrones) de la comunidad ante una necesidad o accidente, del alguno de ellos.	2.4.1.- Experiencias, habilidades y conocimientos de los servicios de reparación y mantenimiento de equipo, de la comunidad.	2.5.1.- Antecedentes y formas de organización entre los muebleros.
		2.1.2 Sentido de Pertenencia con la rama mueblera de la comunidad.	2.2.2.- Principales obsequios y favores.		2.4.2.- Movilidad laboral, como medio de compartir experiencias de trabajo.	2.5.2.-Elementos que permiten integrar a los muebleros de Nahuatzen.
		2.1.3. Copia de diseño, aspectos claves del terminado y pérdida de clientes.	2.2.3 Frecuencia e intensidad de los intercambios.		2.4.3.-Produccion de muebles.	2.5.3.- Participación en la solución de problemas comunes.
		2.1.4 Producción de muebles a precios competitivos.	2.2.4.- Intercambio de información		2.4.4.- Actividades, eventos, sociales, religiosos y la actividad económica.	2.5.4.- Principales acciones orientada al logro de objetivos compartidos con empresas de la comunidad.
		2.1.5.- Asistencia técnica, en la comunidad.	2.2.5.- relaciones con proveedores de la comunidad.			2.4.5.- Practicas de cooperación con proveedores, locales (capacitación por parte de la Sayer Lack, Pinturas Prisa, COMEX...)
		2.1.6 Precio y calidad de materias primas				2.4.6.- Participación y relaciones con actores económicos e institucionales Objetivos compartidos formal e informal al interior del sector.

Eje De Análisis	Criterio de Interés	C).- RED COMO FUNDAMENTO EL AGRUPAMIENTO EMPRESARIAL				
		CONFIANZA	RECIPROCIDAD	SOLIDARIDAD	COSTUMBRES Y TRADICIONES	COOPERACIÓN
RED	Agrupamiento empresarial	3.1.1.- Perspectivas de la actividad mueblera.	3.2.1 perspectivas a reciprocicar, dentro del agrupamiento empresarial.	3.3.1.- Ayuda por parte de sus compañeros del agrupamiento empresarial.	3.4.1.- fiestas como factor de organización empresarial.	3.5.1.- Encadenamientos productivos ubicados en la comunidad.
						3.5.2.- “Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzen SA de CV”, y las relaciones familiares.
						3.5.3.- Aspectos que influyen en participar en un agrupamiento empresarial.

ANEXO 4

PRINCIPALES FORMAS DE INTERACCIÓN Y ORGANIZACIONES FORMALES E INFORMALES.

1. EL SENTIDO DE CARGOS Y LA FORMACIÓN DE LAS COMISIONES PARA LAS FIESTAS PATRONALES⁵⁰ (AGOSTO).

La responsabilidad de los cargueros es de orden civil y religioso en cualquier celebración, sus labores se orientan hacia la organización de la fiesta, el pago de la comida, flores etc. así como la limpieza y resguardo del templo, hacerse cargo y atender como se debe a los invitados, entre otras funciones es responsabilidad del carguero. Se dirige al pueblo para agradecer su cooperación y su asistencia, da a entender que él tomará esos detalles en consideración cuando a alguno de ellos les corresponda asumir algún cargo. Las comisiones se forman para juntar los recursos económicos para pagar la música, cuetes, castillo y son los responsables de cuidar que las fiestas se lleven en orden.

Los cargueros son elegidos por un periodo de un año de acuerdo con su edad, género, estado civil y desenvolvimiento social; recibir un cargo es un honor y debe ser llevado con responsabilidad y con un enorme sentido de servicio a la gente. Más que una carga es una aspiración y gusto. A éste le pueden ayudar sus familiares, amigos, o cualquier persona, ya sea con dinero o en especie.

Las comisiones, se renuevan cada año, las responsables de elegir a las personas que van hacer la próxima comisión son la comisión saliente, son los comisionados de fijar la cuota de cooperación de la gente. Depende en gran medida el cargo que corresponda del año en curso (Castillo, Moros, Huirachas y soldaditos). Son los responsables de contratar y realizar los gastos más grandes. Cuando los gastos son más que los ingresos, los comisionados son los que pagan el restante, ocurre en muy pocas ocasiones. Cuando los gastos son menores se destinan para actividades de bien común o se le dan en donativo al cura del pueblo para que le un uso en bien de la comunidad.

Donde las fiestas dando sentido de identidad y pertenencia al pueblo, son un vínculo de solidaridad en los buenos y en los malos, momentos de ahí que se continúen fomentando como una de las más fuertes costumbres. Costumbres que en muchas ocasiones llega al despilfarro de dinero y el vino pierde su sentido de ritual, para pasar a dar muy buenas borracheras.

2. ACOMPAÑAMIENTO EN LAS FIESTAS SOCIALES (BODAS, BAUTIZOS...).

Persona que se entrevistó a Rafael Irepan Hernández. La entrevista se llevo en su domicilio el día 10 de Junio del 2007.

⁵⁰ Elaboración propia, con ayuda de compañeros del diplomado en comunicación indígena (sep 2008 –Febrero 2009), impartido por la universidad intercultural.

En palabras del entrevistado “En lo que respecta al acompañamiento a fiestas, los más comprometidos son los familiares, compadres y amigos. Por ejemplo cuando uno va acompañar a una boda implica un gasto, por un lado la esposa lleva el medio (dinero en efectivo para ayudar en los gastos de la fiesta) y el hombre una botella de vino. Se le entrega al papá del novio o la novia, dependiendo a quien se acompañe. Además de darle un regalo, conocido como las donas. Los familiares y padrinos, dan un regalo de más valor económico. El gasto de la música lo realiza el padrino de velación, así como de arreglo, vino, pastel, recuerdos, anillos, arras, lazo etc. los parientes de la novia compran el traje al novio y viceversa, este toda una serie de apoyos en la organización de la fiesta..

El medio, la botella, apadrinar, ayudar en el trabajo de la fiesta es signo de estar dispuesto a iniciar o mantener una amistad con la persona de la fiesta. Porque la gente esta al tanto para ver quien si acompaña y quien no, para así devolver el favor. Si te llevan muchos regalos y la gente te apoya en tu fiesta, significa que eres una persona que si acompaña. Por un lado esta bien por otro no, hay ocasiones que el mismo día tienes una o dos fiestas a donde ir y el gasto es fuerte. Para lo que se gana en la semana \$800 pesos no alcanza, para todas las fiestas y los gastos de la casa, hay quienes piden prestado para ir, o definitivamente no ir aceptando que no lo van acompañar cuando tenga su fiesta, por eso una va con las personas que son mas importantes para uno.

En otro aspecto señala que hay fiestas que se va no porque te hallan acompañado, es por porque existen aspectos culturales y morales que se esta obligado a ir, con los compadres e ahijados.

Esto tiene una lógica, los responsables de la fiesta están obligados cultural y social a retribuir y ayudar a quienes lo apoyaron en su fiesta. Recalca “el entrevistado es una manera de que la gente se lleve bien, es forma de reafirmar la hermandad e identidad como pueblo y las costumbres. Aunque sea distorsionada, en ocasiones nos llevan a la perdición, como, tomar mucho alcohol en cualquier fiesta, pero si se sabe aprovechar bien es un momento de disfrutar la vida con los que queremos.

En esta reciprocidad, que Mauss llama difusa, la compensación por un favor, un préstamo o un regalo no es inmediata ni con una equivalencia precisa, lo que sin duda la distingue de las transacciones mercantiles. Cumpliéndose los principios de reciprocidad, en la comunidad de Nahuatzén en su fiestas bodas, bautizos, fiestas del pueblo.

3. PARTICIPACIÓN EN LOS GRUPOS PARROQUIALES. (NIÑOS. JÓVENES Y ADULTOS).

Persona que se entrevisto a Rafael Irepan Hernández. La entrevista se llevo en su domicilio el día 10 de Junio del 2007.

Recalca el entrevistado que la participación de los grupos parroquiales, en las actividades religiosas es muy importante, son las que le dan forma y son los responsables de llevar a cabo las actividades religiosas, como dar las platicas para los que se van a casar, recibir y dar cursos bíblicos, son los que visitan y ayudan a los enfermos, viejitos y los mas necesitados,

además son los encargados de rezar en los cargos. Se encargan de la organización en el kermés, entre esta y otras actividades que sugiera El cura del pueblo, como salir a pedir cooperación para la construcción de su capilla, escalones del huachan.

4. TORNEO DE BÁSQUET BOOL.

Persona que se entrevisto Leopoldo Ortega. Responsable del torneo. La entrevista se llevo en su domicilio el día 11 de Junio del 2007.

Comenta que “En el año de 1950 se crea una liga formal, pasando a ser parte de la Federación Mexicana de Baloncesto. El entrevistado, fue un participante activo en el registro a la Federación Mexicana de Baloncesto. A partir de los 50 se ha participado en los juegos que organiza la Federación, se dejo de participar por 11 años, mismos el entrevistado permaneció ausente, se puede apreciar, que es un persona clave en la participación en la Federación.

El primer campeonato formal que participo Nahuatzén se llevo a cabo en Chilchota Michoacán. En 1961 fue campeón a nivel estatal, eliminando a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Año en el cual Nahuatzen represento a Michoacán, en las eliminatorias Nacionales, llevadas a cabo en San Luis Potosí. El siguiente año 1962 nuevamente, obtuvieron el primer lugar estatal, eliminando a Sahuayo. Representando a Michoacán en Guadalajara Jalisco. La participación del pueblo y la afición fue notable.

El apoyo por parte del ayuntamiento fue mínimo, donde los jugadores sufragaron sus gastos. En la actualidad permanece en los primeros lugares, a nivel estatal, siendo en 2005 sede de las finales estatales, de la liga purépecha de baloncesto.

En palabras del entrevistado en Nahuatzen existen talentos, que no se apoya y en ocasiones no se dejan apoyar por lo que solos es difícil que logren sobresalir solos.

Resalta que en Nahuatzén además de participar en la Federación Nacional de Baloncesto, tiene su liga propia. Actualmente la liga esta en la primera ronda, participando 10 equipos de la rama Varonil y 6 de la rama femenil. Se hizo costumbre organizar torneos en semana santa, torneo relámpago de 4 días participando aproximadamente 16 equipos. La premiación es con apoyo del ayuntamiento y del cobro de las entradas.

En lo que respecta, a la participación en actividades comunitarias, no es relevante, por no existir comunicación entre la liga y los responsables de las actividades comunitarias.

5. TORNEO DE FUT BOOL (1990).

Persona que se entrevisto Abelardo J. Lucas Villa. Presidente de la liga municipal de Nahuatzen. La entrevista se llevo en su domicilio el día 13 de Mayo del 2007.

Comenta, “antes no había, terreno para los campos los jugadores se posesionaron del actual, hubo enfrentamientos con los dueños, hoy existe una unidad deportiva. En la cual intervino las autoridades municipales, para llegar a un mutuo acuerdo, así lo da a conocer el acta que se encuentra en la presidencia municipal que da fe de lo ocurrido, hechos que registraron en el año de 1960.

En la actualidad los capitanes de equipo se reúnen cada ocho días para ver los roles y aspectos generales. Actualmente se cuenta con 5 campos, tres en la unidad deportiva, 1 en ex CBTa, y 1 en la colonia de la “LOMA”, junto a los campos de BEIS BOOL.

En la Actualidad (2007), existe liga de segunda y primera fuerza Varonil, integrado por 36 equipos. Los equipos mayoritariamente son de Nahuatzen, 1 equipo de Arantapacua, 1 de Sevina, 3 de Comachuen, y 2 del Rancho del Pino. El tiempo de Duración de Torneo es de 9 meses. Su funcionamiento es a una o dos vueltas dependiendo lo que se acuerde en las reuniones La forma de juego es “todos contra todos”, cada ocho días se dan a conocer las estadísticas de cada equipo, y quienes son los que ocupan los primeros lugares. Actualmente existe participación en las eliminatorias estatales y se participa en la Copa Telmex.

La premiación es de 15 uniformes y un trofeo para el primer lugar, trofeo y balones para el segundo, balones para el tercero, cambia cada torneo, dependiendo en gran medida del apoyo del ayuntamiento.

La problemática es la falta de espacios, los 5 campos que existen no son suficientes, antes solo se jugaba los domingos actualmente se juega viernes, sábado y domingo, presentando un problema, los viernes los jugadores trabajan, presentándose problemas de asistencia.

Los espacios existentes, no se encuentra en buenas condiciones, por lo que hace falta que se mejore, así como la falta de construcción de gradas para la afición, las actuales no son suficientes.

Falta de apoyo para las ligas infantil, femenil y veteranos. La experiencia del presidente de la liga con los niños y femenil, en el torneo del 2004, la motivación y participación se hizo notar. A la convocatoria infantil se registraron 14 equipos, cada equipo con 12 jugadores, no continuo en años siguientes ante la falta de campos, pasando algo similar en la liga femenil y veteranos. Par dar preferencia a la liga Varonil, aunado a ello la carencias económicas de los niños.

La liga de Fut bol, se encuentra en desventaja, con otras ligas del estado. Porque no se apoya a todas las ramas y difícilmente se detectan talentos, siendo una de las causas de la baja participación en la liga estatal.

Como liga, ha participado en actividades de la comunidad, de las mas recientes, en las gradas y kermés, convocado por párroco Francisco Martínez Gracián.

6. KERMÉS EFECTUADA EL DOMINGO DE RAMOS, DE CADA AÑO (1984).

La primer kermés, se llevo a cavo por primera vez en 1984, a cargo del párroco Solórzano. La finalidad del evento fue ayudar con los gastos de la iglesia, los fondos recaudados fueron para poner el piso al atrio de la iglesia y trastejar el templo. Se vendía gran variedad de antojitos, su forma de organización no ha variado sustancialmente, en palabras del encuestado, “la gente cooperaba menos, por que la gente era mas pobre”. La actividad comienza desde que sale la misa, la gente desayuna o compra comida para llevar a su casa, así es todo el día termina en la noche con las rifas y los remates de artículos que la gente regala y no se vendieron. La Participación es de manera directa o indirecta:

- ✗ La organización directa esta a cargo de los grupos parroquiales y los cargueros (son la familias que tienen una imagen religiosa, y tiene la responsabilidad del cuidado y organización de su fiesta, con ayuda de la comunidad).

Se encargan, de la distribución de los puestos, y quien va estar a cargo de los mismos y manejo del dinero.

La forma de participación es variada, fundamentado en la cooperación;

- La gente que venden carnitas todo el año, se compromete a preparar las carnitas, y venderlas directamente o terceras personas. Generalmente los criadores de puercos son quienes lo regalan.
- Los carpinteros donan un comedor, una sala, recamara...
- Las tiendas de electrodomésticos donan una licuadora, una estufa etc...
- Se ha presentado casos de familias, que han llegado a regalar un carro o en su caso si es vendido es a menor precio que el mercado.
- Los grupos musicales tocan durante el kermés o prestan su aparatos de sonido.
- Los agricultores regalan el maíz, las hojas para los tamales, el pozole etc.
- Para la birria de res, el trabajo es en equipo, entre matadores, cocineros y vendedores.
- La madera ocupa en los puestos, templete, es proporcionado por las madererías.
- Las personas que no aportan en especie lo hacen en monetario, su uso es para los gastos, iniciales.

El trabajo se relaciona en la mayoría de los casos por su oficio. Como se puede apreciar, la forma de participación es variada, donde los principios de cooperación y solidaridad se hacen notar. El día de la kermés en coordinación con la presidencia, no se permite la venta comida, bebida y las tiendas del centro permanecen cerradas. Cuando lo deciden hacerlo, como las paletterías, aportan cierta cantidad de sus ventas al beneficio de la kermés.

Otra de las formas de participación es comprando boletos para la diversidad de rifas que se llevan a cabo. El año pasado se rifo un carro del año, en el presente se rifo un Benz tipo Suburban.

Los fondos recaudados del presente año fue la cantidad de 216,000. El recurso se destino para la construcción de la capilla de la loma, casa del anciano, y el centro recreativo del cerro del huachan. El domingo el 6 de mayo se formalizo la primera etapa, 927 escalones, una cancha de básquet bool y la cruz de 22 metros de altura.

7. PEREGRINACIONES⁵¹ (Caracuaro,

Persona que se entrevisto Marín Torres Acuchi. Participante en las peregrinaciones, desde los 70s, peregrinación de más antigüedad.

Aspectos en común:

- Hacer oración con fervor, con fe y de corazón.
- Cumplir con promesas o manda (en agradecimiento de los favores recibidos), a los santos.

A. PEREGRINACIÓN A CARACUARO MICH.

Fecha de salida; el sábado anterior al miércoles de ceniza.

Hora; 9 de la noche.

Duración del recorrido; 66 horas.

Persona que inicio; Don Jesús Magaña, Don Marín y dos personas más.

Cuentan con Estandarte; Si

Se reza el novenario; Si.

Aspectos Generales:

El primer año de la peregrinación se realizo en año de 1981. En la que participaron cuatro personas. Actualmente los peregrinos se estiman en 160 personas. Se cuenta con un carguero, esta persona no es cualquier persona, para poder ser carguero, se toma en cuenta la antigüedad que lleva participando en la peregrinación.

La peregrinación, en palabras del entrevistado, tuvo una influencia de la peregrinación que se realizaba a San Juan Nuevo.

Los primeros años el recorrido fue mas complicado que en la actualidad. No se conocía el camino, por lo que constantemente se perdían en el trayecto. Dormían donde se les hacia de noche y cada quien llevaba lo necesario para comer. En años recientes, peregrinos de la comunidad de Arantepacua, se acompaña en el viaje.

⁵¹ La entrevista se llevo en su domicilio el día 12 de Mayo del 2007.

Breve descripción de la peregrinación;

Se estima la distancia en 300 Km. El día de salida el padre oficia una misa para despedirlos y darles la bendición, asiste el carguero y los familiares de los peregrinos.

A las 11 de la noche realizan su primer descanso, en la comunidad de Pichataro, tenencia del municipio de Tingambato. El descanso dura aproximadamente 15 a 20 minutos, varia un poco. Se espera a las personas que se han retrasado un poco, se ofrece agua y café. El segundo descanso se realiza a las 1:00 del domingo, en San Juan Tumbio. El tercer descanso se realiza en el puente de ajuno, tenencia del municipio de Zirahuen. El cuarto descanso se realiza en Zirahuen, a las 3:00 am. Por quinta ocasión se descansa en Santa Clara del Cobre a las 6:00 am. El sexto descanso es a las 9:00 adelante de Santa Clara del Cobre y es cuando desayuna. El próximo descanso es a la 1:00 pm. En la una comunidad del “Paso del Muerto”. El octavo descanso es a las 3 de la tarde en la comunidad de Serrano, con jurisdicción en Tacambaro.

El último descanso del día domingo es a las 6 de la tarde en Tacambaro, donde se pasa la noche. Algunos duermen en el seminario y otros en hoteles. En la plaza, se encuentra un carro con las mochilas de los peregrinos, que salio el día domingo de la comunidad de Nahuatzén, que los familiares han enviado. Es aquí donde se juntan los peregrinos que salieron, más temprano y con las personas que, en Tacambaro se integran mas peregrinos.

El día lunes, a las 9 AM prosigue la peregrinación. El primer descanso se realiza en la Parota a las 2 PM y es la comida. A las cuatro de la tarde se realiza la salida, para San Antonio, Tenencia del municipio de Nocupetaro, la llegada es a las 10 de la noche.

El día martes a las 5 de la mañana se prosigue con la peregrinación, llegando a Nocupetaro a las 11 AM, en la entrada a Caracúaro, son recibidos con aplausos por sus familiares, quienes los acompañan a la iglesia, culminando así con la peregrinación el día martes a la 4 PM. Descansan en escuela primaria del lugar donde se convive, hasta el día miércoles para ir a tomar ceniza y realizar el retorno a Nahuatzen.

B. PEREGRINACIÓN A SAN JUAN NUEVO.

Fecha de salida; 14 de septiembre

Hora; 10 de la noche.

Duración del recorrido; 12 horas.

Persona que inicio; Marín Torres Acuchi.

Cuentan con Estandarte; Si.

Se reza el novenario; Si.

Aspectos Generales:

En palabras del entrevistado, a él lo llevaron a cumplir una manda en el año de 1970. A la edad de 15 años. Los primeros años, fue con su familia, después 15 personas se integraron, en la actualidad, asciende a 100 peregrinos. Participan tanto hombres como mujeres. Se cuenta con un carguero (persona encargada, de cuidar la imagen y el estandarte por un año). Esta persona presta su casa para, los rezos, principalmente en el novenario.

C. PEREGRINACIÓN A NARANJA DE TAPIA MUNICIPIO DE ZACAPU MICH.

Fecha de salida; el 28 de febrero

Hora; a las seis de la mañana.

Duración del recorrido; 4 horas y media.

Persona que inicio; Juan Torres

Se reza el novenario; Si.

Aspectos Generales:

El entrevistado fue quien inicio la peregrinación. El carguero presta su casa para, los rezos, principalmente en el novenario. En la peregrinación participan niños, mujeres y hombres. Hacen un descanso en la Mojonera, tenencia del Municipio de Nahuatzén.

8. UNIÓN DE COMUNEROS “EMILIANO ZAPATA” DE NAHUATZEN.

Persona que se entrevisto; Julia Irepan

Fecha de la entrevista; 19 de mayo

Representante; Agustín Paleo

Reuniones; Cada ocho días.

Lugar; Col. Comunal.

Fecha de la fundación; aproximadamente en el año de 1985.

Destaca la entrevistada que el motivo de la fundación fue para adquirir terrenos, para la gente mas pobre, entrando en confrontación con la gente del pueblo en el momento que se posicionaron de los terrenos donde actualmente es la colonia comunal. Empezaron muy pocos, unos a otros se invitaron a participar. Los problemas se suscitaron de inmediato con la gente del mismo pueblo, entre pleitos y discusiones, en una ocasión accidentalmente murió una muchacha por una bala perdida.

Fueron momentos de tensión, el líder Rosendo fue encarcelado por 3 años y medio. Su lugar fue ocupado por hermano Agustín paleo (hasta la fecha).

El movimiento fue apoyado por el L. Efrén Capiz, originario y vecino del mismo lugar. Teniendo voz y voto en las asambleas e intervino en la liberación de Rosendo.

En la actualidad se reúnen cada viernes en la galera a las 5 de la tarde. Se tratan los problemas que se han venido presentando, apoyos que se están otorgando por parte del estado. Actualmente se está analizando los créditos a la vivienda, que ofrece la CONAPO y apoyo que se ha de solicitar al gobernador del estado. Uno de los motivos, es para que los nuevos matrimonios, que viven en casa de sus papas, tengan, la propia.

Comenta que las personas que han estado en las buenas y en las malas es un grupo reducido. Cuando se presentan proyectos y apoyos nuevos, la asistencia de gente es notorio., dejan de asistir cuando no hay apoyos y proyectos nuevos. En cada reunión se realiza una cooperación de 10 pesos, para viáticos de los representantes y mantenimiento de la galera. Cuando una persona se reintegra se le pide una apoyo mayor.

9. UNIÓN DE TRANSPORTISTAS DE NAHUATZÉN MICHOACÁN (2000).

Existen dos uniones de transportistas que dan el servicio de Nahuatzén a Cherán (para las demás comunidades, el servicio es proporcionado por personas de las misma comunidad). Existen problemas entre los transportistas, las combis y los taxistas. El problema se origino en 1996 cuando las tarifas de los taxistas se elevaron y para contrarrestar el cobro se puso en servicio las combis, a partir de la fecha ha permanecido rivalidad.

10. SEMANA CULTURAL, LLEVADA A CABO DEL 17 AL 23 DE AGOSTO (2002)

Persona que se entrevisto a Salvador Torres. La entrevista se llevo en la casa de la cultura. El 11 de junio del 2007.

Comenta el entrevistado la semana cultural se comenzó llevar en el 2002, con la finalidad de dar a las fiestas patronales, otra imagen e intención y rescatar la cultura del pueblo. Apoyado por el patronato de la casa de la cultura y el ayuntamiento, se presentan danzas tradicionales y grupos musicales de la región, como del estado. Se pretende que el pueblo conozca a personajes sobresalientes de la comunidad e invitarlos a que expresen su experiencia personal, como ejemplo para la gente del pueblo, en especial para la juventud, asimismo se les da la oportunidad que presenten música, poesía canto o algunas reflexiones.

Se busca conocer las principales actividades económicas del pueblo, en el pasado y actual, para que exista armonía entre la gente.

11. UNIÓN DE PROFESIONISTAS DE NAHUATZÉN MICHOACÁN.

Dejo de funcionar en el 2008 por el desinterés de los mismos, se publicaba un boletín informativo cada mes (2002).

12. CADENA PRODUCTIVA MUEBLERA DE NAHUATZÉN SA DE CV (2004).

Persona que se entrevisto Jesús Diego, integrante de la Cadena Productiva Mueblera de Nahuatzén SA de CV, Actualmente la forman 14 integrantes activos y generar 150 empleos y están en proceso para exportar.

13. PARTICIPACIÓN Y APOYO ECONÓMICO, EN LA CONSTRUCCIÓN DE LAS ESCALONES Y ÁREAS DEPORTIVAS, EN EL CERRO DEL HUACHAN.

Se construyeron 927 escalones, una cruz gigante, una cancha de Básquet bool. Bajo la supervisión del padre Francisco Martínez Gracian. Participa el pueblo en general con aportaciones económicas y faenas. Hay personas que aportaron la cantidad de \$ 10, 000 Díez mil pesos. El padre ha gestionado la donación de los terrenos y ha involucrado al gobierno municipal y estatal. Se tiene programado poner dos canchas de Fut Bool y electrificación, acondicionamiento, reforestación y soltar venados cola blanca en un futuro. Se esta haciendo lo necesario para que se declare “área natural protegida”.

14. OTORGAMIENTO DE LA PRESEA YAHUATZANI.

El evento se comenzó a realizar en el 2005, la primer presea se Tata Juan Victoriano reconocido compositor P'urhépecha, originario de la comunidad purépecha de San Lorenzo, municipio de Uruapan. La finalidad es reconocer a las personas destacas del pueblo y la región en diferentes ámbitos. En el 2006 año, se otorgue al pianista Librado Avilés, originario del Nahuatzén, además de dominar 6 idiomas. En la presentación, se hace una cena participando gente reconocida del pueblo, autoridades municipales, con la finalidad, que la gente viva en armonía.

15. UNIÓN DE LOCATARIOS DEL MERCADO LOCAL (2006).

La finalidad de la unión es que los precios por los servicios sean justos y no sea un abuso de autoridad y que los servicios proporcionados sean de calidad.

16. UNIÓN DE PRODUCTORES Y AGRICULTORES DE NAHUATZEN

La unión está formada por 3,000 campesinos y agricultores, del municipio de Nahuatzén, en unión con campesinos de Paracho y Uruapan, con un total 5,000 integrantes. El objetivo es

gestionar apoyos de materia prima, económico y técnico. En palabras de representante Ing. Rigoberto.

17. SALA DE LECTURA SALA DE LECTURA “VIAJERA”.

La sala de lectura surgió por interés de la Profesora Libier Aguilar Rodríguez, con la convicción de fomentar la lectura, en las personas de Nahuatzén. La iniciadora, logro vincularse con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la cual otorgo acervo bibliográfico, además de contar con libros donados por particulares. El programa a nivel nacional de salas de lectura funciona de la siguiente forma;

¿Cómo funciona una sala de lectura? En las salas de lectura se realizan sesiones semanales (con una duración mínima de dos horas continuas) en las que se llevan a cabo diversas actividades para facilitar que los participantes incorporen la lectura a su vida diaria, como una actividad gratificante y placentera. En ellas también se prestan los libros a domicilio, lo que permite continuar y extender los beneficios de la sala a las familias de los participantes.