



**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO**



**FACULTAD DE ECONOMIA "VASCO DE QUIROGA"**

**DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**ARTESANIAS DE EXPORTACION Y DESARROLLO LOCAL: VISTO A TRAVES DE TRES ESTUDIOS DE CASO EN CAPULA, MICHOACAN**

*TESIS*  
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
**MAESTRO EN CIENCIAS EN DESARROLLO LOCAL**

*PRESENTA:*  
**L.E. RÓMULO DUARTE DUARTE**

*DIRECTOR DE TESIS:*  
**M.C. JORGE YEVERINO JUAREZ**

*MORELIA MICHOACAN, AGOSTO DEL 2007.*

## INDICE

<b>Introducción</b>	1
<b>CAPITULO 1</b>	
<b>ANTECEDENTES DEL DESARROLLO LOCAL Y DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN CAPULA, MICHOACAN</b>	
Introducción	
1.- El enfoque del desarrollo local	5
2.- Discusión sobre el estado actual de la artesanía en México	8
2.1.- La Unidad Económica Campesina	8
3.- Antecedentes históricos y culturales de la producción artesanal en México	12
4.- La producción artesanal en el marco nacional e internacional	15
5.- La economía artesanal en el marco estatal y local	17
<b>CAPITULO 2</b>	
<b>CONTEXTUALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN CAPULA, MICHOACAN</b>	
Introducción	
1.- Evolución de la actividad productiva artesanal en Capula	20
2.- Alfarería de Capula	26
3.- Importancia económica y mercado de la producción alfarera en Capula	28
4.- Características y problemática de las unidades alfareras de Capula en el contexto actual	45
<b>CAPITULO 3</b>	
<b>ANÁLISIS Y EXPERIENCIAS DE ARTESANÍAS DE EXPORTACIÓN: VISTO A TRAVES DE TRES ESTUDIOS DE CASO EN CAPULA</b>	
Introducción	
1.- La producción artesanal de Capula como generadora de desarrollo local	51
2.- La artesanía de exportación en la micro y pequeña empresa: estudios de caso	52
2.1.- Análisis de estudios de caso	52
2.2.- Organización productiva	61
2.3.- Importancia del valor agregado en la producción artesanal	64
2.4.- Innovación y desarrollo local de las artesanías	68
2.5.- Sistema productivo local y producción artesanal	73
2.6.- Mercado y exportación	76

## **CAPITULO 4**

### **PROPUESTAS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL COMO ELEMENTO PARA EL DESARROLLO LOCAL**

Introducción	
1.- La exportación de artesanías: una estrategia desde la perspectiva del Desarrollo local	85
2.- Propuestas de políticas y mecanismos para el mayor impulso a las artesanías con potencial exportador y de desarrollo local	88
2.1.- Análisis de la política industrial cardenista aplicada en Michoacán en los ochenta como un elemento estratégico para el desarrollo local en Capula	90
2.1.1.- La importancia de la política cardenista de impulso a la artesanía michoacana	93
2.1.1.1.- Asesoría y equipamiento	96
2.1.1.2.- Diseño artesanal	98
2.1.1.3.- Apoyos crediticios	98
2.1.1.4.- Capacitación	99
2.1.1.5.- Organización artesanal	102
2.1.1.6.- Comercialización artesanal	103
3.- Propuestas para el desarrollo local de las artesanías a partir de las experiencias exitosas y el referente de la política aplicada en el periodo 1980-1986	105
3.1.- Papel de los actores locales y extra-locales en el desarrollo local de la producción artesanal en Capula	110

### **CONCLUSIONES**

117

### **BIBLIOGRAFÍA**

126

### **ANEXO**

1.- Cuestionario para estudio de caso, Unidad Económica Artesanal, Vajillas Finas "El Colibrí"	132
2.- Cuestionario para estudio de caso, Unidad Económica Artesanal, Vajillas Finas "El Nuevo Colibrí"	142
3.- Cuestionario para estudio de caso, Unidad Económica Artesanal, Artesanías Finas, Finas "Ladislao Martínez"	151
4.- Cuestionario para estudio de caso, Unidad Económica Alfarera, Alfarería "Francisca Hernández"	160
5.- Muestra de precios de productos alfareros y artesanales en	

talleres especializados (estudios de caso) y tradicionales en Capula (2007)

## **INTRODUCCION**

Michoacán, estado de gran riqueza en recursos naturales, tradiciones culturales, manifestaciones artísticas; gente con tendencia a conservar las costumbres a través del cambio enriquecido con nuevos conocimientos y experiencias.

En el ramo artesanal importantes son sus manifestaciones artísticas del cobre martillado, las lacas incrustadas, la madera tallada, las fibras naturales, los textiles y la alfarería; artesanías que reflejan la riqueza de los recursos importantes con los que cuenta el Estado.

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

Dentro de las artesanías, la alfarería ocupa un lugar destacado desde tiempos inmemoriales, la frágil permanencia de la cerámica constituye uno de los mejores testimonios de culturas antiguas ya desaparecidas.

Sin embargo al igual que el resto del sector artesanal, esta actividad sufre de atraso tecnológico, apoyo estatal insuficiente, falta de mercados, competencia extranjera desleal, así como un sin número de problemas que obligan a enfocar la atención a ésta actividad tan injustamente marginada.

La alfarería en Capula, Michoacán, al igual que otras manufacturas del Estado y del país, están viviendo una de las crisis más profundas. Sin embargo, Capula cuenta con recursos endógenos (materia prima, recursos humanos, cultura, etc) importantes para hacer de esta actividad la punta de lanza para iniciar la recuperación económica artesanal.

La recuperación económica de Capula, puede ser promovida mediante la utilización del potencial de desarrollo que existe y que aunado a una iniciativa propia se pueden emprender nuevos proyectos que permitan iniciar una nueva senda de un desarrollo mas competitivo que aumente el bienestar local mediante los recursos disponibles y la introducción de conocimientos y saberes de experiencias exitosas y propias de la localidad, con la finalidad que estas pueden ser una opción de réplica hacia el resto de los artesanos atrasados que se han quedado en la tradición.

La existencia de microempresas exitosas en Capula, pone de manifiesto que existe una oportunidad de crecimiento desde la perspectiva del desarrollo local endógeno aprovechando en este caso las experiencias exitosas de productores que han evolucionado y han emprendido procesos productivos innovativos ante los cambios en el mercado.

Esta capacidad productiva promovida con sus recursos propios, su saber hacer, su organización y sus valores pueden considerarse elementos decisivos para promover el desarrollo local en la localidad, porque se fortalece el saber hacer local, el empleo, la capacidad emprendedora y la capacidad empresarial propia.

Esta investigación pretende incorporar este saber local exitoso de talleres artesanales que ofrecen procesos productivos deferentes y competitivos hacia el resto de productores de la localidad que se han quedado estancados y en la tradición. La productividad y competitividad que los caracteriza ha hecho posible que la demanda de sus productos se centre en mercados nacionales y el de exportación.

El trabajo se ha organizado de la siguiente manera: el primer capítulo expone algunos elementos sobre el enfoque del desarrollo local que predominó hasta fines de la década de los setenta y que fue a partir de su agotamiento cuando se trasciende hacia un nuevo enfoque del desarrollo local para que respondiera a las nuevas respuestas sobre todo en espacios locales. En seguida se exponen elementos sobre el estado actual de las artesanías en México pero sobre todo su organización y el papel que juega la Unidad Económica Artesanal en el medio rural y la diferencia que existe con la empresa capitalista, así como sus aspectos históricos y culturales que han dado origen a esta importante actividad. Por ultimo, se expone la perspectiva de la producción artesanal en el marco nacional e internacional.

En el segundo, se plantean las principales características y problemática de la producción artesanal de Capula y destacando que la producción alfarera constituye su principal elemento dinamizador de la economía local. Además se destaca su grado de importancia en el ámbito local, municipal y estatal, analizando las condiciones productivas así como sus canales de comercialización que actualmente prevalecen en la localidad y los factores que amenazan el crecimiento de dicha actividad.

En el capítulo tercero, se analiza el saber local de experiencias exitosas de tres productores que han combinado su conocimiento tradicional con el conocimiento moderno y que a través de estos saberes culturales han innovado en procesos

productivos diferentes y competitivos. Estos casos exitosos en Capula, lleva a que analicemos las características diferenciales en aspectos: como su organización productiva, la innovación en sus procesos productivos, la importancia del valor agregado en la producción y las vías de comercialización. El aprovechamiento de las experiencias de productores de la localidad aunado con una política eficiente puede propiciar el inicio de un desarrollo más equilibrado y próspero para la localidad de Capula.

En el cuarto capítulo se analizan las propuestas de la producción artesanal como factor para el desarrollo local de la zona. Se sustenta que la exportación de artesanías que desde la perspectiva del desarrollo local puede ser una estrategia viable para impulsar el desarrollo local de la comunidad, aprovechando las experiencias exitosas de productores que se han atrevido a desarrollar procesos productivos más amplios y competitivos y que han salido de la localidad con el objetivo de retroalimentar su conocimiento artesanal. Por lo tanto, en este capítulo, se proponen propuestas de políticas para darle un mayor impulso a las artesanías con potencial exportador y de desarrollo local aprovechando precisamente las experiencias exitosas de productores en Capula, para que estas sean replicadas hacia el resto de los productores atrasados y marginados. La propuesta de desarrollo local para Capula, se sustenta a que con el esfuerzo de los productores, una política incluyente y con una visión de largo plazo puede alcanzarse los objetivos como elemento estratégico para el desarrollo local. En resumen, lo que se plantea en este capítulo, es el de proponer una política de desarrollo local basada en la réplica de las experiencias exitosas de productores de Capula y que esta sea dirigida específicamente por la Maestría en Desarrollo Local de la Facultad de Economía (UMSNH) y que con el esfuerzo de los productores y la institución educativa (dependencias de la Universidad Michoacana, tecnológicos, Centros de Investigación) y gubernamental participe de manera activa aportando conocimientos, recursos y participando como promotor de la actividad artesanal para atraer mercado.

En el último capítulo, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación. Aquí se abordan las reflexiones finales sobre la importancia que tiene en que las experiencias de los estudios caso analizados en Capula, sean replicadas hacia el resto de los productores tradicionales y atrasados. Además, se hace hincapié de que esta propuesta de experiencia local (estudios de caso) sea acompañada con el involucramiento de la institución educativa (Universidad, Centros de Investigación, etc.,) y gubernamental, además con la recuperación de la política industrial (artesanal) que se aplicó en los años ochenta con el gobierno de Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano por coincidir con los productores a que esta dio buenos resultados en materia artesanal.

## CAPITULO I

### ANTECEDENTES DEL DESARROLLO LOCAL Y DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL DE CAPULA

#### **Introducción.**

Debido a los cambios mundiales y a que las políticas federales han sido incapaces de dar respuesta a los problemas regionales y locales de México, en los últimos años el desarrollo local ha adquirido gran relevancia. La estabilidad macroeconómica del país no ha bastado para impulsarlo. Por un lado, un grupo de empresas bien vinculadas con el desarrollo de la tecnología de la información y el comercio mundial y con repercusiones significativas en la zona en que se ubican. Por el otro, numerosas micro y pequeñas empresas que no han logrado construir el soporte tecnológico que exige la competencia mundial, causa principal de que muchas de ellas hayan quedado relegadas de los flujos del mercado internacional. Por ello, la capacidad de este sector para generar valor agregado ha decaído en los últimos años e impedido el mejoramiento de las condiciones de vida de gran número de trabajadores que dependen de la evolución de esas compañías.

No se puede pensar en desarrollo local sin el mejoramiento de las micros, pequeñas y medianas empresas, pues se trata de un sector estratégico para el mejoramiento del mercado interno y la mejor distribución del ingreso.

El aprovechamiento de los recursos endógenos como punto de partida para originar nuevos estilos de desarrollo basados en la potencialidad de las economías locales es el complemento indispensable de las políticas nacionales de desarrollo.

El presente capítulo, empieza desarrollando elementos de lo que fue el enfoque del desarrollo tradicionalista y que predominó hasta la década de los setentas y que a partir de su crisis de funcionamiento se trasciende hacia un nuevo cambio de política con un nuevo enfoque del desarrollo "local" que diera respuesta a las diversas problemáticas mas sentidas sobre todo en las regiones y comunidades.



En seguida se expone, la discusión sobre el estado actual de la artesanía<sup>1</sup> en México, describiendo sobre todo el papel que juega la unidad campesina artesanal en el medio rural mexicano y la diferencia que existe en ella con la empresa capitalista, los factores que marcan su sobre vivencia así como la forma en que ella está organizada; elementos que son de gran utilidad para entender lo que pasa con los productores artesanales en la localidad de Capula, Michoacán.

Una vez descrito las características de la unidad campesina artesanal en México, se exponen los antecedentes históricos y culturales que han dado origen a esta importante actividad en México y Michoacán, pero sobre todo en Capula, que es nuestro campo de estudio, y para terminar, se expone la perspectiva en la que se ubica la producción artesanal en el marco nacional e internacional así como en el marco estatal y local.

## **1.- El enfoque del desarrollo local**

El modelo de desarrollo que predominó durante los años de la posguerra y que tenía como eje principal el promover y atraer la inversión exógena, dejó de ser funcional a partir de la crisis de los años setenta, ya que puso de manifiesto sus limitaciones en materia de empleo y desarrollo, no sólo en sus aspectos cuantitativos, sino mas aún, desde una perspectiva de progreso (Cabrero, 1992). Esta limitación de la política obligó a que se diera un cambio hacia una nueva política de desarrollo que valorizara el potencial endógeno y que resaltara el papel del territorio como algo más que mero soporte de actividades inconexas.

El dramático descenso de los niveles de crecimiento provocado por la crisis junto al agotamiento de los mercados de productos tradicionales, los cambios en la demanda mundial y la acelerada aparición de nuevas tecnologías y productos

---

<sup>1</sup> Los pobladores de la localidad de Capula Michoacán son conocidos desde su historia como alfareros de Capula, pero en este trabajo lo abordaremos como artesanos o artesanías de Capula debido a que la palabra alfarería queda limitada con respecto a la palabra artesanía: la primera se entiende como aquellos objetos realizados con arcilla y posteriormente cocidos en una sola cocción, y la artesanía ocupa un proceso más amplio en su producción; es decir la alfarería se diferencia de la cerámica o artesanía en que (el artesano) continúa elaborando la pieza mediante el añadido de esmaltes y otras técnicas que requieren una o mas cocciones o quemas y esto corresponde para nuestros estudios de caso especializados que estamos analizando (disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Alfarer%C3%Ada>).

hicieron que, frente a la teoría del crecimiento por el crecimiento que caracterizaba la etapa anterior, se aumentara también la preocupación por los recursos naturales, la mejora del medio ambiente y en general todos aquellos aspectos relacionados con la calidad de vida.

El agotamiento del funcionamiento de la política tradicionalista y el principio de otra, derivó en que el desarrollo endógeno jugara un papel central en el desarrollo.

Según el ILPES, en un primer momento, las respuestas a la crisis tuvieron un carácter eminentemente nacional debido al profundo desequilibrio que ésta generó en los grandes indicadores macroeconómicos, pero más tarde empezaron a considerarse también las consecuencias de la misma para los niveles subnacionales (local, regional) donde la falta de recursos, el desempleo, la dificultad de adaptación y la mayor cercanía del problema hicieron que estas repercusiones fueran mas intensas y sentidas ( ILPES, 1994; p. 10).

El cambio de la estrategia de desarrollo que se había impuesto hasta a mediados de los setentas, se debió también a la observación de que los impactos negativos de la crisis rebasaban las posibilidades de unas políticas macroeconómicas diseñadas desde el centro y que resultaron poco efectivas para resolver la problemática del estancamiento, des-industrialización y contención de desempleo de las diferentes zonas (Rodríguez, A. y Virizuela, M., 1998).

Fue a partir de este momento cuando se transformaron los planteamientos básicos, dando lugar a un nuevo enfoque del desarrollo "local" y que permitió redescubrir y desarrollar las potencialidades contenidas en el tejido económico y social local para darles un nuevo y positivo giro. La aplicación de estas políticas más específicas (en su diseño y aplicación) y que se han dado como ejemplos europeos en España e Italia<sup>2</sup> llevó a una participación imprescindible de los

---

<sup>2</sup> CEPAL/GTZ. 2001. "Nuevos conceptos de la política regional de desarrollo. Aportes para la discusión Latinoamericana", Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: análisis comparativo. Proyecto regional de desarrollo económico local y descentralización. CEPAL/GTZ. Chile. Pp. 47-68. (22).

agentes locales (tanto de carácter público como privado), dado que son los que más conocen las características de la problemática concreta que afecta a cada zona. Por lo tanto, estas iniciativas locales juegan un papel de suma importancia, ya que movilizaron el potencial existente y estimularon una mayor participación en el progreso comunitario. De este modo, no se enfoca como una alternativa sino como un complemento necesario a las otras políticas de desarrollos regionales y nacionales que por su lejanía o por la necesidad de atender problemas más urgentes de carácter macroeconómico no resultan lo eficaces que deberían ser en el nivel local.

Esta nueva estrategia “desde abajo”<sup>3</sup> tiene su origen en la década de los setenta, pero fue en los ochenta cuando los procesos de descentralización y desarrollo local adquirieron mas importancia y cuando la estrategia “oculta” del desarrollo endógeno se ha ido transformando en una estrategia activa de desarrollo local a medida que los gobiernos locales, democráticamente elegidos, han ido incorporando a sus funciones el diseño y ejecución de políticas a largo plazo para resolver problemas locales y defenderse de los cambios producidos por la globalización.

Bajo este contexto, la aplicación de esta nueva política de desarrollo local endógeno no surge pues como fruto del cambio de estrategia de los Estados nacionales, sino como consecuencia de que algunos gobiernos locales/regionales deciden intervenir en su definición y ejecución en un momento en que las condiciones institucionales y económicas han cambiado de manera radical.

---

<sup>3</sup> Esto coincide a la propuesta de la necesidad de impulsar un proyecto alternativo de desarrollo que va de lo local, pasando por lo regional y nacional, a lo universal, rescatando su memoria, los proyectos y las experiencias de los ciudadanos, pueblos y trabajadores, sus formas específicas de luchar por objetivos democráticos, nacionales, laborales, etc., en las distintas partes del mundo, por la intimidad de las culturas, clases y organizaciones en que se mueven (Pablo González Casanova: 228, 2004).

## **2.- Discusión sobre el estado actual de la artesanía en México.**

### **2.1.-La Unidad Económica Campesina.**

Las políticas institucionales implementadas por el Estado han tenido un peso específico en el medio rural y en los últimos años se ha hecho cada vez más amplia e intensa. Sin embargo, la presencia creciente de las instituciones oficiales en el ámbito rural y en las artesanías no ha sido acompañado de una eficacia en sus acciones.

Es importante mencionar que el sector artesanal tiene mucha relación con el sector agropecuario dado que la mayoría de las Unidades Artesanales trabaja con las mismas características y condiciones en áreas rurales, conviviendo así el sector alfarero con las actividades agropecuarias.

Los tropiezos de la política gubernamental en este campo deben atribuirse a las contradicciones existentes entre los intereses de la enorme mayoría del campesinado y las necesidades socioeconómicas del sistema dominante que se expresan en la política oficial en el medio rural. Esta ineficacia de los programas gubernamentales pone también de manifiesto la debilidad y el carácter ideológico del instrumental con el que se implementan. Esta práctica institucional aplicada en el campo mexicano y de la misma forma para el caso de artesanías está presidida por la concepción de que la unidad económica campesina funciona con la lógica de la empresa capitalista (Bartra: 13, 1982), aunque este mismo autor describe que la unidad campesina tiene rasgos distintos a los de una empresa capitalista, dado que la unidad económica campesina se rige por sus propias normas y reglas. Ciertamente el "status" jurídico de la unidad económica campesina de producción y particularmente de la economía ejidal y comunal es básicamente distinto al de la empresa capitalista privada, sin embargo, es evidente que el marco legal al que teóricamente debe sujetarse la unidad campesina no constituye, ni mucho menos, un modelo de su comportamiento socioeconómico. Esta yuxtaposición conduce a tratar a la unidad campesina como una empresa capitalista imperfecta, o en una perspectiva más benevolente, como una empresa capitalista en potencia.

En un enfoque marxista, la naturaleza del campesino es concebido atendiendo a las condiciones de producción y reproducción económica y a las relaciones sociales por ella constituidas, ubicando esta forma específica de producción y sus relaciones sociales en el contexto de la producción y reproducción del sistema en su conjunto que preside la lógica del modo de producción dominante. Por lo que en este sentido, la producción campesina, es abordada en el contexto de la dominación del modo de producción capitalista. Por lo tanto, definir a la producción campesina como "mercantil simple", es poner de manifiesto, ante todo, sus rasgos comunes con la empresa capitalista así como los elementos sustanciales a este modo de producción de los que carece. Este concepto de producción mercantil simple es desarrollado por Marx no como una teoría de un modo de producción distinto al capitalista, sino fundamentalmente como una primera aproximación lógica a la teoría de este modo de producción. Este concepto aparece con Marx, como un elemento con menos determinaciones que el de "producción capitalista", es decir, como un concepto aún abstracto pero ya suficiente para esclarecer la naturaleza del valor.

Por lo tanto, al afirmar que la producción campesina es simplemente mercantil avanzamos en la comprensión de esta forma de producción pero no tenemos aún su concepto. Esta economía simple y no capitalista debe operar en base a una racionalidad propia y tal racionalidad no contenida en el concepto de "mercantil simple" y debe ser explicitada en una forma positiva. En este sentido, la producción campesina que nos interesa se encuentra inmersa en el capitalismo y es a través de este que cobra un carácter social al incorporarse las mercancías de origen campesino al mercado, y al confluir el excedente que contienen con la plusvalía en el proceso capitalista de acumulación. Ahora bien, es claro que la economía campesina es socializada por la racionalidad del modo de producción que la subsume, debemos admitir que no constituye por sí misma un "modo de producción social", es decir, un modo de producción en el sentido estricto, en realidad los límites de la racionalidad campesina como distinta a la lógica capitalista, están constituidos, por lo menos en México, por la unidad de producción familiar y esta unidad de producción puede presentar formas

específicas, pero estas formas de ninguna manera constituyen un modo peculiar de producción social.

Por lo tanto, la unidad económica campesina es aquella que encontramos con mucha frecuencia en el medio rural mexicano. La gran mayoría de estas desarrollan una producción en alguna medida mercantil sin abandonar el autoconsumo y se basan en la fuerza de trabajo familiar aunque en muchos casos recurren al auxilio eventual de mano de obra asalariada, por lo que la familia sigue siendo la unidad básica de reproducción conservando su propia racionalidad interna. Sus miembros complementan su labor combinando sus actividades de agricultura con otras actividades como las artesanales y vendiendo en ocasiones su fuerza de trabajo para complementar sus ingresos, por lo que sus actividad productiva está orientada a satisfacer sus propias necesidades de consumo. Así, el campesino produce para el mercado, el acto de vender es un medio que le permite, a su vez, comprar los elementos necesarios para su supervivencia. Por todo ello, es evidente que la unidad socioeconómica campesina es una unidad económica mercantil, sin embargo no lo es con la misma radicalidad con que es mercantil la empresa capitalista (Bartra: 29, 1982).

En conclusión, la unidad socioeconómica campesina se basa sustancialmente en el trabajo propio, por tanto su fuerza de trabajo constituye una magnitud mas o menos rígida a la que, de no existir otros factores limitantes, tenderá a adaptarse a la escala de la actividad económica. Entonces, el lugar que ocupa la fuerza de trabajo de unidad campesina es entonces completamente distinto al que tiene la empresa capitalista que adquiere magnitudes flexibles de fuerza de trabajo en función de las necesidades económicas de la producción. En este sentido la unidad socioeconómica campesina se distingue radicalmente de la empresa capitalista; aunque el proceso de trabajo en el que está funda su actividad económica es a la vez un proceso de producción de bienes que serán vendidos total o parcialmente, no es en modo alguno o por sí mismo un proceso de valorización y acumulación.

Para la unidad socioeconómica campesina a diferencia de una empresa capitalista, la fuerza de trabajo no es una mercancía que se haya adquirido para

su íntegro consumo productivo. Para la empresa capitalista el tiempo de trabajo contratado a cambio del salario está definido cuantitativamente por las necesidades técnicas y económicas de la producción y el consumo incompleto de dicha mercancía es incompatible con su racionalidad; y en realidad la unidad campesina siempre toma sus decisiones en base a una evaluación combinada de trabajo y consumo. En este sentido, el campesino busca reproducir sus condiciones vitales por lo que en el mismo proceso de producción se ve obligado a transferir su excedente aunque el mismo sigue conservando el control de su proceso de producción. Sin embargo, es claro que el campesino está sometido a la lógica de la reproducción del capital global, pero sigue conservando un control relativo de su proceso inmediato de producción y que es la clave de una aparente contradicción: dentro de una formación social capitalista pueden existir, sin constituir otro modo de producción, unidades socioeconómicas perfectamente integradas a la lógica acumulativa del capital global, pero que reproducen en su interior una racionalidad teleo-lógicamente distinta, presidida por el objetivo de garantizar su consumo vital y en general reproducir las condiciones de su existencia socioeconómica (Bartra:44, 1982).

Así, la racionalidad de una economía campesina inmersa en un sistema hostil, la finalidad de garantizar el sustento de sus miembros de la familia no está mediada por los intereses de la sociedad en su conjunto, el todo social se le impone a través del mercado como un eslabón inevitable pero externo y ajeno. En esencia, la unidad campesina no produce para vender sino que produce y vende para poder comprar los medios de vida o de producción que no es capaz de producir por su propia cuenta.

Por otra parte, en un mercado nacional donde recurren las empresas de carácter capitalista, los mecanismos estabilizadores que garantizan una cierta igualdad de condiciones para las diferentes ramas y empresas que participan en el intercambio operan de manera muy diferente: cuando la unidad campesina se ve obligada a recurrir al mercado nacional capitalista, esta se enfrenta a una situación de asimetría cualitativa y en condiciones perpetuas de inferioridad (intercambio desigual). Esta transferencia puede cobrar formas distintas

dependiendo de los factores que intervienen en el intercambio: el campesino transfiere a través del mercado de productos, a través del mercado de dinero y a través del mercado de trabajo (Bartra: 50, 1982).

Así pues, siendo el trabajo y el consumo los factores clave en la dinámica interna de la unidad socioeconómica campesina, es precisamente donde radica la racionalidad del campesinado y que más allá de buscar la simple supervivencia, busca la consecución de lo que podemos llamar un relativo “bienestar”, es decir, como lo dice Chayanov, la unidad socioeconómica establece un equilibrio entre la magnitud del trabajo invertido y la cantidad de necesidades satisfechas evaluando los efectos de uno y otro factor sobre el bienestar familiar.

Por último, es importante recalcar, que la unidad socioeconómica campesina tiene una racionalidad distinta a la empresa con carácter capitalista, dado su forma de pensar, de reproducirse, su lógica de resistencia, sus reglas, de sus diferentes características y problemática interna, la cual nos lleva a descubrir que la unidad campesina se encuentra inmersa en una mera complejidad dado el contexto donde se integra. Esta complejidad que encontramos tiene que ver mucho a su cultura, su identidad, a su capital social<sup>4</sup>, a su trabajo familiar como unidad familiar y donde íntimamente ellos toman sus propias decisiones y donde se aprecia que la familia es el motor del desarrollo artesanal y campesino.

### **3.- Antecedentes históricos y culturales de la producción artesanal en México.**

Los orígenes de la actividad alfarera en nuestro país se remontan a la época precolombina, cuando varias de las culturas de esa época alcanzaron gran maestría en la elaboración de piezas de cerámica.

Se puede decir que México tiene una gran tradición alfarera de milenios. Esta parte de la cultura material la encontramos ricamente desarrollada desde la

---

<sup>4</sup> Por capital social a veces se habla de él como sinónimo de capacidad de cooperación, de confianza, conciencia cívica, algo que se aproxima a una forma particular de cultura local y puede considerarse como el conjunto de las relaciones sociales de las que en un determinado momento dispone un sujeto individual o colectivo y que permite a los actores realizar objetivos que de otro modo no serían alcanzables, o lo serían pero con costos mucho más altos (Triguilla: 123, 2003).



época prehispánica hasta nuestros días, en un dilatado universo de formas, técnicas y decoraciones. Así, la cerámica en nuestro país es un indicador de su historia.

Según Kalpan, las formas básicas de la alfarería en México y Mesoamérica, aparecieron en el valle de Tehuacan entre el año 2,300 y 2,000 a.C (Campos, 1997).

Los españoles a su llegada a México introdujeron importantes innovaciones tecnológicas entre las que destaca el uso de la greta, así como el uso del torno, aunque la organización de los talleres y la manera de elaborar el trabajo artesanal sigue siendo fundamentalmente indígena.

En Michoacán esta actividad tiene sus orígenes en el 2,000 a. C con la cultura Chupícuaro, principalmente, teniendo su apogeo en el periodo 400 a.C y 200 d. C.

En este sentido, Michoacán tiene una historia cultural que resalta en el medio nacional por su importante actividad artesanal en muchos de sus municipios y localidades.

Michoacán es el tercer estado del país en importancia en cuanto a producción alfarera se refiere. Cuenta con mano de obra capacitada y a la vez experimentada a sí como los insumos necesarios para el proceso productivo de la actividad, pero este potencial desafortunadamente ha sido desaprovechado, dado que la gran mayoría de los artesanos de la localidad de Capula viven en condiciones de pobreza y atraso (ver capítulo II).

Así, Michoacán tiene muchos artesanos con un alto potencial productivo y que se refleja en sus manos por su sabiduría y habilidad para elaborar productos que los hace ser únicos y que son apreciados y demandados no solo en el mercado nacional sino que también en el internacional (caso de Alemania, Reino Unido, Canadá, Corea, Japón, Estados Unidos, entre otros<sup>5</sup>).

Siendo este un Estado culturalmente rico y con alto potencial productivo, la localidad de Capula Michoacán es parte también de esta historia cultural.

---

<sup>5</sup> José Ibarra González y Isidoro Nambo César Augusto, en: Proyecto de Inversión para la Exportación de Vajillas de Cerámica, de la Localidad de Capula, Michoacán. Escuela de Economía, UMSNH. Morelia Michoacán, diciembre de 1999.

La palabra “Capula” pertenece al idioma mexicano y significa “lugar de capulines”. Para hablar de Capula es necesario hablar de ollas y cazuelas. Capula se escribe con “C” de cántaro, de cazuela, de comal, y lo más importante, de cerámica. Los pocos escritores que han escrito sobre Capula se han limitado a decir que es un pueblo tan antiguo que existía desde antes de la conquista por parte de los españoles, más Capula existía desde antes de la conquista por parte de los p’urhépechas o tarascos, posiblemente a medio reinado de Tariácuri entre 1350 a 1375, ya que según la historia dice que Tariácuri murió por el año de 1400 (Tapia, 2001).



A la llegada de los españoles la tribu nahuatlaca del pueblo de Capula tenía entre ciento cincuenta a ciento setenta años de haber sido conquistada por los tarascos durante el reinado del rey Tariácuri.

Con la llegada de Tata Vasco a territorio michoacano, este vino a darle un poco de alivio al pueblo de Capula, ya que este se había visto sometido por los españoles, aunque a pesar de la presencia del gran Tata Vasco la explotación en el pueblo de Capula siguió adelante.

A la llegada del Tata Vasco a Michoacán, los indígenas en Capula ya elaboraban preciosas piezas de barro ayudándoles a refinar y a pulir sus piezas en la industria de la alfarería.

Es importante mencionar que la alfarería para el caso de Capula a la llegada de los españoles, la cerámica fue perdiendo poco a poco las técnicas prehispánicas, para dedicarse a producir solamente ollas, cazuelas, molcajetes, cántaros y comales ya que los españoles traían la técnica del vidriado.

Estos testimonios nos sirven para dar referencia que la alfarería en Capula data desde la época prehispánica. Ello hace constatar que la actividad de los habitantes de Capula desde la historia ha sido precisamente la producción de artesanías, dado que emplea un importante número de personas en esta

actividad y como lo dice el autor (Tapia, 2001), *“traen el barro adentro de las uñas”*.

#### **4.- La producción artesanal en el marco nacional e internacional.**

A pesar de que la producción artesanal o alfarera es muy apreciada en México y en otros países del mundo, los productores artesanales en los últimos años han venido experimentando un proceso de deterioro en sus condiciones de vida.

De acuerdo con datos publicados por el Banco Mundial (Ramírez, 2003. pág. 309), México ocupó el décimo lugar en términos de Producto Interno Bruto (PIB) con 637 205 millones de dólares, por debajo de los cinco países más importantes de Europa, Estados Unidos, Japón, China y Canadá. En este sentido, México está a un paso de superar a España (649, 792 millones de dólares) y sigue de cerca de Canadá (715 692 millones de dólares). Según la Organización de Comercio de México ocupó en el 2001 el duodécimo lugar mundial por conducto de sus exportaciones (158,500 millones de dólares. Ello se debe, a la existencia de 2.8 millones de unidades empresariales (entre ellas las unidades artesanales) según el censo económico de 1999 (INEGI) y que en la actualidad deben de ser ya más de tres millones. Del total, 99.7% son MIPYMES: 95.7% son micros, 3.1% pequeñas y 0.9% medianas que por definición ocupan de 1 a 500 trabajadores. En conjunto dan cuenta de 42% del PIB y 64% del empleo nacional.

A casi 20 años de haberse iniciado la apertura comercial, los productores artesanales se enfrentan a una extraordinaria paradoja: es grande en el concierto internacional, pero chico en su interior, caracterizado por una estructura económica que se basa sobre todo en las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYME), de cuya productividad y eficiencia depende de gran medida la evolución económica. A pesar de su relevante papel, el sector de las MPYMES y en especial el de artesanías, carece de una política industrial específica que permita financiar sus inversiones y su capital de trabajo.

En efecto, esto se debe en gran medida, a que desde principios de los ochentas México optó por una estrategia de largo plazo basado en la industrialización orientada a las exportaciones en el marco de la mundialización de la economía<sup>6</sup>, que implicó la reducción significativa de la participación estatal y el impulso de la actividad privada en lo que se denomina lo que ya conocemos como el modelo neoliberal. Los elementos fundamentales de esta estrategia fueron la adhesión de México al famoso GATT en 1986 (hoy OMC) y la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte firmado en 1994. Como resultado de esta política, según la Organización Mundial de Comercio (OMC), las exportaciones crecieron 19% en promedio anual de 1988 a 2001 y se elevaron como proporción del PIB de 15% a 30%.

En este modelo de crecimiento, a pesar de los avances señalados, se generaron limitaciones estructurales en varios órdenes, como la polarización territorial y sectorial de los beneficios. Un ejemplo de ello, es que la base exportadora se incrementó sobre todo por la acción de unas 380 empresas exportadoras y 3500 maquiladoras. En 2001 a las empresas grandes correspondió 89% del valor de las exportaciones y a las Pymes solo 11%. Este dato, es de suma importancia para analizar lo que sucede con el sector artesanal en México, ya que los apoyos destinados a este no han sido suficientes para impulsar el gran potencial que muestra la actividad.

En este contexto, el sector artesanal en México se ha visto obligado a enfrentar la competencia de las importaciones a precios más bajos, sobre todo esto se observa en los últimos años a medida que avanza el periodo de transición del TLCAN. Así según datos del Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), de 2001 a 2002 el número de pequeñas empresas exportadores registradas se

---

<sup>6</sup> La mundialización de la economía lleva a que ningún pueblo puede hallar su salud separándose de otros o salvarse juntos o desaparecer juntos. La brecha entre el Norte y Sur se hace aún mas abismal y el enriquecimiento de una pequeña élite conectada al poder eco-tecno-científico conlleva al empobrecimiento acrecentado de la mayor parte de la población mundial (Alfonso Ibáñez: 244, 2000).

redujo de 30,987 a 28,410 y las medianas lo hicieron de 2,054 a 1,928. Este sector representa 90% de los exportadores mexicanos.

Algunos autores como Alejandro Mungaray Lagarda, (1997), hacen hincapié en la necesidad de formular una política de organización industrial para la pequeña y mediana empresa que institucionalice las redes a partir de una perspectiva regional/local y tome como punto de apoyo la subcontratación de la Pyme con las grandes empresas. Con ellos se lograría el compartimiento de experiencias, transferir tecnología y aprovechar el dinamismo de los mercados para abrir oportunidades de ingreso a otras empresas, lo cual llevaría a generar importantes efectos multiplicadores, como el los países desarrollados de Europa y en Estados Unidos.

Bajo esta perspectiva, es muy claro que el sector artesanal está viviendo una de sus más agudas crisis de los últimos años, ya que la parte gubernamental e institucional se ha olvidado de este importante sector productivo que sin duda genera un importante número de empleos. Un ejemplo de ello, lo constatamos que durante 2002 y 2003 las Pymes se convirtieron en una parte importante del discurso oficial del nuevo gobierno, pero en el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, no se expresa de manera explícita una política industrial más específica en lo sectorial y lo regional ni mucho menos a nivel local. Solo plantea programas que parecen no tener una articulación en un gran modelo nacional de impulso industrial, como las alianzas productivas, los agrupamientos industriales, las cadenas productivas, el desarrollo de proveedores, las empresas integradoras y los parques industriales.

##### **5.- La economía artesanal en el marco estatal y local**

La problemática que se observa y que se vive con los productores artesanales michoacanos coincide verdaderamente a lo que sucede a nivel nacional. A pesar de que la producción alfarera es muy apreciada en México y en el extranjero por su gran variedad de objetos artesanales, los productores michoacanos y de

Capula han venido experimentando un grave deterioro en sus condiciones de vida en los últimos 20 años.

Ante este proceso de deterioro, es importante mencionar que la economía mexicana se encuentra inmersa en un proceso creciente de la globalización<sup>7</sup> aunado de una formación de bloques económicos de grandes magnitudes que sin duda hemos venido enfrentando.

A partir de 1986, México con su entrada al GATT comenzó a abrir sus puertas al mercado internacional, esta situación se reforzó con el TLC (Tratado de Libre Comercio) firmado por Canadá y Estados Unidos, con ello se integró al mercado más grande con fuertes características de competitividad (García, 1997).

Dentro de este contexto internacional, la crisis suscitada en 1994 vino a agudizar la situación en todos los sectores de la economía del país. Uno de los sectores más golpeados por este suceso ha sido el sector agropecuario. Este sector, ha tenido grandes problemas ya que ha perdido apoyo y crecimiento desde hace más de 20 años.

Esta situación es importante mencionarla porque este tiene mucha relación con el sector artesanal y alfarero principalmente, es una industria que trabaja con las mismas características y condiciones del sector agropecuario, pues la mayoría de los talleres artesanales trabajan en Unidades Artesanales precisamente en el sector rural, conviviendo así el sector alfarero con las actividades agropecuarias (García, 1997).

Esta situación coincide con la actividad que realizan los productores artesanales de Capula, dado que la producción alfarera se ve complementada por la actividad agrícola para de alguna manera incrementar el ingreso de su economía.

Por lo tanto, así como el sector agropecuario ha sufrido de apoyo financiero para desarrollar su producción, lo mismo le ha pasado a la actividad artesanal.

---

<sup>7</sup> La agresiva globalización neoliberal, con sus políticas homogeneizantes que implanta por todas partes, provoca la fragmentación de las identidades culturales y el repliegue defensivo en los fundamentalismos nacionalistas e integrismos políticos y religiosos (Alfonso Ibáñez: 245, 2000).

El sector alfarero con la apertura comercial que sin duda exige competitividad, ha dejado en gran desventaja a los productos artesanales en el medio internacional, por ello se hace necesaria de una buena política de crecimiento como alternativa de desarrollo para superar esta situación tan desfavorable. La nueva política que deba de implementarse debe de realizarse sin perder las características culturales que sin duda es lo más valioso y lo que les da el mayor valor a los productos artesanales.

## **CAPITULO II**

### **CONTEXTUALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN CAPULA, MICHOACÁN.**

#### **Introducción.**

En México no existe una estadística confiable sobre la cantidad de artesanos que existen a lo largo y ancho del país, ni mucho menos se conocen cifras relacionadas con las características productivas que este importante sector genera. Lo que si se sabe es que existen centenas de comunidades que se dedican a esta importante actividad.

Así, este segundo capítulo, empieza describiendo algunas de las características principales de la producción artesanal en México, en Michoacán pero sobre todo en Capula que es donde se centra esta investigación. Aquí se analizan los datos obtenidos en el reciente Censo Artesanal (2005) editado por la Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado Michoacán.

Este análisis permite ubicar a la localidad de Capula su situación actual en la que viven los artesanos. Se destaca que Capula, es una de las localidades importantes en cuanto a producción de artesanías dado que su población económicamente Activa (PEA) se ocupa precisamente en esta actividad combinándola con la de la agricultura.

Por ello, en este capítulo, se analiza su actividad como el elemento dinamizador de la economía, destacando su importancia económica en el ámbito local principalmente, además las condiciones productivas, los canales de comercialización que actualmente prevalecen en la localidad así como los factores que amenazan el crecimiento de dicha actividad.

#### **1.- Evolución de la actividad artesanal en Capula.**

En México no existe una estadística certera de la cantidad de artesanos que existen en las comunidades de todo el territorio nacional, ni mucho menos existen cifras relacionadas con las características productivas que este importante



sector genera como parte de la actividad económica. Según Silvia Rendón (1977) cita dos fuentes que proporcionan cifras bastante diferentes entre sí: una es de 100,000 individuos y la otra de 500,000 individuos con ingresos adicionales por producción de alfarerías.

La misma autora considera que estos alfareros pobres son menos que los ricos, pero aclara que sería necesario un muestreo de mercados claves para poder determinar aproximadamente cual es la proporción de los pobres, los ricos, niveles de ingresos, etc. Un ejemplo de ello, menciona que "en el mercado de Sonora, se considera que para la fiesta de navidad la ganancia libre de gastos para cada familia es de unos cinco mil pesos de 1977. Estas familias son del tipo agricultor alfarero y en ellas los niños pequeños forman figuras de pollitos, palomas, perros etcétera, en los meses anteriores a la navidad, figuras que son afinadas y terminadas por los niños mayores, acumulándose material de grandes y chicos hasta que llega la época de venta. La ganancia de los alfareros que tienen talleres instalados se calcula en alrededor de los quince mil pesos (pesos corrientes de 1970) o más en esta ocasión y lugar. La mayor ganancia, sin embargo, la lleva el comprador de alfarería (intermediario) en centros de embodegamiento conocidos; cerca del Distrito Federal en el Estado de México, el valor de la mercancía adquirida para la reventa alcanza millones de pesos. En tiempo de seca, flotas de camiones durante todo el día sacan sin cesar mercancía para ser entregada a distribuidores especializados, quienes a su vez la envían a toda la república y fuera de sus límites. Sin embargo esos comerciantes saben cómo hacerlo, mientras que un alfarero sencillo, no podría ni imaginarlo, dejando de lado las dificultades de producción en cantidad y el traslado".

En este sentido, la exportación de alfarerías en el año de 1970 fue de 4 millones de pesos (la mayor parte de alfarería vidriada) a Estados Unidos. Pero se considera que esta actividad podría ser duplicada (reactivada) si se organiza la producción alfarera en el nivel nacional.

Por lo tanto, son varios los Estados que son importantes y ricos en producción alfarera. Michoacán ocupa el tercer lugar en importancia económica dado su producción y número de artesanos después de Oaxaca y Puebla, y le siguen

Jalisco y Estado de México. En Michoacán se produce la cerámica vidriada y esta la encontramos precisamente en la Localidad de Capula. Esta localidad se caracteriza por ser un importante centro productor de vajillas, macetas y otras formas para uso doméstico, decoradas con grecas y motivos florales o animales. Según Martínez Peñaloza (1972), estima que a nivel nacional había 3,800 familias productoras de alfarería y precisamente cita a Michoacán como uno de los Estados más portantes en el ramo (ver Cuadro 1).

<b>Cuadro 1. Número de familias productoras de Alfarería en México, (1972)</b>	
<b>Estados</b>	<b>Familias</b>
Aguascalientes	30
Guanajuato	200
Hidalgo	30
Jalisco	600
México	2000
<b>Michoacán</b>	<b>300</b>
Oaxaca	400
Puebla	200
Otros Estados	40
<b>Fuente:</b> Porfirio Martínez Peñaloza (1972), en: Arte Popular y Artesanías Artísticas en México. Un acercamiento. Segunda Edición. SEP. Consejo Nacional de Fomento Educativo. México, D.F.	

Sin embargo, Rubín de la Borbolla (1964) y sus colaboradores hicieron una investigación que está inédita, en que se estima que en 1958 existían, fuera de la ciudad de México y el Distrito Federal, 650 centros alfareros en 14 estados de la república (ver cuadro 2).

<b>Cuadro 2.- Principales Centros Alfareros de México, (1958).</b>	
<b>Entidad</b>	<b>Centros productores</b>
<b>Michoacán</b>	<b>110</b>
Oaxaca	100
Jalisco	90
Estado de México	60
Puebla	60
Guanajuato	40
Guerrero	40
Veracruz	40
Hidalgo	20
San Luis Potosí	20
Zacatecas	20
Aguascalientes	20
Chiapas	20
Tlaxcala	10
	<b>Total 650</b>
<b>Fuente:</b> Porfirio Martínez Peñaloza (1972), en: Arte Popular y Artesanías Artísticas en México. Un acercamiento. Segunda Edición. SEP. Consejo Nacional de Fomento Educativo. México, D.F.	

De acuerdo a estos datos, Michoacán y Oaxaca son los principales productores alfareros se mantienen a la cabeza por el volumen de su producción<sup>8</sup> y que, aproximadamente se cree que estos estados en la actualidad se han mantenido con el mismo número de centros productores. Es importante mencionar, que para el caso de la alfarería, en las últimas décadas (fines del siglo XX) la producción se ha diversificado con la aparición de centros productores de cerámica de alta temperatura (stoneware), ya sea en localidades con tradición alfarera como Tlaquepaque y Tonalá, o sin aquel precedente, como Morelia.

<sup>8</sup> Ver Porfirio Martínez Peñaloza (1972), en: Arte Popular y Artesanías Artísticas en México. Un acercamiento. Segunda Edición. SEP. Consejo Nacional de Fomento Educativo. México, D.F.

Para el caso de Michoacán y de Capula, sucede exactamente a lo que se observa a nivel nacional, no existe información estadística relacionada con la producción artesanal. El gobierno del Estado a través de la Casa de Artesanías cuenta con escasa información relacionada con los artesanos michoacanos y sus localidades. En este sentido, el Estado no ha sido capaz de coordinarse y de establecer un convenio con el Instituto Nacional de Geografía e Informática (INEGI) para elaborar un censo artesanal por localidades el cual llevaría a identificar la verdadera problemática con la que viven miles de artesanos en diferentes localidades.

Recientemente el Departamento de Capacitación la Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán (2005), ha elaborado un censo artesanal en la localidad de Capula con el fin de identificar las principales características y problemática en que viven decenas de artesanos. Los aspectos relacionados con este censo tienen que ver con elementos económicos, demográficos, educativos y de mercado. En este sentido, es importante mencionar que estos datos del censo no han sido sistematizados de la encuesta aplicada y ante la importancia de esta información este censo tuvo que ser procesado y sistematizado (sólo en bruto) dado que fue elaborado en diciembre del 2005 y ante la relevancia de los datos, esta información fue sistematizada por mi propia cuenta para realizar el análisis de la información.

Los datos que nos presenta este censo son de suma importancia para conocer lo que recientemente impera en la localidad de Capula y nos muestra que actualmente existen 339 talleres artesanales de los cuales la gran mayoría de ellos viven en condiciones de pobreza debido sobre todo al escaso apoyo gubernamental para el desarrollo de su actividad (ver cuadro 3). Un dato importante de las características de los talleres se tiene es que el 90% de estos están techados con lámina de cartón y solo el 5.5% son de madera y teja. En el renglón de las paredes del taller, se constata que mas del 36% son todavía de adobe, 16.3% de madera, 15.3% de lámina de cartón y solo una quinta parte (23.5%) del total de los talleres las paredes son de tabique. Más del 70% del total de los talleres su piso todavía es de tierra y 19.2% solo son de cemento (ver

cuadro 3). Estas cifras que caracterizan la naturaleza física de los talleres, y se manifiestan que la gran mayoría de estos viven en la precariedad de la infraestructura y la tecnología, elementos que sin duda dificultan notablemente en el desarrollo de la producción de la artesanía.

<b>Cuadro 3.- Número de talleres artesanales de Capula y sus principales características</b>		
<b>No. de talleres</b>	<b>339</b>	<b>100%</b>
<b>Material del techo del taller</b>		
Loza de concreto	9	2.9%
Madera y teja	17	5.5%
Lámina de cartón	279	90.0%
Lámina de asbesto	5	1.6%
No especificado	29	9.3%
<b>No. de talleres</b>	<b>339</b>	<b>100%</b>
<b>Material de las paredes del taller</b>		
De tabique	80	23.5%
De madera	55	16.3%
De lámina de cartón	52	15.3%
De adobe	123	36.3%
No especificado	29	8.5%
<b>No. de talleres</b>	<b>339</b>	<b>100%</b>
<b>Material del piso del taller</b>		
De cemento	65	19.2%
De tierra	238	70.2%
Otro	9	2.6%
No especificado	29	8.5%
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base al censo bruto. Casa de las Artesanías, 2005.		

Un dato importante de las características de los talleres se tiene que el 90% de estos están techados con lámina de cartón y el 5.5% de madera y teja. En el renglón de las paredes del taller, se constata que mas del 36% son todavía de adobe, 16.3% de madera, 15.3% de lámina de cartón y solo una quinta parte (23.5%) del total de los talleres las paredes son de tabique. Más del 70% del total de los talleres su piso todavía es de tierra y 19.2% solo son de cemento. Estas cifras que caracterizan la naturaleza física de los talleres, y se manifiestan que la gran mayoría de estos viven en la precariedad de la infraestructura y la tecnología, elementos que sin duda dificultan notablemente en el desarrollo de la producción de la artesanal.

## **2.- Alfarería de Capula**

En México desde los tiempos más remotos, la alfarería ha tenido manifestaciones de gran interés desde el punto de vista de la utilidad doméstica y del arte, lo cual hace de ella la primera entre las artes populares desde el punto de vista productivo y comercial (Murillo, 1980. p. 53. citado por: Ramiro Campos, 1997).

La alfarería se practica en todos los estados del país y Michoacán ocupa el tercer lugar en importancia productiva (Ayala. 1994. p., 2).

La alfarería en Capula responde a cuestiones de carácter económico, cultural y ecológico, y es el recurso local viable más importante para estimular la economía de la localidad. Por lo tanto, Capula "Lugar de Capulines" es un pueblo



alfarero de aproximadamente de 4560 habitantes (INEGI, 2000), se localiza al oeste del municipio de Morelia, aproximadamente a 20 minutos de la Capital del estado en las coordenadas 19° 40' 30" de latitud norte y 101° 23' 50" de longitud oeste, a una altura de 2,100 metros sobre el nivel del mar. Tiene clima

templado sub-húmedo con lluvias en verano y está rodeado por montañas en cadena que forman una joya hermosa.

La localidad de Capula es una de las más importantes productoras en cuanto a artesanías se refiere; dentro de las 45 localidades productoras en este ramo, Capula sobresale como una de las más reconocidas en el Estado (ver cuadro 4).

<b>Cuadro 4.- Localidades productoras de alfarería y cerámica en Michoacán</b>	
1.- Pómaro	24.- Ocomicho
2.- Maruata	25.- Coeneo
3.- Colola	26.- Maravatío
4.- Motín de Oro	27.- Uruapan
5.- El Faro	28.- Morelia
6.- Ostula	29.- Pátzcuaro
7.- La Placita	30.- Acuitzio
8.- Huetamo	31.- Apatzingán
9.- Purépero	32.- Charapan
10.- Zipiajo	33.- Erongarícuaro
11.- Puruándiro	34.- Irimbo
12.- <b>Capula</b>	35.- Parangaricutiro
13.- Zinapécuaro	36.- La piedad
14.- Tzintzunzan	37.- Tacámbaro
15.- Santa Fe de la Laguna	38.- Zamora
16.- Tlalpujagua	39.- Ichán
17.- San Felipe de los Alzati	40.- Huáncito
18.- Cuitáreo	41.- Tacuro
19.- San Matías	42.- Zopoco
20.- Patamban	43.- Cd. Hidalgo
21.- San José de Gracia	44.- Villa Morelos
22.- Santo Tomás	45.- San Miguel Huango
23.- Cocucho	
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base en: INEGI (1995) y Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán (1997).	

En este cuadro, es importante señalar que el INEGI y Casa de las Artesanías no las ordenan de acuerdo a su importancia económica y más bien las ordena de manera general por su presencia artesanal en el Estado.

Capula entonces, es una de las principales localidades del municipio de Morelia y del Estado que se caracteriza por la alta producción artesanal en cerámica y que representa una importante fuente de ingresos y de empleo para la población local aunque este recurso local poco se ha aprovechado, dado que la gran mayoría de los artesanos como se vio anteriormente, viven en condiciones de atraso y marginación.

Esta localidad es conocida en casi todo el país y el mundo por la belleza de sus artesanías (ollas, cazuelas soperas, vajillas, platos, etc.,) decoradas con peces, mariposas, grecas y flores, resaltando en ellas el punteado.

### **3.- Importancia económica y mercado de la producción alfarera en Capula.**

Como se ha venido sustentando, la alfarería en Capula responde a cuestiones de carácter económico, cultural y ecológico, dado que es el recurso viable más importante para estimular la economía de la localidad.

En Capula, la alfarería se constituye como la actividad más importante y dinamizadora en términos productivos, pero sobre todo en términos de empleo. Según datos del INEGI, en 1980 de un total de 1262 habitantes ocupados en los diferentes sectores económicos, casi 50% de los ocupados se dedicaban precisamente al sector secundario (artesanal) combinado con el de la agricultura que representó el 17.51% contra un 10.53% en el sector terciario o de servicios (ver cuadro 5). Es importante mencionar que la población ocupada de Capula presenta una característica muy particular y complementaria de los sectores primario y secundario. En el caso de la producción artesanal, es combinada con la producción agrícola, dada que esta actividad permite a sus habitantes de alguna manera incrementar sus ingresos económicos.



<b>Cuadro 5.- Población Ocupada de Capula, según sus principales características, 1980.</b>							
<b>Pob. Ocup.</b>	<b>Como total %</b>	<b>Ocup. Sector I</b>	<b>% con resp. a la ocup.</b>	<b>Ocup. Sector II</b>	<b>% con resp. a la ocup.</b>	<b>Ocup. Sector III</b>	<b>% con resp. a la ocup.</b>
1262	100%	221	17.51%	626	49.60%	133	10.53%
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base al IX Censo de Población y vivienda (INEGI), 1980.							

Por lo tanto, para 1990, el INEGI confirma que la población económicamente activa y principalmente la ocupada (sector secundario) siguió siendo la más importante y dinámica en cuanto a empleos se refiere. El porcentaje de los ocupados paso de 49.60% en 1980 a 72.76% en 1990, esto sin contar a los niños hijos de familia que también participan en el proceso de producción. Este dato nos da cuenta que las actividades relacionadas con la alfarería es el elemento dinamizador de la economía en Capula, dado que los sectores primario y terciario reportaron el 12.26 (1980) y 11.64% (1990) respectivamente, (ver cuadro 6).

<b>Cuadro 6.- Población Ocupada de Capula, según sus principales características, 1990.</b>							
<b>Pob. Ocup.</b>	<b>Como total %</b>	<b>Ocup. Sector I</b>	<b>% con resp. a la ocup.</b>	<b>Ocup. Sector II</b>	<b>% con resp. a la ocup.</b>	<b>Ocup. Sector III</b>	<b>% con resp. a la ocup.</b>
962	100%	118	12.26%	700	72.76%	112	11.64%
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base al X Censo de Población y vivienda (INEGI), 1990.							

En este sentido, encontramos que para el año 2000, la población ocupada en el sector artesanal (sector secundario) se ve disminuida en términos porcentuales con respecto al año de 1990; pasando del 72.76 a 65.11% en el 2000 (ver

cuadro 6 y 7). Esta característica es explicada por dos sucesos principales: el primero tiene que ver con el impacto de la crisis económica que todos conocimos suscitada a fines de 1994; y el segundo está relacionada con el proceso de comercialización de las artesanías, ya que estas encuentran un mercado muy limitado.

<b>Cuadro 7.- Población Ocupada de Capula, según sus principales características, 2000.</b>							
<b>Pob. Ocup.</b>	<b>Como total %</b>	<b>Ocup. Sector I</b>	<b>% con resp. a la ocup.</b>	<b>Ocup. Sector II</b>	<b>% con resp. a la ocup.</b>	<b>Ocup. Sector III</b>	<b>% con resp. a la ocup.</b>
1545	100%	121	12.76%	1006	65.11%	384	24.89%

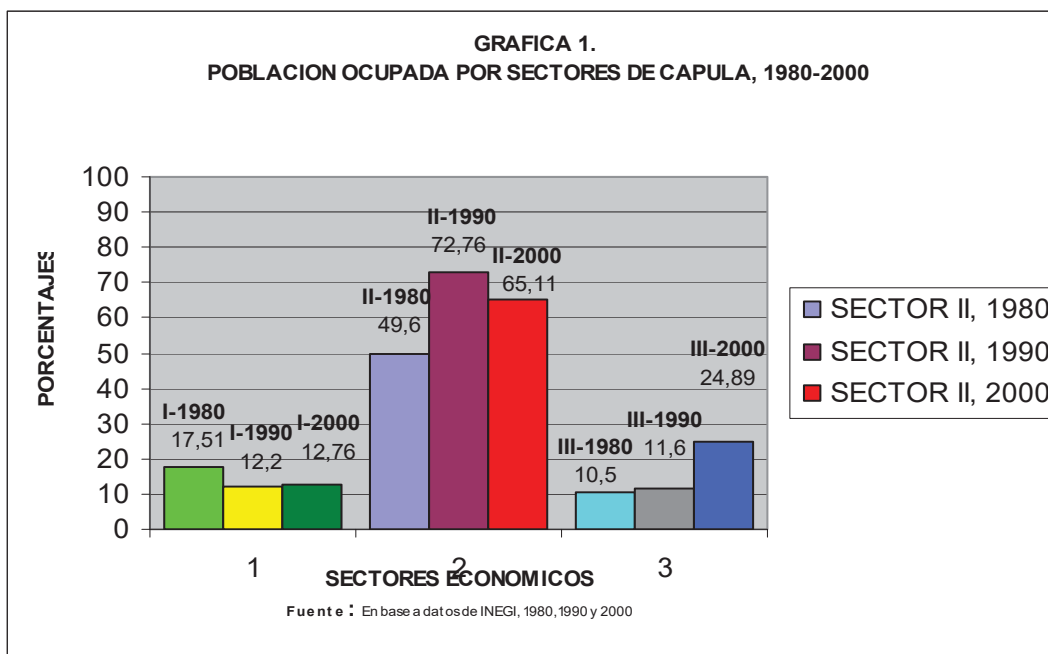
**Fuente:** Elaboración propia en base al XI Censo de Población y vivienda (INEGI), 2000.

En este sentido, encontramos que para el año 2000, la población ocupada en el sector artesanal (sector secundario) se ve disminuida en términos porcentuales con respecto al año de 1990; pasando del 72.76 a 65.11% en el 2000 (ver cuadro 6 y 7). Esta característica es explicada por dos sucesos principales: el primero tiene que ver con el impacto de la crisis económica que todos conocimos suscitada a fines de 1994; y el segundo está relacionada con el proceso de comercialización de las artesanías, ya que estas encuentran un mercado muy limitado.

Esta segunda característica aunado al escaso apoyo financiero para el sector artesanal, está ocasionando que gran porcentaje de la población ocupada se esté desplazando primero, hacia el vecino país de los Estados Unidos de América en busca de mejores oportunidades y segundo, hacia la Ciudad de Morelia a desarrollar actividades en el sector terciario o de servicios, dado que este sector pasa de 11.64% en 1990 a un 24.89% en el 2000.

Este análisis que observamos de datos de la población ocupada en Capula a partir de 1980 al 2000, nos manifiesta que la población empleada en el sector industrial

(de artesanías) a partir de 1990 ha ido disminuyendo constantemente, ha pasado del 72.76 al 65.11% (véase gráfica 1). Estas disminuciones de los ocupados en este sector se deben principalmente a la falta de condiciones productivas (apoyo financiero, asistencia técnica, etc) y de canales de comercialización tanto del interior como del exterior (no existen programas de promoción); dado que la gran demanda sobre todo en artesanías de exportación no ha sido satisfecha.



La importancia que tiene la producción alfarera en Michoacán significa que para muchos artesanos michoacanos encuentran precisamente ahí el sustento económico de sobre vivencia y que estas actividades pueden generar valor agregado que genera demanda en el mercado y que podría ser aprovechada por estos para promover esta actividad en beneficio de los propios productores y a la vez para generar desarrollo local. Según el Censo económico de INEGI, 1994., registró que en Michoacán existen 27 municipios que aglutinan a varias comunidades a dedicadas a producir alfarería y cerámica y que es precisamente el municipio de Morelia el que participa con un gran porcentaje de ocupados

después de Quiroga pero en valor agregado es el primero, y al interior de este la Tenencia de Capula y que constituye el centro de producción de las localidades más importantes en el Estado (ver cuadro 8).

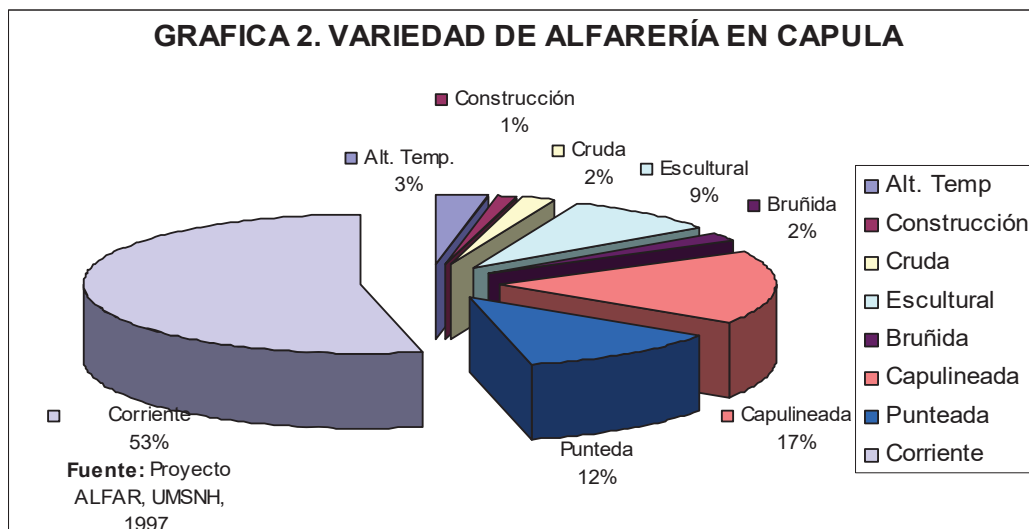
<b>Cuadro 8.- Productores Alfareros en Michoacán por Municipio (1997) *</b>				
	<b>Personal Ocupado</b>	<b>Valor agregado</b>	<b>% Personal ocupado</b>	<b>% de valor agregado</b>
<b>Estatal</b>	<b>3,158</b>	<b>4901,5</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Acutzio	1	2,1	0,03%	0,04%
Apatzingán	5	17,7	0,16%	0,36%
Charapan	2	0,6	0,06%	0,01%
Chilchota	364	416,8	11,53%	8,50%
Erongarícuaro	2	23,8	0,06%	0,49%
Hidalgo	169	680,2	5,35%	13,88%
Irimbo	4	16,3	0,13%	0,33%
<b>Morelia</b>	<b>822</b>	<b>1762,3</b>	<b>26,03%</b>	<b>35,95%</b>
Morelos	19	15,6	0,60%	0,32%
Parangaricuriro	2	2,3	0,06%	0,05%
Pátzcuaro	3	16,2	0,09%	0,33%
La Piedad	1	45,2	0,03%	0,92%
<b>Quiroga</b>	<b>977</b>	<b>964,4</b>	<b>30,94%</b>	<b>19,74%</b>
Tacambaro	2	18,3	0,06%	0,37%
Tangacícuarro	521	500,9	16,50%	10,22%
Tzintzunzan	218	258,4	6,90%	5,27%
Uruapan	9	63,4	0,28%	1,29%
Zamora	2	12,3	0,06%	0,25%
Zináparo	1	0,9	0,03%	0,02%
Zinapécuaro	34	80,8	1,08%	1,65%
<b>Fuente:</b> Ramiro Campos Meraz, en Proyecto ALFAR, UMSNH., 1997				
*Se sumaron los municipios de Coeneo, Jiménez, Maravatío, Panindícuaro, Tlalpujahuá, Coahuayana y águila.				

La actividad económica de Capula es importante para el sustento de un gran porcentaje de su población. Es precisamente en esta actividad donde sus habitantes encuentran sus ingresos para poder sobre vivir.

Como se dijo anteriormente esta actividad es combinada en gran medida por la agricultura y en ella es marcada la desigualdad de la distribución del ingreso que aunado a los bajos niveles de escolaridad (según el INEGI tiene un grado promedio de 4.22 contra un 8.95% del municipio) y la falta de servicios públicos, agudizan la marginación y pobreza.

Por otra parte, debe destacarse que esta localidad cuenta con un gran potencial de mano de obra calificada en la elaboración de artesanías aunado con los factores naturales y culturales para impulsar las artesanías que bien podría detonar el desarrollo local en la localidad.

Teniendo pues Capula este carácter propio, la artesanía vidriada (capulineada, corriente) es la más representativa de la localidad. Aquí se produce la alfarería vidriada bajo el nombre de "capulineada", punteada o fina y la corriente.



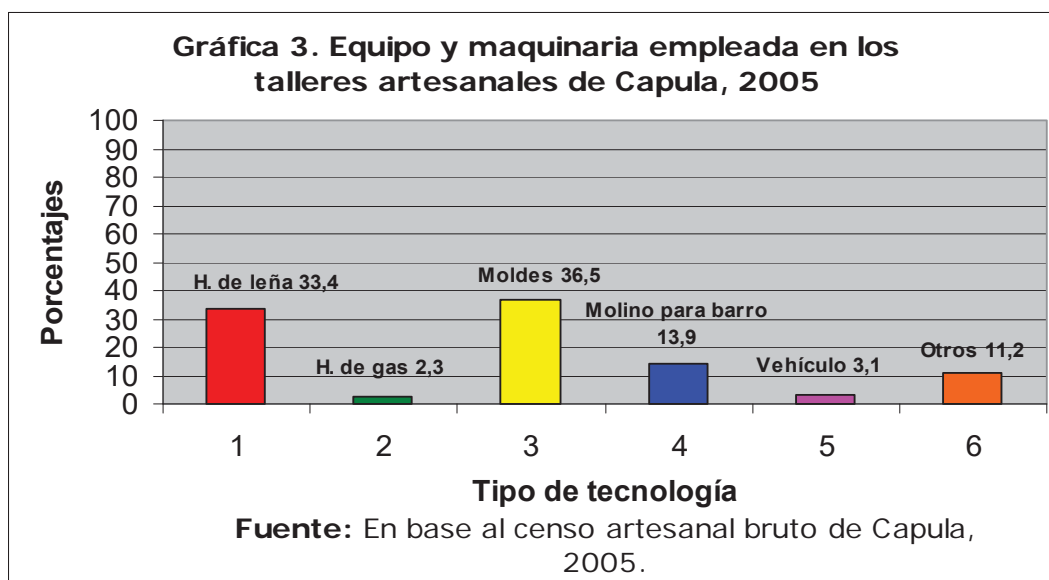
Pero de acuerdo al proyecto (ALFAR, UMSNH, 1997) de una muestra de 92 productores, se observa que dentro de la producción de alfarería capulinense,

existe un gran porcentaje de producción en la categoría de la artesanía corriente (53%), seguido de la capulineada que llega al 17% y 12% la punteada (véase gráfica 2). La artesanía escultural (calacas, calaveras, figuras abstractas, etc), ocupa el 9%, la de alta temperatura ocupa sólo el 3%, la bruñida 2% y la producción de materiales para la construcción (columnas, fuentes, tejas, cenefas, azulejos, escalones, etc.), el 1%, la bruñida y la venta de piezas crudas el 2% (que constituye un acercamiento para reflejar la maquila de alfarería en Capula).

Es importante mencionar que la artesanía producida a la alta temperatura aunque es relativamente bajo el porcentaje (3%), es la artesanía que está marcando la diferencia en cuanto a producción de exportación dado que no contiene plomo y está hecha bajo procesos más amplios y más especializados (ver Capítulo III). La experiencia de estos productores que destinan sus productos hacia la exportación, puede propiciar el crecimiento de la productividad de otros productores y a la vez estos procesos mas amplios pueden detonar el inicio de un desarrollo local mas equilibrado y con grandes beneficios para el mejoramiento de las condiciones de vida de muchos productores artesanales.

Dentro de la importancia económica que tiene la actividad artesanal de Capula, es fundamental revisar el factor innovativo (tipo de tecnología) que actualmente utilizan los productores para producir las diferentes variedades de artesanías que todos conocemos. Para ello, encontramos (según el censo artesanal de Capula, 2005) que existen una gran cantidad de artesanos que en la actualidad carecen de tecnología avanzada para la elaboración de sus productos; es decir encontramos todavía una gran cantidad de artesanos que elaboran sus productos con maquinaria rudimentaria: el 33.4% del total utilizan horno de leña y solo el 2.3% utiliza horno de gas (ver gráfica 3). Estos datos son de suma trascendencia para analizar la importancia que juega la tecnología en el proceso productivo de la actividad artesanal. Mientras que los productores que queman su artesanía con Horno de leña lo están haciendo a baja temperatura y esto los hace poco competitivos en el mercado dado que sus productos no reúnen las características

con forme a la norma oficial internacional y además de estos son producidos con greta (contiene plomo) y los hace poco competitivos en el mercado. Por otro lado, aquellos productores que ya utilizan el orno de gas de alta temperatura (a mas de 1200°) y que son un pequeño porcentaje (2.3%) son los que están marcando la diferencia de la producción y de comercialización, dado que producen con tecnología avanzada y sus productos son de muy alta calidad (dado que contienen dos quemas) y están siendo demandados actualmente por mercados nacionales y de exportación.



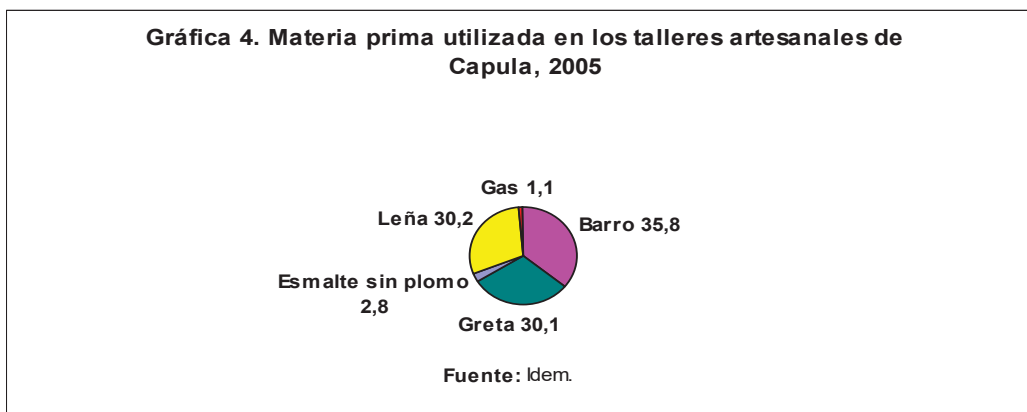
En este sentido, encontramos que dentro de la tecnología utilizada en Capula, sólo el 13.9% del total de los talleres artesanales utilizan el molino para barro; el 36.5% utiliza molde para dar forma a sus productos; el 3.1% tiene vehículo y el 11.2% utiliza otro tipo de tecnología rudimentaria como es la carretilla, los animales, etc., para trasportar su materia prima y sus productos.

Estos datos, dan muestra de lo que verdaderamente sucede en la localidad, y en términos generales observamos que la tecnología empleada en el gran grueso de

los talleres es todavía rudimentaria y esto hace que estos se vean vulnerables ante la competencia y el mercado.

Estas características señaladas sobre la tecnología utilizada en los talleres, es similar al tipo de materia utilizada en los talleres (ver gráfica 4); el 30.2% de los talleres utiliza leña para su horno; el 30.1% utiliza greta, el 1.1% utiliza gas y solo el 2.8% utilizan esmalte sin plomo y que es aquí precisamente donde encontramos a los productores que marcan la diferencia en Capula en cuanto a procesos productivos (esto se analizará en el Capítulo 3). En este sentido, el 35.8% de los talleres utiliza el barro, dado que este insumo es el mas aprovechado por los artesanos capulinenses.

Debe señalarse que la greta es un insumo que contiene plomo y que puede ser nocivo para la salud sobre todo a largo plazo y que ante el conocimiento de los clientes y el turismo el producto no es demandado (ver gráfica 4).



En cuanto a la importancia de mercado que tienen las artesanías de Capula, estas tienen gran demanda tanto en el mercado local, regional, nacional e internacional y que según Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán son demandados por países como Holanda, Austria, Estados Unidos y Alemania; donde la comercialización de la loza de alta calidad, elaborada a la alta temperatura y decorada a mano, es la que está marcando la referencia de exportación, dado que su proceso de elaboración se realiza dentro de procesos



más amplios y especializados. En general, estos productos contienen gran demanda por su belleza y cultura y son adquiridos como bienes de uso doméstico, en restaurantes, en tiendas de prestigio, etc., como algo único y que su principal característica es que son hechos a mano.

Por lo tanto, la competencia externa está perjudicando rápidamente a nuestros productos, dado el proceso tan rápido de apertura de nuestra economía, y en donde la importación de productos de porcelana provenientes de países como lo son China, Taiwán, Corea del Sur, etc., presentan una verdadera amenaza real para nuestro mercado, dado que en la entrada a Capula se ha empezado instalar algunos negocios con alfarería importada y a bajos costos.

La reorientación de esta actividad además de tener la característica de ser generadora de empleos y fuentes de ingresos, puede convertirse en una importante fuente de divisas para los capulineses, mediante una adecuada orientación económica.

A pesar de tener gran demanda en los mercados, y ante la crisis alfarera, la artesanía de Capula se ha visto amenazada por diferentes factores:

- 1.- El clima de inseguridad que impera en el Estado y el país desde inicios del 2004, esto ha repercutido en la afluencia del turismo nacional e internacional.
- 2.- El escaso apoyo financiero, técnico y de comercialización de las instituciones municipal, estatal y federal. El debilitamiento significativo del apoyo gubernamental hacia esta actividad, se ha dejado sentir especialmente en la promoción de los productos afectando directamente a las ventas.
- 3.- Se observa una decreciente disminución de las ventas a consecuencia del aumento en el uso de productos similares a los alfareros, estos productos son elaborados con otras características y a gran volumen y vendidos a menor precio.
- 4.- Disminución de las ventas por desconfianza del cliente (especialmente del turismo internacional), dado que la mayor parte de los productos en Capula son producidos con plomo.
- 5.- El aumento del número de intermediarios (sobre todo por los altos costos de transporte), dado que para los intermediarios al tener los medios necesarios se

disponen al comprar artesanías al mayoreo y a muy bajos precios así marginando a los productores de la oportunidad de obtener una mayor ganancia.

6.- Falta de asistencia técnica para acceder a los mercados externos, los productores no tienen la información adecuada para establecer conexiones con clientes potenciales además de desconocer los requisitos y trámites de exportación.

7.- No existen las condiciones para producir para el mercado externo; falta asistencia técnica (problemas de plomo y embalaje principalmente).

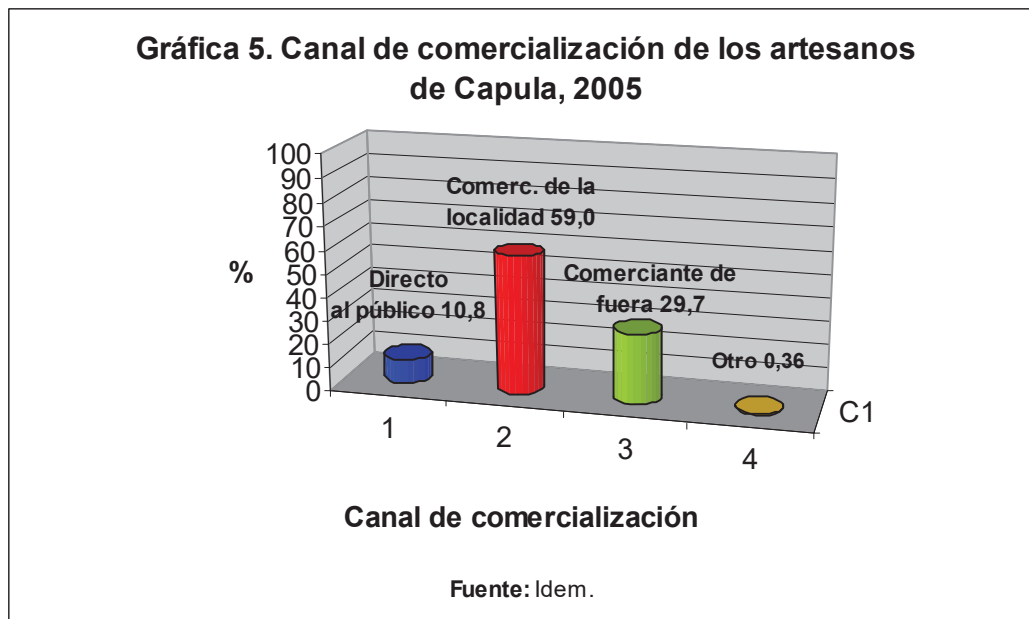
Así la gran mayoría de los artesanos, no reúne ni las mínimas condiciones como para pensar una reorientación de su producción, están laborando en la economía informal, lo que constituye una gran limitante que sumado al escaso apoyo gubernamental los hace poco competitivos en el mercado. Todo ello, ha provocado una gran disminución de sus ventas en todos los mercados dado la falta de condiciones productivas y de canales de comercialización en el interior y el exterior.



Estas características se observa en lo reportado por el Censo Artesanal de Capula 2005. Según los principales aspectos de comercialización de los artesanos capulinenses se distinguen en cuatro canales: directo al público, comerciante de la localidad, comerciante de fuera y otro (exportación).

El primer canal de comercialización lo encontramos con aquellos artesanos que venden directo al público (10.8%); y que son aquellos que venden sus productos directamente en casa y en mercados locales, regionales visitando los pueblos, en tianguis, en ferias, etc., (ver gráfica 5).

El canal de comerciante de la localidades el que más sobresale en Capula y es precisamente el relacionado con el intermediario; y es donde el artesano además de vender su artesanía en su local o casa produce para venderle directamente al intermediario donde éste se está llevando el mayor porcentaje de la ganancia dado que compra por mayoreo y en grandes cantidades. El análisis de este canal de venta es de suma importancia para apreciar lo que realmente pasa en Capula, los artesanos se han visto en la necesidad de venderle al intermediario debido a las bajas ventas y al no tener otra alternativa de mercado deciden liquidar el producto y a bajo precio.

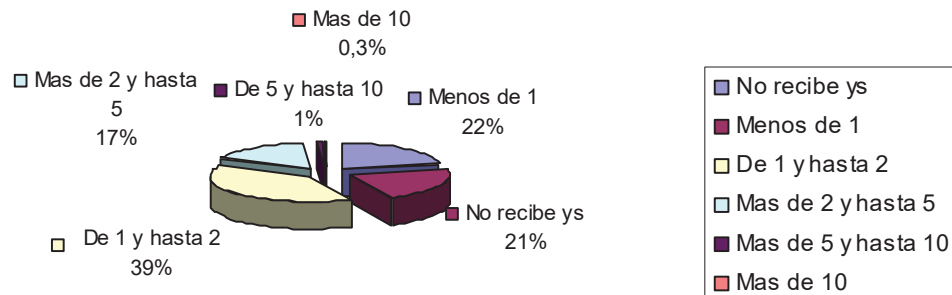


El canal de comercialización vía acaparadores externos; donde éstos también compran por mayoreo y en grandes cantidades y que comercializan el producto en diferentes partes del país, principalmente en lugares turísticos como Cancún, Puerto Vallarta, Veracruz, Ixtapa, Los Cabos, etc., pero sobre todo en ciudades donde se observa mucha afluencia turística internacional.

El último canal de comercialización lo encontramos precisamente en aquellos artesanos que están orientando ya su producto hacia otro nivel de mercado (sobre todo al de exportación), por su calidad de artesanía y elaborada con procesos productivos diferentes al resto de los artesanos y que corresponde a un pequeño grupo de artesanos (0.36% del total) y que esta experiencia será analizada en el próximo capítulo.

Así, observamos que la gran mayoría de los artesanos de Capula orientan sus productos hacia mercados poco competitivos, dado que casi el 90% de sus productos están siendo acaparados por los intermediarios locales (59.0%) y externos (29.7%) ante la falta de otros mercados y solo el 0.36% lo destinan hacia el mercado nacional y de exportación dado sus características productivas. Es por ello, que el ingreso disponible en Capula, se está concentrando en pocas manos (en los intermediarios locales) dado que estos concentran casi el 60% del mercado. Por lo tanto, este dato viene constatar a lo que se observa con la distribución del ingreso en la localidad, dado que este se ha venido concentrando en una pocas manos: el 21.0% de la población no recibe ingresos por lo que se entiende que este grueso de la población sobrevive de la economía informal apoyado de las venta de artesanías que hace en su casa y de la agricultura. Mientras tanto el 21.0% no recibe ingresos, el 22.0% de la población sobrevive con menos de un salario mínimo, el 39.0% vive con solo de 1 y hasta 2 salarios, mientras tanto el 17.0% de la población gana entre 2 y hasta 5 salarios mínimos, el 1.0% gana de 5 y hasta 10 y el 0.3% mas de 10 salarios, siendo estos últimos estratos los que concentran la mayor parte del el ingreso disponible de la localidad (ver gráfica 6).

**GRAFICO 6. DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO PARA  
CAPULA, 2000**



Fuente: En base a datos de INEGI, 2000.

Otro elemento importante que tiene que ver con el desarrollo para alcanzar mejores niveles en la producción y la eficiencia productiva artesanal, es referirnos al apoyo financiero y técnico de parte de las instituciones estatales y federales. En este sentido, constatamos que la Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán fue creada precisamente para promover el desarrollo de la actividad artesanal en el estado; desde inicios del gobierno de Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano (1984-1989) se trató de darle el impulso a la actividad artesanal apoyando con créditos y asistencia técnica a todos aquellos artesanos que lo solicitaran pero estos apoyos fueron totalmente insuficientes y costosos además tuvieron la característica de ser muy selectivos y discriminadores además que no respondieron a la verdadera realidad que los artesanos requerían: aunque algunos productores como Don Ladislao Martínez, coinciden que esta política fue importante para los artesanos, sin embargo, le faltó una visión de mediano y largo plazo por lo que al terminar este gobierno no se le dio continuidad. Actualmente la Casa de las Artesanías y otras instituciones federales y estatales como FONAR, FONAES, CEXPORTA, etc., y que son las responsables de promover la actividad artesanal de decenas de comunidades en el Estado, estas han carecido de programas eficaces y sobre todo de recursos para impulsar un verdadero desarrollo artesanal. Un ejemplo de ello, es que actualmente la Casa

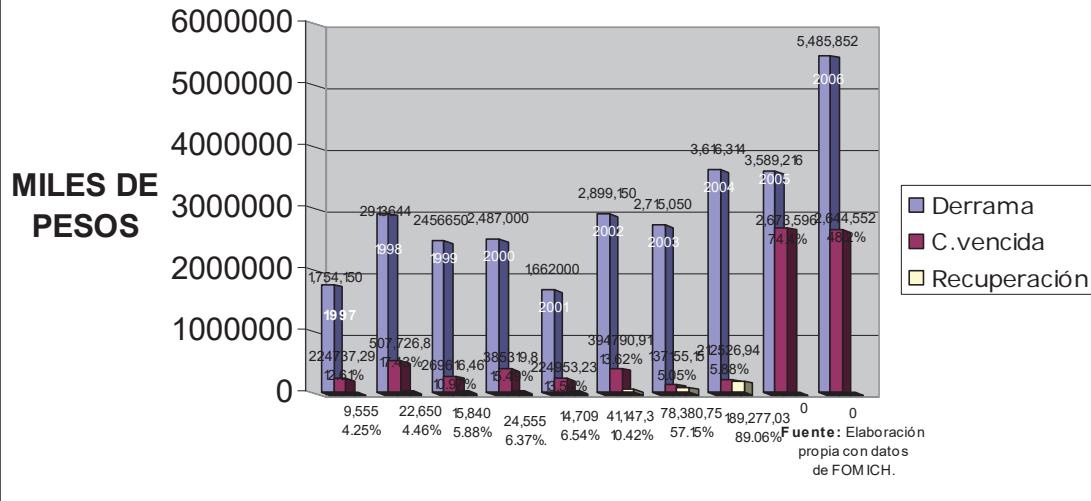
de las Artesanías administra recursos de varios programas (estatales, federales y del BID) con la finalidad de otorgar apoyo financiero y técnico a todo aquel artesano que lo demande; estos apoyos siguen siendo muy selectivos además de tener altas tasas de interés y muy burocrático. Los apoyos sólo llegan a aquellos artesanos que cuentan con una importante capacidad productiva y que sí garantizan el retorno del capital. Las tasas de interés tal elevadas aunado al burocratismo, hace que decenas de artesanos queden marginados de los apoyos que la institución gubernamental debiera de otorgarles. Un ejemplo del elevado burocratismo es constatar la serie de requisitos que la casa de las Artesanías solicita a todo aquel artesano que requiera de un préstamo (ver cuadro 9).

<b>Cuadro 9</b>		
<b>Requisitos de solicitud de crédito artesanal (2007)</b>		
<b>Requisitos</b>	<b>Tipos de crédito</b>	<b>Características de préstamos</b>
1.- Ser artesano 2.- Al momento de solicitar crédito estar desarrollando la actividad artesanal. 3.- Solicitud de crédito de acuerdo al formato de la Unidad de Financiamiento. 4.- Justificar el uso del crédito. 5.- Tener arraigo en la localidad (por lo menos 2 años). 6.- No tener adeudo con otra institución. 7.- No ser sujeto de crédito ante instituciones bancarias.	<b>A) AVIO:</b> Destinado a la adquisición de la materia prima y pago de trabajo.  <b>B) REFACCIONARIO</b> Destinado a la adquisición de maquinaria y equipo y/o acondicionamiento del taller.	<b>INDIVIDUALES:</b> Se otorgarán por un monto mínimo de \$400.00 y un monto máximo de \$1500.00 <b>COLECTIVOS:</b> Hasta por un monto de \$1500.00 multiplicado por el número de integrantes o socios. <b>INTERÉS:</b> 10% anual. <b>MORATORIO:</b> 5% fijo sobre la mensualidad vencida. <b>FORMA DE PAGO:</b> 12 meses incluyendo 2 de gracia, realizando pagos mensuales de capital e interés y en su caso de moratorio; en la propia comunidad del artesano o en nuestras oficinas.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a información de FOMICH, (2007).		

Por lo tanto se tienen datos de financiamiento otorgado a productores artesanales desde 1997 a la fecha (2006). En estos años se han otorgado mas 29.57 millones de pesos destinados al desarrollo artesanal del Estado, cifra que ha sido insuficiente para dar atención a decenas de comunidades que necesitan urgentemente de recursos frescos para producir lo que saben hacer (ver gráfica 7).

De estos años el promedio de inversión por año corresponde a solo (295,790.26 pesos) cifra que se considera insuficiente para abatir el rezago productivo artesanal. Por lo tanto el promedio de cartera vencida de estos prestamos asciende a 8.84%, dado que debido a las altas tasas de interés y las bajas ventas los productores se han visto en la incapacidad de poder cubrir sus débitos en los tiempos establecidos por lo que muchos se han registrados como deudores morosos y esto les impide obtener nuevos créditos (ver gráfica 7). Por lo tanto, a partir del 2003 en adelante se ha registrado una importante recuperación de los créditos otorgados dado que los artesanos han cumplido con sus obligaciones en los pasivos descendiendo la cartera vencida a un 5.46%. Este decremento en la cartera vencida tiene que ver mucho con el tipo de política que actualmente utiliza la a casa de las Artesanías dado que solo presta a aquellos artesanos con capacidad productiva y que den garantía, siendo estos préstamos muy selectivos y discriminatorios.

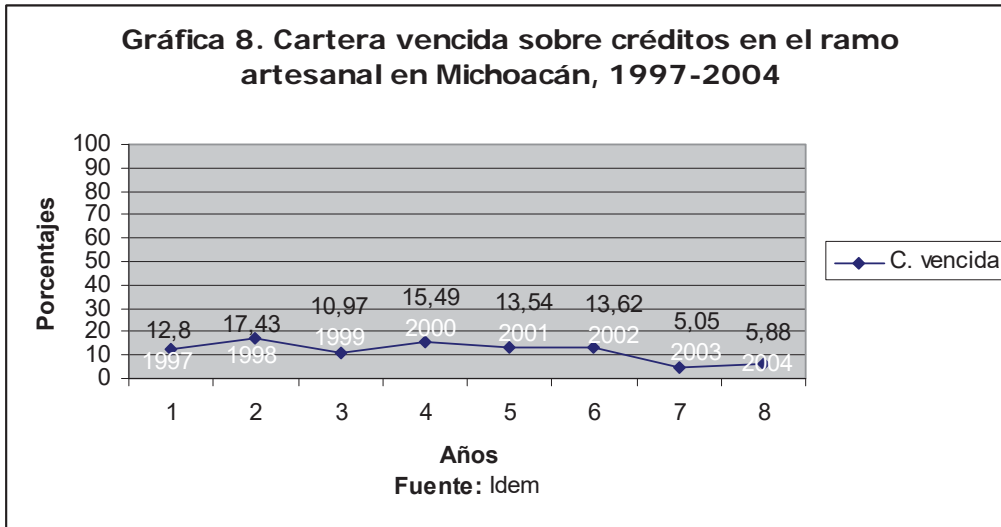
**Tabla 7. Derrama económica crediticia en el ramo artesanal en Michoacán, 1997-2006.**



Sin embargo, esta característica selectiva aplicada en el sector artesanal ha mejorado en la recuperación de fondos de créditos vencidos dado que a partir del 2002 pasa de 13.62% al 5.05% en el 2003, manteniéndose casi este porcentaje en el 2004 (ver gráfica 8).

Es importante mencionar, que esta característica crediticia tiene ver en gran medida a que la Casa de las Artesanías sólo estimula créditos a aquellos artesanos que cumplen con una serie de requisitos y que cuentan con importante capacidad productiva y que sobre todo dejan garantía sujeta a préstamos de mediano y largo plazo.





Este tipo de política margina y excluye a la mayoría de los productores artesanales de Capula, siendo unos cuantos los que si tienen acceso a los beneficios de la política gubernamental y es por ello que estos están marcando ya procesos mas especializados en su producción.

Por lo tanto, para la localidad de Capula, encontramos que la política crediticia responde a las mismas características a las observadas en el Estado. Según datos proporcionados por FOMICH., del gobierno del Estado, se han otorgado de 1985 al 2006 la cantidad de 1.39 millones de pesos, con solo 613 créditos de un total de 339 talleres artesanales y esto corresponde que en promedio se han otorgado 0.44 créditos por taller durante el record de 21 años (cuadro 10).

Cuadro 10								
Cantidad de créditos, monto y características otorgados para Capula, 1985-2006								
Año	Inst.	No. de créditos	No. talleres	% créd. X taller	Monto total de créd.	Deuda a plazo	C. vencida	%de la cartera vencida
85-96	BID	412	339	1.2	446,380.76	-	-	-
85-96	NAFIN	15	339	0.04	223,954.00	-	-	-
97-2005	FAAAR	170	339	0.51	536,750.00	153,000.00	72,809.00	47.58%
2006	UFA	16	339	0.04	189,500.00	-	-	
<b>Total</b>	-	<b>613</b>	<b>339</b>	<b>0.44 Prom.</b>	<b>1,396,584.76</b>	<b>153,000.00</b>	<b>72,809.00</b>	<b>Media estatal 8.84%</b>
<b>Fuente.</b> Elaboración propia en base a información de Fomich., y Casa de las Artesanías. Gobierno del Estado de Michoacán (2006).								

#### 4.- Características y problemática de las unidades alfareras de Capula en el contexto actual.

Hablar sobre el tema de artesanías es hablar de ellas como obras de arte, como vía de mejoramiento del campesino desocupado, como parte fundamental de la cultura nacionalista, etc. Según Victoria Novelo (1976:7) el hablar de artesanías es referirnos como un signo del subdesarrollo, como una vía para mejorar los ingresos del campesino desocupado. Es referirnos también a obras plásticas que elaboran los indígenas y que se entiende que es todo lo que se produce manualmente. La diversidad de criterios para definir a las artesanías se debe a que se habla de ellas como un resultado y no como un proceso.

Dentro del ámbito económico, el concepto de economía campesina fue propuesto por Alexander Chayanov (1925), quién la concibe como una categoría separada

de los tres modos de producción (feudal, capitalista y socialista) sugeridos por Marx (Archetti, 1975, p. 8). Este autor visualiza que el hogar y el núcleo familiar campesino se constituyen como una unidad de producción y consumo, donde no se persiguen las ganancias, puesto que primeramente la actividad radica en satisfacer la necesidad de la propia familia. Esta diferenciación permitió a Chayanov a concebir la diferenciación demográfica y la teoría del equilibrio. La teoría del equilibrio parte del supuesto de que una unidad económica campesina no es capitalista, en tanto que no se pueden determinar objetivamente los costos de producción por la ausencia de la categoría salarios. De esta manera el retorno que obtiene un campesino luego de finalizado el año económico no puede ser conceptualizado como formando parte de algo que los empresarios capitalistas llaman ganancia. El campesino en tanto, utiliza su fuerza de trabajo y la de su familia, percibe una retribución que aparece corporativizada en el consumo de bienes y servicios, por tanto, la fuerza de trabajo familiar es la única categoría de ingresos disponible.



Según Papousek (1980:61-68), los campesinos son rurales y su hogar es por tanto la unidad de producción así como la de consumo. El objetivo principal de su trabajo es precisamente la de sobrevivir (subsistencia). En su proceso productivo se aplica la tecnología sencilla y esto hace lógicamente que se obtenga una baja productividad. Así su cultura es de tipo campesina y se manifiesta principalmente en sus costumbres (religión, el arte, la medicina, etc.,). Por ello a los campesinos se les puede llamar alfareros cuando la actividad económica principal es la alfarería, y a los alfareros se les puede llamar campesinos cuando cumplen las características generales ya mencionadas.

En este sentido, para Raymón Firt (Papousek, 1980:58), una unidad con economía netamente campesina, su producción presenta una característica que la distingue y que se utiliza en parte para el autoconsumo y en parte para la venta.

Esta característica tiene que ver en gran medida dado que se utiliza una tecnología sencilla y que se trabaja en pequeña escala con una división de trabajo y disponibilidad de capital prácticamente inexistentes. Esto quiere decir que no existe un sistema de trabajo asalariado (aunque actualmente en algunos casos ya existe la contratación), y por tanto el propio trabajador controla los medios de producción como la producción.

Según el punto de vista de Archetti (1975:20) se puede construir un modelo de unidad económica netamente campesina, en la que por lo menos están presentes tres características:

- 1.- En la unidad productiva sólo se usa fuerza de trabajo familiar y está ausente la acumulación de capital (este es el caso característico de Capula).
- 2.- Se encuentra la unidad campesina donde solo se usa mano de obra familiar y acumula capital (este es el caso que más se acerca a lo que se analizará en el capítulo III, sobre los estudios de caso).
- 3.- y, la unidad campesina de explotación capitalista que se caracteriza porque la fuerza de trabajo que emplea es totalmente asalariada y su principal objetivo es la acumulación de capital.

Esto en conjunto, nos lleva a apreciar que cada grupo familiar esta representado por una unidad de producción, donde los esfuerzos de trabajo son destinados principalmente para satisfacer las exigencias del sustento familiar aunque no se descarta el interés de generar también la ganancia. La división de trabajo se basa en el número de los miembros de la familia, los sexos y las edades, y no se apoya en el salario, y si lo hay este no es fijo ni constante.

Estas características coinciden realmente a lo que encontramos en Capula. Según Landa, (1995:47-49) concibió que en la Unidad Productiva Familiar Alfarera, la producción es el resultado de la interconexión de actividades domésticas y económicas, donde el objetivo principal es asegurar la preservación y la reproducción familiar. El personal ocupado es esta actividad depende del tamaño y la estructura de la familia. Estas unidades tienen cautela frente a los cambios

tecnológicos<sup>9</sup>, son tendientes del endeudamiento, y son altamente vulnerables a las políticas institucionales en materia de apoyo a la comercialización, financiamiento, investigación y capacitación.

Entonces, siendo el núcleo familiar de un alfarero la economía netamente campesina como unidad de producción y de consumo, el objetivo del artesano solo es vender (razón por la que no son grupos cerrados) para cubrir sus necesidades de sobre vivencia familiar, las culturalmente definidas como básicas. Aquí encontramos la verdadera razón de los artesanos de Capula, donde los ingresos extraídos precisamente por las ventas permiten equilibrar los egresos que desembolsan para cubrir los gastos de la satisfacción de sus necesidades, y por lo tanto no hay formación de excedentes, ni mucho menos acumulación de capital.

Ante esta característica observada en Capula, en la gran mayoría de los talleres se usa la mano de obra familiar (sin alquilarse ni venderse), misma que determina una incipiente organización (división y especialización) del trabajo basada en la edad, el sexo y el tamaño de la familia. Es importante mencionar que en algunos casos se combina ya la mano de obra familiar con la asalariada y que estas experiencias están acumulando capital (ver Capítulo III).

Estas características encontradas para el caso de Capula tienen que ver a lo que ocurre con muchas otras actividades artesanales; es decir, que un amplio número de unidades productivas no se rigen por intereses empresariales (capitalista); es decir, se entiende que son talleres empresario-campesino. Esto significa que un gran número de artesanos giran sus acciones en base a un sistema de valores propios y diferentes al que conocemos actualmente. Esta característica, pone de manifiesto su desventaja ante los demás, e inclusive se pone en riesgo su permanencia.

---

<sup>9</sup> Los avances en la ciencia o como es denominado como tecnociencia vienen a destruir la identidad y saberes de la comunidad, en el caso de Capula los productos chinos encontrados ya en varios negocios vienen a desplazar la riqueza de la comunidad dado su producción en serie artesanal y a precios más bajos. La nueva ciencia alternativa debe construirse desde lo local con los saberes hasta lo global y viceversa (González Casanova: 298, 2004).

A nivel externo, se observa un panorama complejo y adverso para la gran cantidad de artesanos que sobreviven en esta actividad, dado que desde hace dos décadas la economía mundial ha venido experimentando un proceso acelerada de recomposición económica y de conformación de grandes bloques regionales a nivel comercial y que están presionado de diferentes maneras sobre las condiciones productivas en los diferentes países.

Este panorama de la economía global y de apertura comercial viene a dificultar aún más la ya crítica situación que experimentan los artesanos. El capital financiero dominante<sup>10</sup> se hace presente en todos lados y presiona sobre las naciones y regiones, dando lugar al debilitamiento de la regulación de la economía por parte del Estado con efectos muy negativos en la esfera productiva sobre todo. Aunado a ello, la apertura comercial se ha traducido en un evidente incremento de las importaciones por encima de las exportaciones, propiciando una indiscriminada competencia de entrada de productos similares de capital especulativo que solo dañan la esfera productiva nacional debilitando así el precio de nuestros productos y nuestro patrimonio e ingreso.

A nivel interno, encontramos también aspectos problemáticos que van encaminados sobre todo a la ausencia de políticas que fortalezcan la esfera productiva y que impulsen el mercado externo e interno, dado que la responsabilidad se ha dejado a la libre fuerza del mercado y que son estas las que están definiendo el futuro de los artesanos.

---

<sup>10</sup> El proceso de globalización de lo local, y de re-localización global, se ha hecho más contundente y acelerado con la extraordinaria movilidad del capital financiero y de las imágenes micro eléctrico, sobre todo al término de la bipolaridad del mundo que suponía la "Guerra Fría". Nuestro mundo se hace cada vez más ancho y menos ajeno, obligándonos a posesionarnos y movernos también en el escenario planetario (Alfonso, Ibáñez: 244, 2000).

## **CAPITULO III**

### **ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS DE ARTESANÍAS DE EXPORTACIÓN: A TRAVEZ DE TRES ESTUDIOS DE CASO EN CAPULA**

#### **Introducción.**

Los estudios de desarrollo desde una mirada desde lo local, nos demuestran que todos los territorios, regiones, micro-regiones y localidades son dueños de amplias potencialidades en recursos y que ellos pueden aprovecharse para desarrollar un crecimiento propio.

La localidad de Capula, cuenta con una cultura propia, con recursos naturales vastos y lo más importante: recursos humanos habilidosos en la elaboración de una gran variedad de artesanías hermosas hechas a mano y con materia prima de la comunidad.

La importancia de los recursos endógenos con los que cuenta la zona, son elementos decisivos para promover el desarrollo local. El aprovechamiento de los recursos existentes así como sus saberes y experiencias de los actores locales pueden conducir a que los artesanos de Capula promuevan su propio desarrollo.

El Capítulo III, presenta precisamente un análisis sobre 3 estudios de caso sobre experiencias de artesanías de exportación de productores exitosos de la localidad. En el estudio, se analizan las experiencias de exportación de artesanías de las microempresas: Vajillas Finas "El Colibrí", Vajillas Finas "El Nuevo Colibrí" y Artesanías Finas "Ladislao Martínez". Estos casos exitosos presentan características productivas diferenciales con respecto al resto de productores dado sus procesos productivos más amplios y especializados.

Por ello, en este apartado, se analizan sus características diferenciales, su organización productiva, la importancia del valor agregado en la producción artesanal, la innovación hecha en sus procesos productivos y sus principales vías de comercialización.

## **1.- La producción artesanal de Capula como generadora de desarrollo local.**

El estudio del desarrollo con una óptica local muestra que todas las regiones, micro regiones y localidades poseen características culturales, históricas, físicas e institucionales y que representan conjuntamente un potencial de crecimiento propio. La comunidad de Capula cuenta con una cultura propia, creencias y valores ricos y que están presentes en todas las actividades productivas que emprenden principalmente la artesanal. Por esta razón, la óptica del desarrollo local endógeno concede a cada comunidad una oportunidad de crecimiento con base en sus propios recursos, su saber hacer, su organización y sus valores. El saber hacer específico, la organización y los valores de los actores locales pueden considerarse elementos claves y decisivos para promover el desarrollo local en la localidad. El aprovechamiento del capital social<sup>11</sup> en Capula, puede ser aprovechado con inteligencia y ser el detonante del desarrollo local en la zona. El aprovechamiento de este capital social y cultural en torno a la actividad artesanal de Capula puede mejorar los niveles de desarrollo como lo subraya Chang (1997)<sup>12</sup>: “los valores ponen las bases de la preocupación del uno por el otro más allá del sólo bienestar personal. Desempeñan un rol crítico en determinar si avanzarán las redes, las normas y la confianza”. Valores que tienen sus raíces en la cultura y son fortalecidos o dificultados por ésta, como el grado de solidaridad, altruismo, respeto, tolerancia, son esenciales para un desarrollo sostenido. En este sentido, el objetivo principal de desarrollo local en Capula tiene que ver con la ampliación y el aprovechamiento de las potencialidades de sus saberes y experiencias.

La potencialidad del capital social de los artesanos, depende de políticas concretas y estrategias que actúen a favor de las micros y pequeñas empresas artesanales. Para ello, es indispensable que todos los actores participen (tanto

---

<sup>11</sup> Según (Tomassini: 7, 2000) el capital social comprende varios factores entre los que destacan el clima de confianza social, el grado de asociacionismo, la conciencia cívica y los valores culturales entendidos en un sentido amplio.

<sup>12</sup> Citado por Luciano Tomassini (2000:33), en: Capital Social y Cultura: Claves estratégicas para el Desarrollo. Fondo de Cultura económica.



locales como externos) ya que todos pueden conformar un futuro para el desarrollo de la comunidad. Por ello es importante el análisis de casos exitosos en la producción y exportación en artesanías en Capula y la posibilidad de replicarlos hacia otros productores como vía para promover el desarrollo local.

## **2.- La artesanía de exportación en la micro y pequeña empresa: estudios de caso.**

### **2.1.- Análisis de los estudios de caso.**

Según el Censo Artesanal de Capula (2005) elaborado por la Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán, existen 339 talleres artesanales de los cuales la gran mayoría de ellos tienen condiciones de atraso y pobreza, dado que un gran porcentaje de los artesanos utilizan tecnología rudimentaria en sus procesos productivos; esta característica los hace vulnerables y poco competitivos ante el mercado. Sin embargo, en la localidad de Capula podemos localizar solo 3 ó 4 experiencias en talleres que han innovado sus procesos productivos sin descuidar las características manuales y culturales de la artesanía *capulineada* o punteada manualmente. Estas experiencias exitosas que cuentan con VISIÓN y MISIÓN pueden servir de ejemplo de replica hacia los demás artesanos atrasados como una opción de desarrollo, dado que estas son dirigidas bajo procesos productivos mas amplios y están llevando a estos artesanos a producir artesanías de mejor calidad, ocasionando ya la demanda no solo por el mercado regional o nacional, sino que sus productos están siendo exportados a mercados internacionales<sup>13</sup> y que como veremos mas adelante están generando un importante valor agregado, bienestar y desarrollo en aquellos productores que han asumido el riesgo de aplicar estos procesos mas amplios.

Dado que estas experiencias son importantes de analizar, se describe los siguientes casos como exitosos en Capula:

---

<sup>13</sup> Esta información sobre los 3 estudios de caso puede verse más a detalle en anexo (Cuestionario para Estudio de Caso, aplicado entre el 20 de octubre del 2006 al 28 de enero del 2007).

**Caso uno:** Vajillas finas “El Colibrí”. Este taller artesanal en Capula se distingue de los demás talleres artesanales dado que este se ha especializado en vajillas finas de exportación principalmente. Nace en el año de 1981 por lo que tiene actualmente 25 años de antigüedad. Su propietaria es la señora Blanca Pineda y que nació en la ciudad de México y a los 3 años de edad sus padres la trajeron a vivir a Capula, dado que sus padres eran originarios de la localidad y aunque ellos se dedicaban a actividades diferentes a la artesanal, Doña Blanca rápidamente aprendió el oficio de la artesanía produciendo en sus inicios productos a pequeña escala como ollas y casuelas principalmente. Es madre de 3 hijos,



Iván, René y Roberto. Desde su niñez su pasión ha sido la de producir artesanías. Una de sus principales potencialidades es la de tener gran habilidad para la venta de sus productos en diferentes mercados. Es una persona preocupada en producir y cuidar la cultura local, el de generar empleo y el de mantener vivas las tradiciones de Capula. Esta característica pone a esta productora como una de las más reconocidas a nivel estatal, nacional e inclusive con fama internacional, dado que ha patentado (registro) su marca ante la Secretaría de Hacienda y se ha relacionado tanto con instancias gubernamentales, como no gubernamentales y privadas.

Desde sus inicios como artesana empezó comercializando sus productos en los pueblos aledaños como Morelia y otros y en exposiciones, en ferias regionales, estatales y nacionales. Así la señora Blanca, como muchos le llaman, fue ganándose un reconocimiento en el medio como una de las artesanas mas sobresalientes en el ramo. Es una mujer sumamente trabajadora, inteligente y capaz, esta característica le ha permitido ubicarse como una de las artesanas más exitosas en la localidad dado que sus productos reúnen las más altas exigencias por el mercado de exportación, dado que mandó a su hijo Iván a

especializarse en cerámica en alta temperatura. Esta cualidad de este taller artesanal ha contribuido a que la señora Blanca Pineda esté siendo convocada a participar en todos los concursos locales, regionales, nacionales en el campo de la artesanía dado que ha tenido la oportunidad de participar en los concursos de todos los años, logrando ganar 30 primeros lugares, 35 segundos lugares y 3 terceros lugares. Estos reconocimientos destacan sobre todo en el ámbito nacional y estatal por la excelente decoración de las vajillas en cerámica. Este alto número de reconocimientos ha impulsado a que este taller artesanal sea ya reconocido en importantes mercados nacionales e internacionales por su alta especialización sobre todo en vajillas en cerámica, ya que en total suma más de 68 reconocimientos por su variedad de vajillas, cifra que pocos artesanos de Capula pueden presumir. Su alto prestigio y reconocimiento y de su negocio tiene que ver mucho a que se cuenta con una VISIÓN y MISIÓN de largo plazo<sup>14</sup>; elemento característico que lo hace diferente al resto de productores.

**Caso dos:** Artesanías Finas “El Nuevo Colibrí”, este taller artesanal nació hace tres años pero con la experiencia de 15 años. Su propietario es el joven Iván Pineda, hijo de la exitosa artesana Blanca Pineda. El joven Iván, es uno de los artesanos más especializados de la localidad de Capula, hizo sus estudios en la Escuela Japonesa en la ciudad de Toluca, estudió la técnica de alfarería avanzada en MOA (alfarería vidriada floreada o capulineada), obteniendo el diploma de Técnico Ceramista y actualmente ha logrado concluir sus estudios de secundaria en el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) con sede en Capula. Esta experiencia ha abierto la perspectiva de visualizar objetivos



<sup>14</sup> La VISIÓN y MISIÓN de los Estudios de Caso que se analizan pueden verse en la página WEB: [www.artesaniasdeexportacioncapula.com](http://www.artesaniasdeexportacioncapula.com)

más ambiciosos en el campo de la artesanía. Habiendo heredado el conocimiento de su madre, este joven artesano a sus 15 años decidió especializarse en cerámica de alta temperatura; esta característica diferencial en el proceso productivo ha llevado al "Nuevo Colibrí", a ubicarse como uno de los talleres técnicamente más especializados y competitivos de la localidad, dado que sus productos son totalmente libres de plomo y con la resistencia adecuada. Sus productos son comercializados en el mercado regional, nacional y también son exportados a diferentes mercados del mundo a través de instituciones gubernamentales como Casa de las Artesanías, Fonart y otros.

La VISIÓN y MISIÓN de este joven artesano, ha llevado a que conjuntamente con su madre esté desarrollando procesos artesanales diferenciales en Capula, ya que ha combinado su conocimiento tradicional con el conocimiento tecnológico/moderno en cerámica artesanal.

A Iván le ayuda su esposa y su hermano Roberto que además de ser familiares dominan perfectamente todo el proceso productivo, y se apoya de personal asalariado que contrata de tiempo completo a destajo, además frecuentemente manda maquilar (con dos o tres artesanos) piezas de vajillas. En este sentido, es importante mencionar que se trata de dos talleres independientes aunque pertenecientes a una misma familia que han optado por la especialización en cerámica de alta temperatura y que por lo tanto intercambian información.

Gracias al crecimiento de su taller, permite que este exitoso artesano esté contratando y capacitando mano de obra extrafamiliar y asalariada en procesos productivos especializados que aseguran productos competitivos que el mercado internacional le está demandando.

**Caso tres:** Artesanías Finas "**Ladislao Martínez**". Conocido como uno de los mejores maestros alfareros de Capula, nació en el barrio de San Miguel del pueblo de Capula, sus padres fueron campesinos y alfareros por tradición, como

la mayoría de los habitantes del lugar. Desde pequeño, comenzó a trabajar tanto en las labores del campo como en la alfarería de barro. Durante su juventud, y ya casado siguió trabajando la alfarería tradicional de Capula, en especial las ollas, que comercializaba en el vecino Estado de Guanajuato, durante la estancia del Párroco Sr. D. Javier Solís<sup>15</sup> en la comunidad, tiempo en que nuevos artesanos se incorporaron a esta actividad gracias al impulso de este personaje y del Gobierno del Estado.

Es importante mencionar, que de acuerdo al testimonio del Sr. Ladislao Martínez algunos artesanos originarios de Tlaquepaque, Jalisco vinieron a Capula en el año de 1930, para enseñar con nuevas técnicas pero se negaron a enseñar a otros productores que pedían de su asesoría entre ellos el Sr. Ladislao Martínez, por lo que este artesano tuvo que practicar nuevas técnicas aprovechando su

propia genialidad superando las técnicas que aquellos maestros de Jalisco habían enseñado en la localidad. Además manifiesta que el auge de la comercialización de su hermosa artesanía se ha debido primero, a su habilidad del pintado en diferentes productos; segundo al impulso de



fomento productivo al sector artesanal que se le dio en los ochenta con la política de Cuauhtemoc Cárdenas (1980-1986)<sup>16</sup>; y tercero, como parte de esta política, sus productos fueron promovidos en diferentes mercados nacionales e internacionales, además un periodista americano que conoció en el Congreso de la Unión, lo promocionó en el extranjero y por ello sus productos no dejan de tener demanda en el extranjero.

---

<sup>15</sup> Ver, Tapia Mendoza, Feliciano (2001), en: Memoria Histórica de Capula. CONACULTA. Pacmyc Morelia.

<sup>16</sup> Don Ladislao Martínez manifiesta que en este periodo de gobierno los apoyos técnicos, crediticios y de comercialización prestaron atención en los artesanos de Capula.

Así, Ladislao Martínez incursionó en la cerámica artesanal sobresaliendo por su ingenio y aplicación de nuevas técnicas (punteada: margaritas, pececitos, colibrí, etc), haciéndose acreedor a más de 40 premios y reconocimientos entre ellos: primer lugar en vajilla tradicional en el Concurso Nacional de Alfarería (1982); segundo lugar en Alfarería Vidriada en Pátzcuaro (1983); primer lugar en Ollas y Jarras (1986); Premio Especial Presidencial Municipal de Morelia (1991) y lo más importante es que también recibió de manos del presidente Carlos Salinas de Gortari el reconocimiento a la obra más sobresaliente en el XV Premio Nacional de Cerámica en Tlaquepaque, Jalisco. Además lo mejor de sus obras han sido expuestas en diferentes Estados de la República Mexicana, y desde luego se han exhibido también en el extranjero, como Estados Unidos, Alemania, Holanda y otros, siendo seleccionado además por su labor curricular para ilustrar páginas del "wer den ton bese it" catálogo artesanal mexicano editado en Alemania, publicación que especifica además el peculiar puntillismo que caracteriza la ya característica cerámica de Capula.

Es reconocido como uno de los mejores maestros de la localidad de Capula gracias a tiene MISIÓN y VISIÓN, ha ganado innumerables premios locales, estatales y nacionales, entre los que destaca como se dijo anteriormente el "Galardón Presidencial" y reconocimiento a nivel internacional, Ladislao Martínez se ha especializado en la decoración de platonos y tibores hermosos, también hace vajillas y piezas especiales para los concursos.

El hogar de Ladislao además de ser una unidad económica artesanal campesina es un centro de enseñanza y aprendizaje, porque capacita a los miembros de su familia a pesar de que sus hijos (incluyendo a él) no han tenido acceso a la educación formal y penas saber leer y escribir. Con ello, don Ladislao ha ampliado

y enriquecido su capital social,<sup>17</sup> dado que todos sus hijos, nietos y familiares elaboran excelente artesanía. Fue el primero en poseer un horno de manos del entonces gobernador de Michoacán Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, donde este dio en Michoacán un gran impulso a la artesanía michoacana y que actualmente este horno se encuentra funcionando con una antigüedad de más de 22 años de uso.

El prestigio y calidad, de los productos de Ladislao Martínez garantiza su comercialización en el mercado, incluyendo el de exportación, dado que principalmente los pltones son demandados en el extranjero por su original pintado y calidad.

Así, el éxito de estos tres productores artesanales se distingue por seguir procesos productivos especializados y diferenciales con respecto al resto de productores de la localidad. Estas experiencias exitosas en la producción y la forma de comercialización propia que ellos utilizan, son opción de replicada hacia los otros productores artesanales que se han quedado en la tradición.

Para ello, es importante distinguir las características diferenciales de estos casos exitosos, cuya réplica de estos puede propiciar mayores niveles de productividad y competitividad local.

---

<sup>17</sup> En este caso, es importante recalcar lo que dice (Triglia:147, 2003) que en áreas atrasadas como la de Capula, las redes sociales ligadas a la familia, a la parentela, a la comunidad local, como en este caso, este capital social puede ser activado y reorientado por una acción política conciente y apropiada hacia la producción de capital social favorable al desarrollo.

<b>Cuadro 1.- Características diferenciales de los estudios de caso y el resto de productores artesanales de Capula</b>	
<b>Estudios de caso</b>	<b>Resto de productores</b>
1.- Se han especializado en nuevas técnicas de pintado y en alta temperatura	1.- Siguen con técnicas ancestrales (tradicionales)
2.- Preservan su identidad cultural en sus productos	2.- Preservan su identidad cultural en sus productos
3.- Tienen confianza en la institución gubernamental para gestionar	3.- No tienen confianza hacia la institución
4.- Tienen flexibilidad ante los cambios del mercado.	4.- Tienen resistencia ante los cambios del mercado
5.-Tienen flexibilidad para introducir innovaciones en los procesos productivos	5.- Son temerosos para introducir innovaciones en los procesos productivos
6.- Son innovadores en la mejora y diversificación del producto	6.- No tienen la voluntad para estar innovando constantemente.
7.- Tienen un alto grado de reconocimiento a nivel nacional e internacional.	7.- Tienen reconocimiento sólo a nivel local.
8.- Capacidad de gestión social e institucional en proyectos productivos.	8.- No intentan gestionar con ninguna institución.
9.- Tienen habilidad para concertar y vender sus productos en mercados importantes.	9.- Son escasos los que venden sus productos en otros mercados.
10.- Logran economías a escala, ya que logran reducir sus costos de producción.	10.- Sus costos de producción son elevados, en ocasiones solo recuperan su trabajo.
11.- Invierten en capacitación y desarrollo	11.- No invierten en capacitación y desarrollo
12.- Intercambian información.	12.- Poco tienen que intercambiar
13.- Tienen tendencia hacia la acumulación de capital.	13.- Presentan economía de subsistencia.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a información de la encuesta aplicada sobre 3 estudios de caso del 20 de octubre del 2006 al 28 de enero del 2007.	

Como podemos observar el cuadro 1 sobre las características diferenciales de las unidades artesanales de Capula, apreciamos que una de las características claves de estos procesos productivos que distingue a los productores exitosos, es precisamente que se han especializado en nuevas técnicas de producción, es decir, han tenido la visión de acercarse a la investigación asistiendo a cursos



especializados en otras ciudades como Toluca, Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, entre otras, con la finalidad de estar mejorando constante su producto, dado que el cliente constantemente es mas exigente. En segundo lugar, siguen respetando su identidad cultural en sus productos; es decir, el producto preserva la manualidad en su elaboración y el pintado. Esto los hace demandados por el turismo nacional e internacional, dado que en ellos se refleja su cultura, su tradición, pero sobre todo la identidad y genialidad de los indígenas mexicanos.

Otra característica importante que se ha identificado en estos estudios de caso, es precisamente a que ellos no han perdido la confianza en la institución gubernamental y están en constante comunicación con la finalidad de estar gestionando recursos en proyectos productivos y atrayendo demanda para sus productos ya que estos tienen gran demanda en el mercado externo.

Otra de las características importantes que hace diferentes a estos productores exitosos, se basa en la flexibilidad que tienen hacia los cambios en el mercado, es decir, están al tanto en la innovación tecnológica presente y esto los hace competitivos ante el mercado globalizado, además de estar invirtiendo cotidianamente en investigación y desarrollo asistiendo a cursos y concursos nacionales importantes e intercambiando información para la mejora de sus procesos productivos (sobre todo los dos primeros casos dado que son de la misma familia); estos elementos los hace más competitivos y diferenciales y que aunado al reconocimiento nacional e internacional que se han ganado por su variedad y calidad de su artesanía, son identificados con facilidad en mercados importantes.

En este sentido, el que estos productores tengan la apertura y la flexibilidad para estar innovando constantemente sus procesos productivos, a que estos abaraten sus costos de producción logrando ganancias que ascienden entre un 15% y 20% y el margen de defecto en sus productos es relativamente bajo<sup>18</sup>. Así producir artesanías de alta calidad lleva a que estos talleres combinen mano de

---

<sup>18</sup> Ver encuesta realizada a estudios de caso en Anexo.

obra tanto familiar como asalariada y capital de forma diferente a la forma de acumulación, diferencia que radica en que estos pequeños negocios artesanales tienen la característica de ser familiares y que esta actividad la siguen combinando con la agricultura (sobre todo esto se da con mas intensidad en el caso de Don Ladislao Martínez).

## **2.2.- Organización productiva**

Una de las principales características generales de la organización productiva artesanal en Capula, es una incipiente organización (división y especialización) en el interior de la mayoría de la unidades artesanales, su fuerza de trabajo es netamente familiar (presidida por el jefe de familia) basada en la edad, el sexo y el tamaño de la familia, y favorece para que el alfarero se apropie íntegramente del producto de su patrimonio económico. Aquí la división del trabajo entre los elementos que constituyen el grupo doméstico (familiar), en la producción alfarera, así como la obtención de la materia prima, está dada por el número de miembros que integran esa unidad doméstica, según la edades y el sexo, un ejemplo de ello, es lo que se observa en Capula con la familia extensa y el hecho de que ésta tenga un número equilibrado de varones y mujeres, niños y niñas, le dá una mayor ventaja en ahorro de tiempo y suficiente fuerza de trabajo.

Así mismo, la mayoría de las unidades productivas económicas no contemplan salarios, y el trabajo familiar tiene una retribución que aparece corporativizada en el consumo familiar. Estas unidades económicas alfareras familiares de subsistencia con actividades complementarias, se distinguen porque



sus niveles de productividad (resultados de la organización del trabajo y su avance tecnológico), no llegan al punto medio, y tienen que aumentar el grado de autoexploración mediante la venta de mano de obra familiar (o su ocupación en

otras actividades). Por lo mismo este tipo de alfareros no generan excedentes, ni mucho menos acumulan capital.

En cambio, las unidades económicas alfareras y que pueden ser consideradas como microempresas en Capula (estudios de caso descritos), actualmente están registrando otra forma de organización en su interior. Estas microempresas que siguen siendo familiares están acumulando capital dado sus procesos de producción y se caracterizan por utilizar mano de obra familiar y asalariada (esto determina su organización) que unida a uso de tecnología compleja (sofisticada), les permite un nivel de productividad superior al medio, es decir, generan excedente y lo reinvierten. Estas unidades económicas alfareras y consideradas microempresas emplean mano de obra complementaria (temporal) y son acumuladoras de capital. Esto es, que además de emplear mano de obra familiar compran también la ajena (contribuyendo para que la organización del trabajo se de con base en la calificación y capacitación), usan tecnología compleja y producen para satisfacer las necesidades de su familia y para obtener excedentes que este a la vez los invierten y los reinvierten generando un nivel de bienestar muy superior al resto de las unidades alfareras.

Una de las características más sobre salientes en los estudios de caso descritos, se basa en que estas microempresas especializadas siguen siendo familiares y recurren temporalmente a mano de obra asalariada con trabajadores contratados en la misma localidad (ver cuadro 2).

<b>Cuadro 2.- Personal ocupado en las microempresas artesanales especializadas, 2007.</b>			
<b>Nombre del taller</b>	<b>No. de empleados familiares</b>	<b>No. de empleados asalariados</b>	<b>Total de familias</b>
Vajillas Finas "El Colibrí"	2	3	5
Artesanías Finas "El Nuevo Colibrí"	3	4	7
Artesanías Finas "Ladislao Martínez"	10	No tiene	10
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>22</b>
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a información de la encuesta aplicada sobre 3 estudios de caso del 20 de octubre del 2006 al 28 de enero del 2007.			

En el caso del taller Vajillas Fina "El Colibrí", se contratan por temporadas a tres trabajadores y que sumados con la dueña y su hijo René se registra un total de 5 familias que se benefician económicamente. El taller denominado Artesanías Finas "El Nuevo Colibrí", es el que concentra un mayor número de familias tanto familiares y asalariadas; 4 asalariados, 3 miembros familiares dando un total de 7 familias beneficiadas en el taller. En este caso, debe decirse que artesanías "El Nuevo Colibrí" ha ampliado recientemente su capacidad instalada de producción, tanto en personal ocupado como en tecnología. Se ha empezado a trabajar en la elaboración de muebles rústicos de exportación por medio de Casa de las Artesanías y los trabajadores han sido capacitados en las dos áreas de producción (tanto en artesanías como en muebles) por lo que se tiene flexibilidad para ser movidos según la demanda que tenga el mercado.

En el caso de Artesanías Finas "Ladislao Martínez", no contempla mano de obra asalariada debido a encontramos una familia sumamente extensa. Este taller beneficia a 10 familias, es padre de 9 hijos (6 hombres y 3 mujeres) y aunque viven en hogares separados, todos tienen relación con dicho taller. Todos queman la artesanía en el mismo horno, ahí participan o colaboran desde los hijos, yernos y hasta los nietos; es decir toda la familia.

En conjunto, estos productores exitosos en Capula, han enriquecido su conocimiento tácito (implícito) con el conocimiento explícito; es decir, en el caso de las microempresa “El Nuevo Colibrí” dirigido por el joven Iván González Pineda, este se ha capacitado en artesanías de alta temperatura en la ciudad de Toluca en una escuela japonesa, y específicamente en cerámica obteniendo el diploma de Técnico Ceramista y el aprendizaje sobre la elaboración de muebles rústicos es un saber que la vida de ha dado con su inteligencia e ingenio. Esta formación e ingenio ha llevado a que su propio taller tenga el nivel de organización productiva importante al igual que el taller (Artesanías Finas “El Colibrí”) de la señora Blanca Estela Pineda quien es su madre, que por medio del conocimiento y la visión de su hijo le ha permitido tener niveles organizativos exitosos. Así mismo, la señora Blanca Pineda también ha tenido la oportunidad de participar en diferentes cursos y programas de “manualidades” en la Escuela del Seguro Social en Morelia.

### **2.3.- Importancia del valor agregado en la producción artesanal**

En México casi toda la artesanía que se elabora en las comunidades, son objetos producidos para satisfacer necesidades cotidianas, como: vestido, vivienda, utensilios domésticos y herramientas para el trabajo agrícola. En Capula, la gran mayoría de los talleres artesanales tienen esta característica de que en la mente del artesano está cubrir primeramente las necesidades del sustento familiar.

El valor agregado que los artesanos que se genera en la elaboración de los productos, no es recompensado por el bajo precio que prevalece en el



mercado y las escasas vías de comercialización principalmente y además de que sus productos no pasan las normas la calidad “NOM” (Norma Oficial Mexicana) marcadas por la Secretaría de Salud.

Sin duda, el valor agregado que contienen los productos artesanales lo encontramos precisamente en el ingenio manual (su forma, pintado y decoración) que estos actores registran en sus propios productos.

La recuperación del valor agregado para la gran mayoría de los artesanos debe de recuperarse con la implementación de una política industrial eficiente dado que la competencia (principalmente productos chinos) viene a abaratar su precio y la mayoría de las veces los artesanos no recuperan ni siquiera sus costos de producción<sup>19</sup>.

Sin embargo, en Capula existen experiencias (estudios de caso) que se ha identificado como artesanías competitivas<sup>20</sup> y que estas se han especializado en sus procesos productivos y desde luego están generando valor agregado producto de sus mejoras en los procesos productivos organizacionales.

En el (cuadro 3) podemos apreciar que los productos de los talleres especializados en Capula están siendo vendidos a precios muy diferentes a los productos de los talleres tradicionales; y se debe a que estos productos de gran calidad presentan cuatro características principales:

1.- Los productos artesanales están libres de plomo, esto a consecuencia de que llevan entre una a dos quemadas a una temperatura promedio de 1100°C., además de que los insumos que se utilizan son de muy buena calidad, mientras que los productos de talleres alfareros tradicionales son quemados con leña y a una temperatura de entre 700 y 800°C.

---

<sup>19</sup> Don Noé Martínez hijo del reconocido artesano de Capula Sr. Ladislao Martínez y quien es ejemplo de la localidad, dice que en varios de los productos a la hora de venderlos a penas "se recupera el costo de producción y la joda sale gratis".

<sup>20</sup> Los talleres de Blanca Pineda (El Colibrí), Iván Pineda González (El Nuevo Colibrí) y el taller de Ladislao Martínez son casos competitivos y diferenciales ante el mercado.

2.- La terminación de estos productos especializados son de gran calidad tanto en modelos y en pintado, por lo tanto, su pintado a mano y decoración son elementos que determinan en gran medida su valor agregado.

3.- La habilidad y conocimiento de estos talleristas para vender y relacionarse con su entorno (con clientes importantes, apoyos de instituciones gubernamentales y participación en ferias) los hace diferentes a los demás.

4.- La combinación del conocimiento tácito (implícito) y conocimiento explícito (producto de la especialización que han realizado fuera de la localidad) es lo que los hace competitivos y exitosos.

Estas cuatro características encontradas en estos tres estudios de caso demuestran la diferencia de los productos artesanales en Capula. Un ejemplo de ello, lo encontramos en uno de los principales productos del taller de artesanías "El colibrí", donde una hermosa vajilla vendida en el mercado internacional es colocada a un precio de entre \$1700.00 y \$2000 y esto refleja el verdadero costo del ingenio de la manualidad, mientras tanto, las vajillas vendidas en los talleres tradicionales demuestran que su precio no recupera ni los costos de producción, dado que la incipiente tecnología con la que es producida no permite tener las característica con respecto a las otras.

La vajilla del taller tradicional es vendida en el mercado local y regional a un precio entre \$1000 y 1200.00 (precio venta-público), por lo que existe una variación promedio en sus precio de más del 33.0% (ver cuadro 3).

Cuadro 3.- MUESTRA DE PRECIOS DE PRODUCTOS ALFAREROS PRINCIPALES EN TALLERES ESPECIALIZADOS (ESTUDIOS DE CASO) Y TRADICIONALES EN CAPULA, 2007.							
Producto	Taller especializado*			Taller tradicional			Var. (%) precio**
Tipo	Precio venta-público	Precio venta en ferias	Precio venta export.	Precio venta-público	Precio venta en ferias	Precio venta export	
Vajillas (46 pzas) 6 personas	Mayoreo \$1500 Menudeo \$1800	\$1700  2000	\$1500  \$1800	\$1200  \$1000	\$1300  \$1100	N/A  N/A	(-)33.0%
Plato trinche 28.5 cm	Mayoreo \$38 Menudeo \$48	\$38  \$48	\$38  \$48	\$10  \$12	\$12  \$15	N/A  N/A	(-)300%
Cazuela tipo vajilla	Mayoreo \$140 Menudeo \$160	\$140  \$160	\$140  \$160	\$23  \$25	\$25  \$28	N/A  N/A	(-)815%
Platón trinche pintado	Mayoreo \$550 Menudeo \$605	\$550  \$605	\$550  \$605	\$14  \$16	\$16  \$18	N/A  N/A	(-)3085%
Ollas (atlaco de 4LT)	Mayoreo \$1500 Menudeo \$1600	\$1600  \$1700	\$1500  \$1600	\$12  \$14	\$14  \$16	N/A  N/A	(-) 11,750%

\*Los productos de los talleres especializados son los que principalmente se están exportando.

\*\*Corresponde a la variación promedio de los precios de los talleres tradicionales con respecto a los talleres especializados.

**Fuente:** Elaboración propia en base al cuestionario aplicado entre el 20 de octubre del 2006 y el 28 de enero del 2007 en los talleres especializados (estudios de caso) y talleres tradicionales instalados en el mercado de Capula.



Otra característica diferencial que encontramos en los precios de las artesanías de los productos especializados y tradicionales es la diferencia que se registra en los hermosos platos trinche pintados por el reconocido artesano “Don Ladislao Martínez” y que son exportados a través de la Casa de las Artesanías y con la asesoría del M.C. Jorge Yeverino Juárez, investigador en materia de la Facultad de Economía de la Universidad Michoacana. Estos platones dado su grado de especialización tienen un valor entre 50 y 55 dólares en el mercado de exportación equivalentes a 500 y \$600 pesos (mexicanos) y los mismos platones (tipo trinche) en los talleres artesanales tradicionales el precio es de \$16.00 pesos cada uno. Aquí es donde se refleja la diferencia en el precio, dado que los platos hechos con alta especialización su calidad y pintado reúne su saber e ingenio, dado que su decoración eleva su valor agregado en el mercado, esto genera una importante variación en su precio de 30 veces más (3085%) con respecto a sus similares de \$16.00 a \$18.00 en el mercado local.

Esta diferenciación de los productos artesanales de talleres especializados y tradicionales que se observan en la localidad de Capula, son de suma importancia para el análisis, por lo que estas experiencias dadas en estos talleres donde los procesos productivos son más amplios y diferenciales son una opción de réplica hacia otros productores de la localidad con la finalidad de generar encadenamientos productivos, es decir, estas réplicas pueden ir dirigidas hacia el aprovechamiento de las potencialidades de cada productor, dado que cada uno de ellos tiene su propia habilidad en determinado producto y esta puede ser reforzada y enriquecida dado estas experiencias y que por lo tanto pueden dejar importantes dividendos hacia los productores en su conjunto.

#### **2.4.- Innovación y desarrollo local en las artesanías.**

Los talleres artesanales se han especializado en productos de cerámica y de barro de alta temperatura. Los hornos de leña que anteriormente se estaban utilizando han sido cambiados por hornos tecnológicamente avanzados que alcanzan una temperatura promedio de más de 1200°C. Para ello, ha sido importante la combinación del conocimiento tácito (implícito) y el externo (explícito) que ellos

han adquirido fuera de la localidad. Ellos han recurrido a infinidad de cursos y especializaciones principalmente a la ciudad de México y Toluca para especializarse en el uso de la tecnología y en técnicas de producción y pintado manual. Un ejemplo de ello, se tiene que el (exitoso) productor Iván González Pineda (artesanías “El Nuevo Colibrí”) se ha especializado en la ciudad de Toluca en la rama de cerámica de alta temperatura especialmente en vajillas, platos, tasas, cafeteras, etc. La señora Blanca Pineda (de artesanías “El Colibrí”), también se ha especializado en vajillas de alta calidad en diferentes tamaños y modalidades aprovechando la especialidad de su hijo Iván que con su gran habilidad para producir artesanías realiza también los mejores pintados manuales en Capula. El caso del taller de Ladislao Martínez es otro que se caracteriza por su importante innovación tecnológica en sus procesos productivos. Además de contar con un horno de alta temperatura (de más de 1050°C) gracias a sus gestiones con instituciones públicas, este se ha especializado en platones trinche y ollas (atlaco de 4 LTS) de alta complicación en pintado, por lo que elabora

excelentes productos para el mercado internacional más exigente. Este artesano nativo de la localidad, es reconocido en el medio internacional por su gran cantidad de reconocimientos que su hermosa artesanía le distingue, dado que no existe ningún concurso nacional donde este no gane algún reconocimiento. Además de tener esta



potencialidad en el pintado, la misma experiencia de la vida<sup>21</sup> le ha permitido relacionarse en todos los niveles (municipal, estatal, nacional e internacional) y por lo tanto su nombre tiene presencia en donde quiera que se presente.

Por lo tanto, esta especialización tecnológica aunada a la combinación de conocimientos que estos artesanos tienen, hace de su más importante

---

<sup>21</sup> Se entiende que son todos los saberes vividos que ha adquirido a lo largo de su vida, producto en este caso a la experiencia vivida desde la producción de la artesanía.

característica. La inserción en el mercado de exportación lo han logrado también por su propia habilidad e inteligencia, consiguiendo así importantes apoyos en créditos con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, esto les ha permitido innovar constantemente sus procesos productivos generando importantes ganancias producto de las exportaciones que continuamente realizan a diferentes mercados. Estos talleres diferenciales tienen una tendencia hacia la acumulación de capital y se dan el lujo de contratar mano de obra asalariada por temporadas producto de la demanda que tienen del mercado externo. Sus talleres están acondicionados con sus áreas adecuadas en lo referente de sus procesos productivos, esto les permite aprovechar al máximo el nivel de calidad de sus productos, dado que el margen de defecto dicen ellos, es relativamente bajo.

Por lo tanto, los procesos productivos de los talleres especializados se describen con las siguientes fases:

1.- **Área de preparación del barro:** aquí se realiza la preparación del barro o cerámica; es decir, se hace el molido y la preparación de la materia prima para que esta sea manejable y ponerse en los moldes que son los que le dan forma al producto.

2.- **Área de torneado:** aquí dado ya el manejo del barro preparado se procede a dar forma a la pieza, esto con la ayuda de los moldes que se tienen.

3.- **Área de secado:** una vez que se le ha dado forma al producto con los moldes y se han quitado de ellos, se procede a pasarlos al área de secado natural para que estos se sequen y adquieran resistencia.

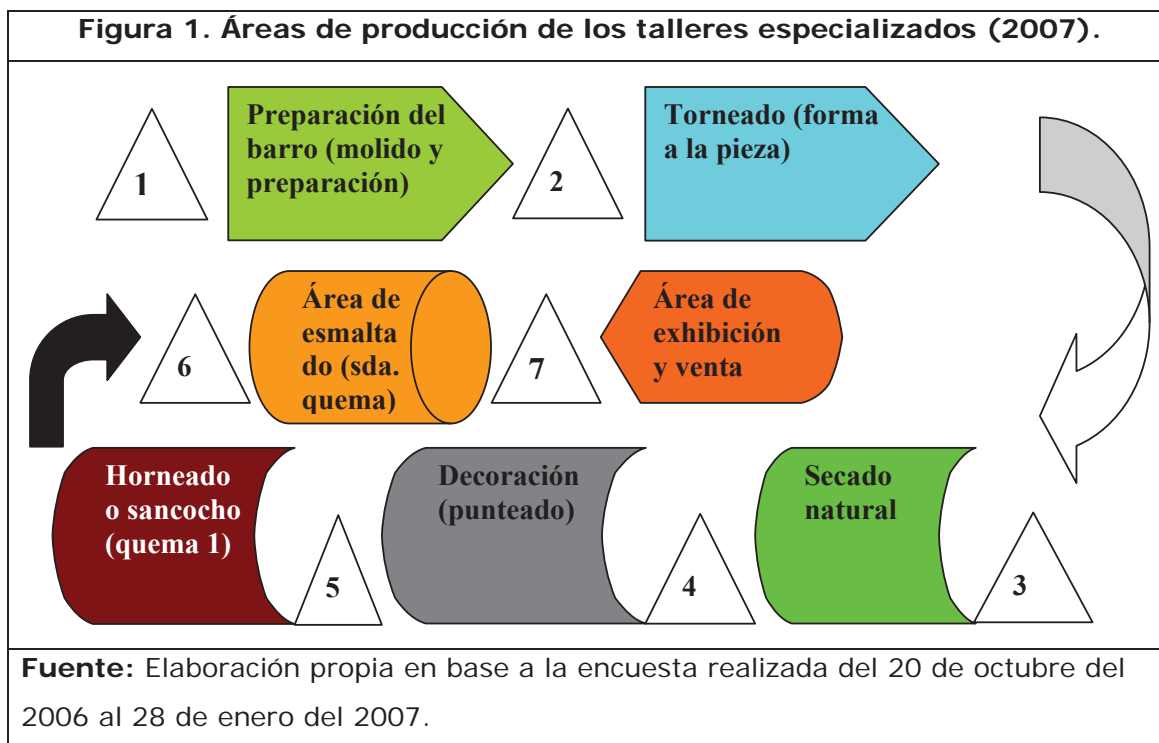
4.- **Área de decoración:** en esta área es dónde se fija el ingenio del artesano, punteando con diversas técnicas su producto; aquí es precisamente donde este adquiere la mayor parte de su valor agregado.

5.- **Área de horneado o sancocho (primera quema):** una vez pintado el producto, estos son instalados de manera organizada en los hornos especializados (alta temperatura) y son quemados por primera vez. A esta área también se le conoce como esmaltado.

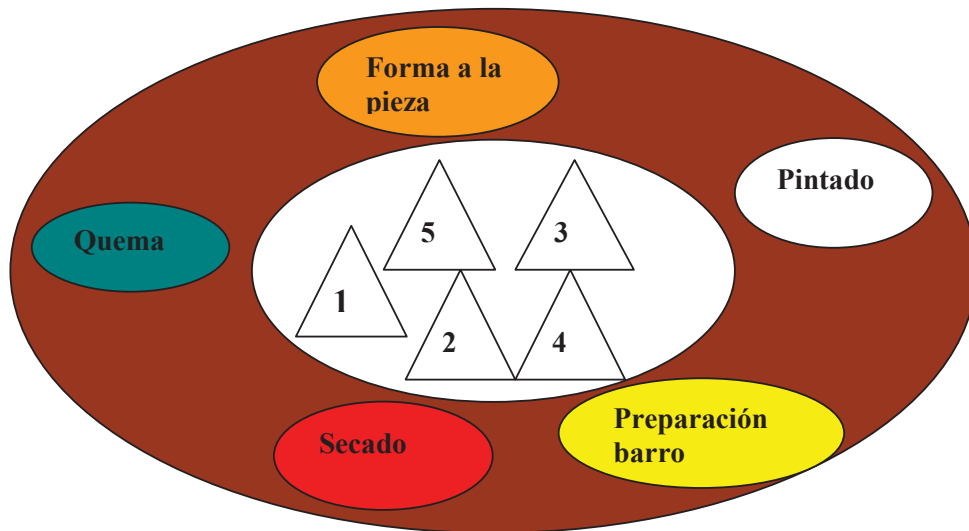
6.- **Área de esmaltado (segunda quema)**: una vez que el producto se limpia perfectamente (se desempolva) y se pasa a la segunda quema. Con la segunda quema, el producto adquiere más resistencia y adquiere un color original, y por último,.

7.- **Área de exhibición y venta**: en esta área, el producto es exhibido en el local o en su caso en el mercado artesanal de la localidad para su venta.

Estas áreas con las que cuentan estos talleres, hacen que su producción se realice de una manera organizada y ha diferencia de los talleres tradicionales sus áreas de producción se tienen de manera desorganizada (no existe organización), dado que estos en una pequeña área realizan todas sus fases productivas, desde la preparación del barro (manual) hasta que el producto es quemado con leña y a muy baja temperatura (ver figura 1 y 2).



**Figura 2. Áreas de producción de los talleres tradicionales (2007).**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta realizada a un taller tradicional de doña Francisca Hernández, del 20 de octubre al 28 de enero del 2007.

Podemos observar que la diferencia de los talleres especializados con los tradicionales es muy marcada; los primeros tienen sus áreas bien organizadas desde la etapa de la preparación del barro hasta la quema de los productos; y los segundos (los tradicionales), sus procesos de producción lo realizan por lo general en una pequeña área y sobre todo con esta organización propia que les da subsistencia. En cambio, los talleres especializados, cada una de sus fases productivas tienen su propio espacio; esto permite obtener economías crecientes a escala, puesto que no hay ningún estorbo en el proceso de producción y los productos tienen un margen de error relativamente pequeño.

Es importante mencionar que la competitividad de los productos que elaboran estos artesanos exitosos, tienen que ver mucho a la tecnología que adoptan en sus procesos productivos. Para elaborar los productos se ayudan de la tecnología avanzada sin descuidar la esencia cultural que tiene que ver con la característica de la habilidad manual. La tecnología utilizada en la producción es adquirida bajo el conocimiento que han adquirido en cursos especializados fuera de la localidad., por lo que han invertido en capacitación para mejorar sus procesos productivos, oportunidad que no ha sido posible para el resto de productores de la localidad ya que ellos siguen utilizando tecnología rudimentaria y de subsistencia. La tecnología que los artesanos especializados y tradicionales utilizan se describe en el cuadro 4.

<b>Cuadro4.- Tecnología utilizada en los procesos productivos en los talleres artesanales y alfareros, 2007.</b>	
<b>Especializados</b>	<b>Tradicionales</b>
Horno de gas LP (1500°C)	Horno de leña (de 700 a 800°C)
Tornos eléctricos (molido del barro)	Molido manual
Estructor (amasador)	Amasado manual
Moldes especiales	Moldes sencillos
Mezcladora ( materiales en líquido)	No se tiene
Revolvedora (materiales en polvo)	No se tiene
Pinturas especiales	Pintura sencilla (baja calidad)
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a información de la encuesta aplicada sobre 3 estudios de caso del 20 de octubre del 2006 al 28 de enero del 2007.	

### **2.5.- Sistema productivo local y producción artesanal**

La promoción del desarrollo económico local se plantea como una necesidad en la medida que regiones, micro-regiones o localidades enfrentan problemas económicos específicos que dependen de las circunstancias de cada territorio. A veces se trata de lugares tradicionalmente ligados a los procesos globales de desarrollo económico que, por efecto de las reestructuraciones de la economía

mundial, pierden importancia y se resienten en su nivel de producción, empleo, ingresos, desempleo y pobreza, etc. Estos efectos se dan en asentamientos semi-urbanos y rurales y que lejos de beneficiarse por las ventajas del desarrollo, han agudizado sus niveles de pobreza.

En la localidad de Capula, los efectos de la mundialización de la economía han afectado los niveles de producción de las artesanías, desde luego de empleo e ingresos. Estos efectos han limitado los procesos de mejora en la organización de la producción en la gran mayoría de los talleres artesanales.

El sistema productivo local de Capula, esta formado por un importante número de micros y pequeños talleres y un número limitado se han especializado y modernizado. Estas experiencias de micros y pequeñas empresas que se han analizado permiten identificar el surgimiento de economías externas e internas en el sistema productivo local y la reducción de sus costes de transacción. Estas experiencias encontradas en Capula, pueden generar rendimientos crecientes e impactar en el crecimiento de la economía de la localidad. Con sus avanzados procesos productivos con la adaptación de la nueva teología, técnicas diversas en pintado sin descuidar la identidad que caracteriza la cultura de Capula, ha permitido disminuir sus costos de producción y desde luego se han insertado en un mercado que cada día exige mayor competencia.

La tecnología que han adoptado les proporciona ventajas competitivas en los mercados nacionales e internacionales.

Es importante mencionar que la capacidad productiva y organizativa de las empresas fuertemente articuladas a la tradición productiva es un factor determinante de la competitividad interna y externa de las empresas locales. En Capula no sucede esto, en los casos analizados no existe una articulación entre ambas, dado que su éxito se debe a acciones individuales, lo que indica una



carencia de intercambios de información (de proveedores, de tecnologías, habilidades, administrativas y mercado).

Por lo tanto, esta situación provoca un ambiente de intensa rivalidad en el mercado local que se convierte en un factor determinante de la competitividad interna y externa de las microempresas estudiadas en específico y nos da una idea clara con respecto a las demás unidades de producción de que también el resto trabaja con esta característica.

Sin embargo, en Capula, el sistema productivo local ha mostrado históricamente oposición para introducir y adoptar innovaciones (tecnológica, administrativa, y organizativa) que les permitan a estas pequeñas empresas mejorar su posición competitiva en los mercados. Esta oposición se debe mas que nada a su tradición, cultura, identidad, etc.

La organización del sistema productivo de los tres casos exitosos lleva a encontrar diferencias marcadas con las otras unidades artesanales (tradicionales) no especializadas, y que por el contrario los casos exitosos dado los elementos analizados han ayudado a que estas tengan demanda en los mercado internos, nacionales y lo más importante e internacionales, y como lo dice (Becattini, 1997): el centro del proceso de acumulación de capital de los sistemas productivos locales lo constituye la organización del sistema productivo, hecho que facilita la formación de externalidades a través de una multiplicidad de mercados, merced de los cuales las empresas, los proveedores y los clientes se relacionan entre sí. Y como lo señala Aydalot (1986), el desarrollo económico no se apoya sólo en la capacidad de adquirir tecnología, sino depende además de la capacidad innovadora del sistema productivo de cada localidad. Esto coincide con las experiencias encontradas en Capula, que han introducido innovaciones en el sistema productivo como respuesta propia a las necesidades y desafíos del entorno, lo que ha generado modificaciones cualitativas en el propio sistema pero sin salirse de su identidad productiva. Estos los talleres artesanales exitosos, y entre ellos se vislumbra que existen lazos de confianza y de competencia, dado



que cada uno de ellos trabaja separadamente y cotidianamente innovan sus productos con la finalidad de tener presencia en el mercado.

En cuanto al mercado de trabajo en Capula, se observa que históricamente existe un gran potencial de manos preparadas en la elaboración de artesanías. Esta potencialidad de recursos humanos en la localidad ha sido fuertemente desaprovechada, dado que la gran mayoría de las unidades artesanales tienen condiciones favorables de comercialización y muchos de sus integrantes se están desplazando hacia otras actividades (principalmente al sector terciario) a la ciudad de Morelia, dado que prefieren tener un ingreso más estable y seguro.

Esto quiere decir, que existe desaprovechamiento de la oferta de mano de obra especializada en Capula, debido a condiciones de desventaja en las que operan la gran mayoría de los talleres.

## **2.6.- Mercado y exportación**

Para acercarnos a problemática de la alfarería popular en México y en particular de Capula es importante recuperar la cultura que dio origen y que hoy mantiene esta producción; se trata un conjunto de factores históricos, sociales, que han dado como resultado las hermosas piezas de barro y de cerámica. Este componente cultural hace que gran número de personas demanden artículos en el mercado hechos a mano y pintados a mano.

Según un estudio realizado en 1981 (dado a la escasa información sobre comercialización) en colaboración con FONART, los clientes mexicanos de mercados de artesanías son, en un 31% universitarios y profesores, y en un 26%, profesionistas; el 65% de los clientes nacionales e internacionales buscan objetos tradicionales, el 20% únicos, y el 15%, diferentes. El 60% de los clientes compra artesanías como objetos de decoración y el 70% se fija en el precio; la calidad interesó al 75% de compradores (Novelo: 1993:51). En cuanto al mercado exterior, la exportación de artesanías en los últimos años no ha significado más del 1 o 2% del total de las exportaciones y, desde los fines de los años setenta, se encuentra estancada, la competencia con las artesanías africanas y asiática es fuerte y los países compradores, los desarrollados, tienen a sus propios artesanos

modernos produciendo internamente los objetos que más demanda tienen, cerámica y textiles (Becerril: 1987).

En Capula no hay datos de comercialización de las artesanías, pero encontramos que en los mercados de la actividad alfarera existen relaciones de tipo horizontal y vertical, la primera como simple reproducción (esto en la gran mayoría de los talleres) y la segunda hacia cierta forma de acumulación.

En la mayoría de los talleres artesanales en Capula, se observa que los precios de los productos de consumo popular reflejan sólo el costo de lo que el artesano tiene que gastar para continuar su ciclo productivo (leña, greta, colores, etc.) y un mínimo excedente que muchas de las veces representa menos del salario mínimo de la región, éste no refleja el costo de su trabajo ni el de su familia y el de otros materiales como el mismo barro cuando lo compra.

Las relaciones que se observan y que se establecen en el interior de las localidades por lo regular se basan en relaciones de "confianza" entre los artesanos y los intermediarios de loza. Y aunque éstos vendan sus mercancías más baratas, los artesanos obtienen una remuneración inmediata para el sustento familiar. Esta baja remuneración obliga también a que los artesanos salgan a vender sus productos a tianguis

y a ferias populares de los pueblos y ciudades aledañas con la esperanza de obtener un mejor ingreso y una venta más segura. Sin embargo, cuando no se logra este objetivo, los artesanos intercambian mediante trueques sus productos por otros bienes inmediatos y



obtienen por lo menos los alimentos para su familia. Por lo tanto cuando se habla de mercados como el nacional, se observan las mismas relaciones pero en un contexto más amplio y el intermediario de la localidad o el foráneo son los que acaparan casi toda la producción, estas piezas las ofertan en grandes volúmenes a comerciantes transportándolas en grandes camionetas o trailer y los distribuyen

a dueños de grandes bodegas en importantes ciudades; los cuales venden a pequeños comerciantes que venden al público. Esta vía de comercialización de la mayoría de los artesanos genera que se queden con la mayor ganancia mediante el pago por adelantado y a precios bajos.

Sin embargo, en los (estudios de caso) como se dijo anteriormente, las vías de comercialización son muy diferentes a la de los talleres tradicionales, sus productos son demandados por mercados especializados de exportación y su comercialización es promovida y llevada a cabo con apoyo de instituciones gubernamentales (como FONART, Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado, FONAES y Sedeco). Estos talleres artesanales especializados en Capula han logrado cobrar fama en ferias y en el medio internacional, su producción alferera es admirada por turistas nacionales e internacionales, estos últimos compran piezas para su uso y colección particular y en algunas ocasiones para surtir tiendas fuera del país.

Don Ladislao Martínez opina que con el apoyo de todos los actores (comunitarios, gubernamentales y de la universidad) se puede explotar este importante mercado, dado que existe la demanda. La experiencia de exportación a gran escala de don Ladislao Martínez la vivió en los años de los ochenta (1980-1986) cuando el gobierno cardenista en Michoacán dio un gran impulso a la artesanía michoacana y cuando él tuvo la fortuna de ser el Presidente de Artesanos de la localidad. Durante ese periodo, dado, la importancia de esa política, los artesanos de Capula tuvieron la oportunidad de impulsar y comercializar sus artesanías en importantes mercados nacionales e internacionales, ya que el punteado, dice Don Ladislao, tiene gran demanda en el extranjero y que las ventas a estos mercados dejan buenos dividendos.

Esta opinión coincide con lo que señala Victoria Novelo (1993:49), en el sentido de que los productos artesanales que se destinan al mercado turístico y de exportación dejan importantes ganancias, dado que son dirigidos a los consumidores de altos ingresos. Este tipo de consumidores da a las artesanías su verdadero valor, de acuerdo a las pautas de consumo vigentes en el modo

capitalista de vida, privilegia la estética sobre la funcionalidad, valorando el trabajo manual por oposición al industrial que lleva incorporado el objeto, elemento que resulta básico en su elección y que induce a su compra y al que, por tanto, se le fija un precio alto.

Es aquí precisamente donde estos productores especializados han de comercializar sus productos a estos mercados importantes (el de exportación), dado que este mercado les deja importantes dividendos; es decir su producción está dirigida a consumidores de altos ingresos tanto nacionales como internacionales, pero se aclara que el mayor porcentaje se consume en el exterior, aunque también existen grandes restaurantes nacionales en Monterrey, Guadalajara, Puerto Vallarta que consumen este producto dado su amplia afluencia de turistas internacionales.

En el cuadro siguiente se explica el peso de la comercialización en términos porcentuales en sus diferentes mercados:

<b>Cuadro 5.- Mercados de comercialización promedio estudios de caso, en Capula 2007.</b>	
Mercado local.	20%
Mercado regional (ferias y clientes).	15%
Mercado nacional (restaurantes, clientes, etc)	15%
Mercado internacional (Casa de las Artesanías, Fonart, Sedeco, restaurantes, clientes internacionales, etc).	50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente:</b> Elaboración propia en base a datos proporcionados en la encuesta realizada aplicada del 20 de octubre del 2006 al 28 de enero del 2007.	

Se observa en el cuadro 5, que el mercado de exportación representa un gran porcentaje de las ventas para estos productores especializados (50%), seguido de la demanda del mercado local que asciende al 20% y el mercado regional y nacional comprende solo el 15%. En el caso de los talleres tradicionales, según datos de la encuesta aplicada en un taller tradicional se registra que ellos solo venden en el mercado local y son escasos los que salen a vender en ferias regionales<sup>22</sup>.

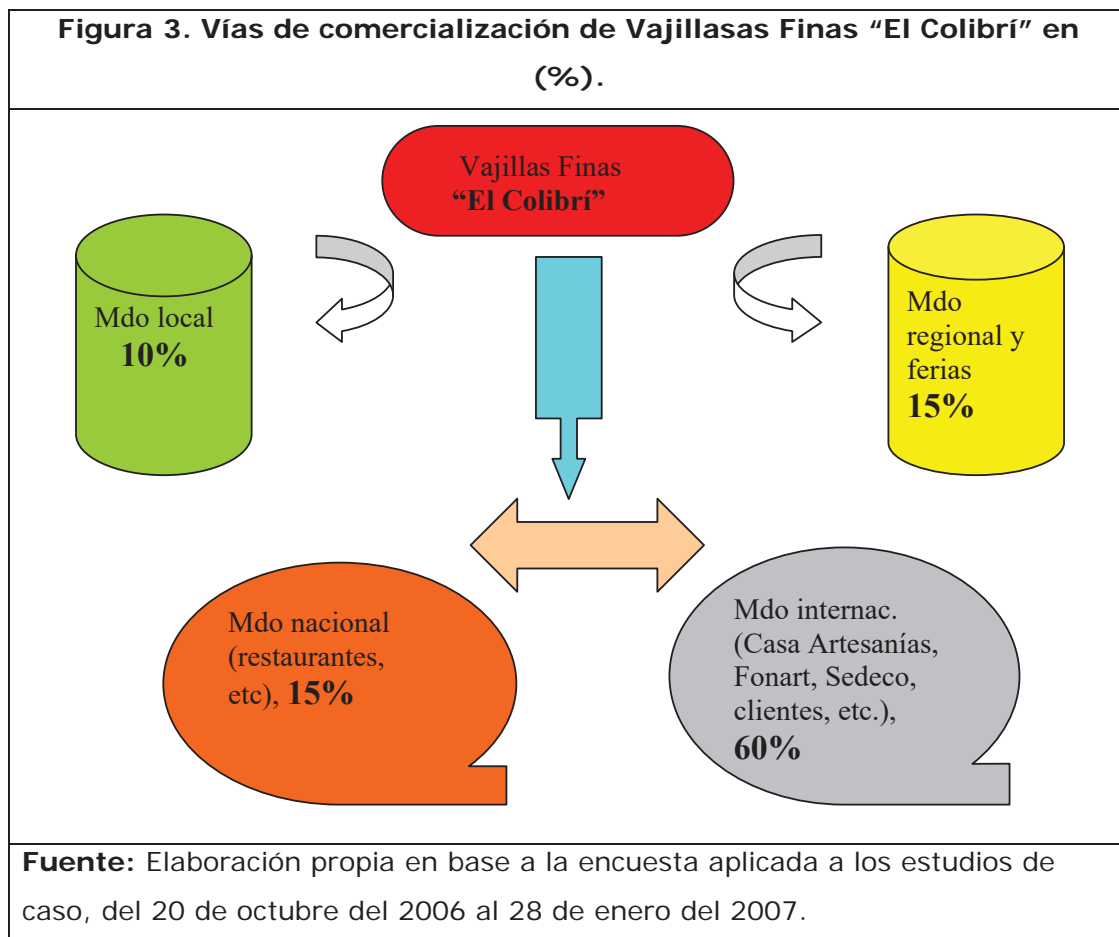
En este sentido, se observa que el mercado local y el de exportación son los espacios más importantes para estos productores. Ellos manifiestan que el mercado local también es de suma importancia precisamente a que Capula es visitado por turistas tanto nacionales como internacionales en periodos importantes como la semana santa y las vacaciones de invierno y esto ayuda a que sus productos sean reconocidos en diferentes mercados y al llegar los turistas a la localidad los identifican con facilidad dado que su calidad los hace libres de plomo y además su marca está patentada (registrada) en Hacienda (caso de Artesanías El Colibrí y Artesanías El Nuevo Colibrí), en el caso de las Artesanías "Ladislao Martínez" no es necesaria su registro en Hacienda ya que es de los más reconocidos internacionalmente dado su premio presidencial<sup>23</sup>.

Así, para mostrar mas detalladamente las vías de comercialización de cada uno de estos productores exitosos de la localidad de Capula se presentan los siguientes organigramas:

---

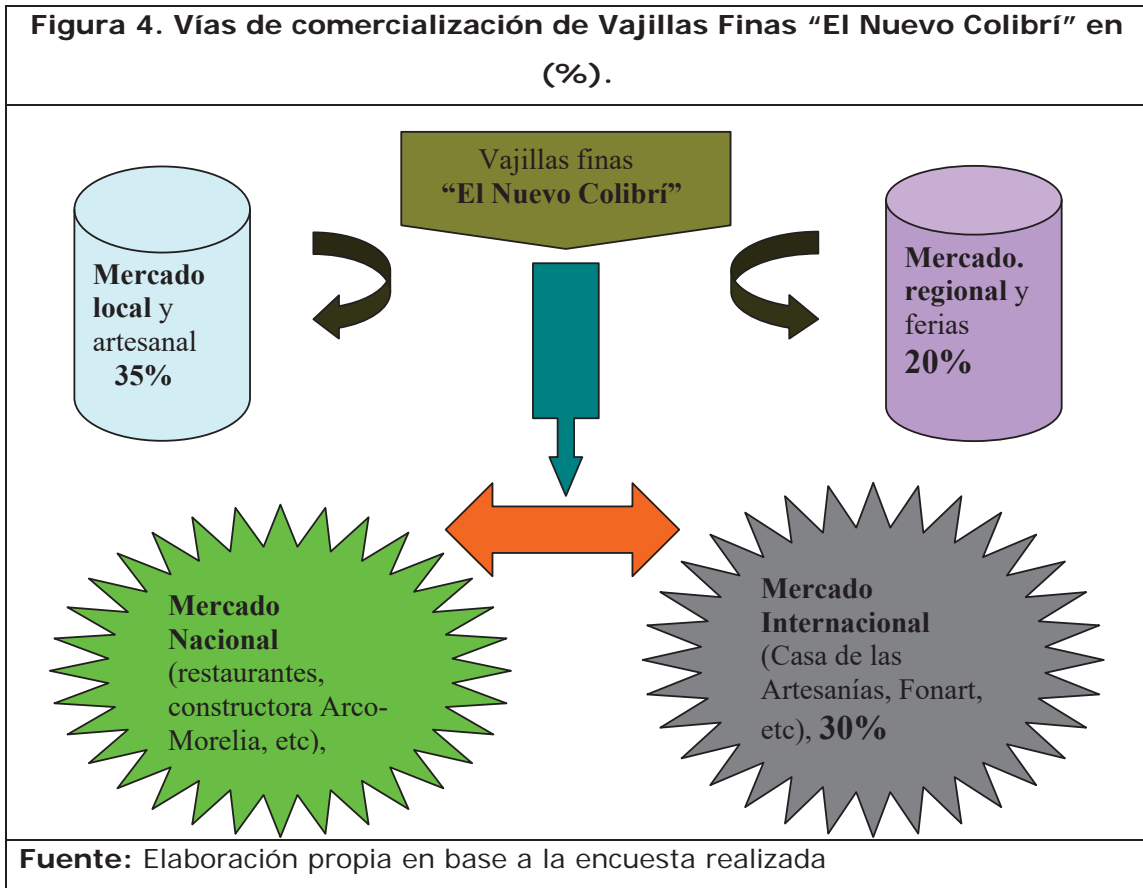
<sup>22</sup> Ver cuestionario aplicado a taller tradicional en anexo.

<sup>23</sup> Este premio fue otorgado por el Presidente de la República Mexicana en junio de 1992 al mejor artesano en el XV de la Feria Nacional sobre Artesanías celebrado en Tlaquepaque, Jalisco México.



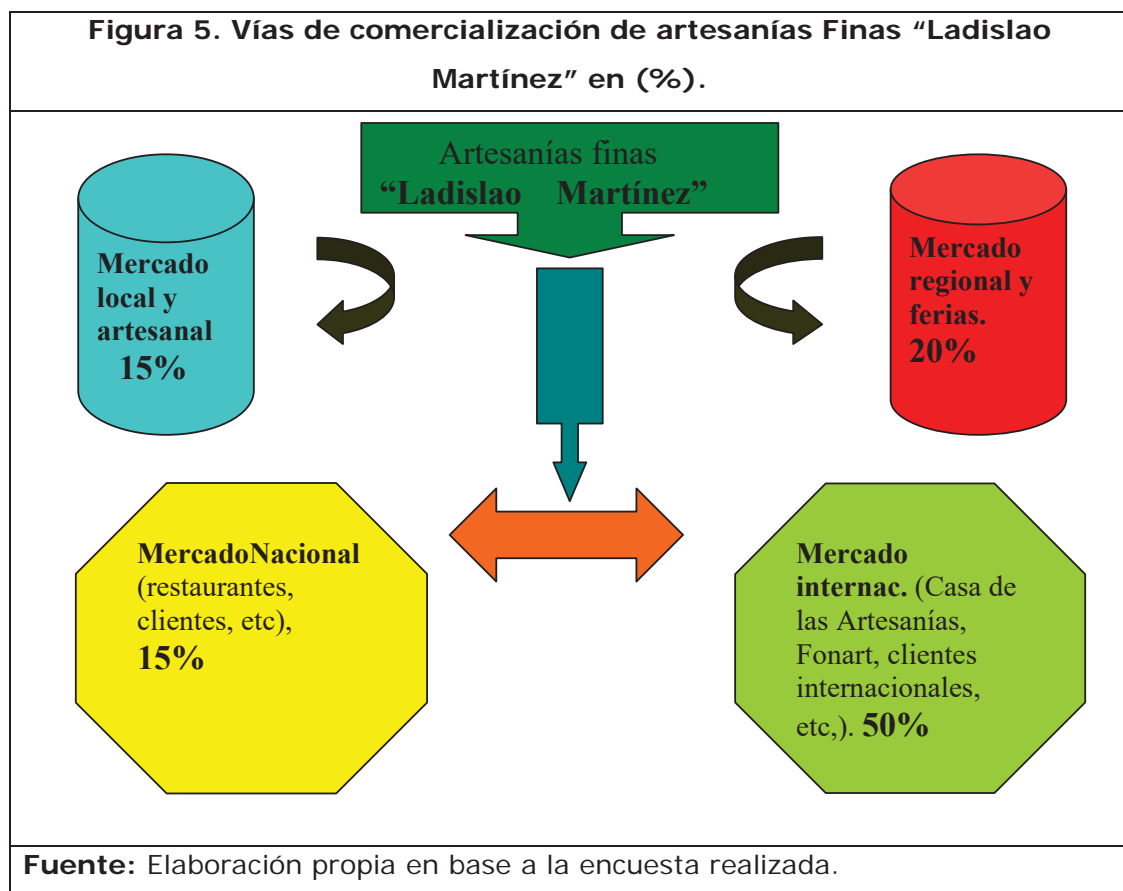
En la figura No. 3 se puede apreciar que la microempresa artesanal “El Colibrí” tiene actualmente importantes vías de comercialización y la mayor de su producción está siendo destinada al mercado de la exportación (60%) y vía de las instituciones gubernamentales como Casa de las Artesanías, Fonart, Sedeco y clientes internacionales acuden a la localidad para comprar directamente. Es importante mencionar que este taller no vende ningún producto artesanal a intermediarios de la localidad o de fuera. El 10% que se comercializa en el mercado local la localidad, es a turistas nacionales e internacionales y clientes importantes que visitan este pueblo en temporadas como Semana Santa (en especial Domingo de Ramos) dado que reconocen el prestigio y terminado del producto. Es importante, mencionar que este productor ha dejado de asistir a la

Feria de Domingo de ramos de la ciudad de Uruapan debido a que ha dejado su lugar para unidades de artesanos con menos capacidad productiva, y tiene 4 años que no se asiste a este importante evento.



Por otra parte, las artesanías de la micro empresa “El Nuevo Colibrí”, también tiene acceso a diferentes mercados. En el mercado local sus ventas ascienden al 35% del total (ver fig. 4), dado que este productor tiene mucha presencia en la localidad (venta de piezas sueltas), además tiene un puesto importante de artesanías en el mercado local de Capula, que sumado a las ventas que hace directamente en su taller se elevan, como se dijo, hasta en un 35% del total. La demanda del mercado internacional para este caso también es importante; las ventas llegan a más del 30% y a través de Casa de las Artesanías, Fonart Sedeco

y otros es como se registran grandes pedidos para el extranjero. En este caso, la Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán y otras instituciones gubernamentales como Fonart, Sedeco y otras, funcionan como intermediarios en las transacciones de las artesanías; primero, estos organismos son los principales clientes de estas unidades artesanales y que funcionan de manera sesgada porque la instancia gubernamental no brinda la oportunidad al artesano a que ellos comercialicen directamente, es decir, ellos compran al artesano y la comercializan en los diferentes mercados internacionales y segundo, en ocasiones la Casa de las Artesanías brinda al artesano la asesoría para que este haga la transacción de facturación cuando clientes internacionales compran directamente en la localidad.





En la figura 5, se aprecia que las vías de comercialización en que se apoya el taller artesanal "Ladislao Martínez", se concentra en el mercado regional-ferias y en el internacional. Sus principales consumidores son ubicados por su alto reconocimiento en el medio y puede presumirse que es el único productor de la localidad de Capula que asiste actualmente a la feria más importante del país que se celebra cada año en el corazón artesanal más representativo del país con sede en la localidad de Tlaquepaque en Jalisco. Es ahí, donde Don Ladislao como todos lo llaman, ha conseguido la mayor parte de sus premios a su ingenio artesanal, entre ellos el Premio Presidencial. Asimismo, es en esta feria donde este productor ha fortalecido la exportación y donde lo contactan importantes clientes nacionales e internacionales y le hacen importantes pedidos para después ser enviados a diferentes partes del país y del mundo.

## CAPITULO IV

### PROPUESTAS PARA LA PRODUCCIÓN ARTESANAL COMO ELEMENTO PARA EL DESARROLLO LOCAL

#### **Introducción.**

En el presente capítulo, se exponen las propuestas de la producción artesanal como elemento para el desarrollo local, para lo cual, la exportación de artesanías constituye una estrategia importante que mejorar el ingreso, se genera empleo y desde luego genera valor agregado, producto de la exportación de piezas artísticas que son realmente valoradas en el extranjero. Así este apartado, parte de la propuesta de que las artesanías de Capula, tienen que ser promovidas por experiencias de artesanos locales que han decidido adoptar procesos productivos innovativos y con carácter de exportación. Para acompañar esta propuesta, aquí se analiza la política que se implementó en los años de los ochenta en Michoacán en materia de artesanía, con la finalidad de que ella sea recuperada por así convenir a los artesanos de Capula. Ante la importancia de la propuesta para generar el deseado desarrollo local en Capula, se sustenta que la universidad, la Maestría en Desarrollo Local (MADEL), el esfuerzo de los productores y la institución pública, son elementos claves para impulsar el desarrollo local en la localidad. Ante la propuesta, se desglosa el papel que debe de jugar cada uno de los actores que participan el proyecto de desarrollo local.

#### **1.- La exportación de artesanías: una estrategia desde la perspectiva del desarrollo local.**

En el actual escenario económico de México, marcado de pobreza y desempleo, ha surgido desde el decenio de los noventa<sup>24</sup>, un gran número de microempresas familiares con el objetivo de lograr su independencia laboral o como una opción para el campesino desocupado que asegure ingresos para cubrir sus necesidades básicas.

---

<sup>24</sup> Ver Revista de Comercio Exterior, enero del 2003, vol. 53. Número 1. México.

En Capula, esta característica nacional se ha hecho presente, en los últimos años se advierte la abundancia de microempresas familiares caracterizadas sobre todo por su gran espíritu emprendedor y capacidad de sobrevivencia. Según Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán<sup>25</sup>, en los años ochenta solo existía cerca de la mitad de la población de artesanos que actualmente existen en la localidad (pasó de 3335 en los 80's contra un más de 4558 habitantes, INEGI, 2000); esto quiere decir, que a partir del periodo 1980-2000 el número de artesanos se ha incrementado en más del 70%, esto a consecuencia primero, del crecimiento acelerado de la población que aumentó a una tasa anual promedio del 0.036% y segundo, el crecimiento del número de artesanos de Capula es a consecuencia de las acciones de gobierno que tuvieron una clara orientación e impulso hacia la industria y el sector artesanal michoacano encabezado por el gobierno de Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano y que según testimonios de algunos artesanos entrevistados en la localidad, como el Sr. Ladislao Martínez, Blanca Pineda, Encargado del Orden, entre otros)<sup>26</sup> coinciden en su relevancia y que actualmente esta política pudiera ser RECUPERADA para impulsar y mejorar los niveles de producción y comercialización de los productores de Capula.

En este sentido, para mejorar la situación crítica que padecen la gran mayoría de los artesanos capulenses, es importante potenciar las experiencias exitosas de productores que se han abierto a la innovación del proceso productivo, y se han especializado en determinados productos, sin alterar su identidad cultural y con visión ante los



exigentes cambios del consumidor y del mercado, para responder al actual contexto de creciente competitividad y globalización económica.

---

<sup>25</sup> Información proporcionada por el departamento de Capacitación, a cargo del Ing. Hugo Salas.

<sup>26</sup> Estos actores locales son habitantes muy conocidos y arraigados de la localidad.

Así pues, es mucho lo que se puede hacer hacia el desarrollo productivo de las decenas de unidades productivas familiares de la localidad de Capula, aunque sabemos que no existe una receta específica para generar desarrollo local en un territorio, cada uno tiene sus características y problemáticas propias. La localidad de Capula tiene lo propio. Cada problemática debe abordarse desde ángulos diferentes y aprovechar a los actores locales como punto de partida. Lo importante es también construir una estrategia local de desarrollo con la participación de todos los actores para endogenizar las propias potencialidades y que estas permitan también el aprovechamiento de las oportunidades del contexto exterior.

Para lograr una estrategia local de desarrollo en Capula es indispensable una participación institucional más activa sobre todo de los gobiernos locales como actores de primer orden en el fomento productivo territorial. La actitud más proactiva de los gobiernos y entidades públicas locales en apoyo al fomento productivo puede convertirse en el animador más importante del territorio. La descentralización de las funciones burocráticas imperantes de los gobiernos concede un papel trascendental como herramienta facilitadora del desarrollo económico local. La función principal de las autoridades públicas (municipio, Estado y dependencias federales), desde los diferentes niveles territoriales de gobierno, es la de ser los promotores y animadores de los acuerdos de cooperación público y privados para el desarrollo local. Su actuación debe ser concertada con los principales agentes locales (en este caso con los campesinos, los artesanos, comerciantes, instituciones públicas, organizaciones no gubernamentales, etc.) y enfrentando la pobreza y el desempleo de un modo no únicamente asistencial, sino mediante una mayor eficacia y eficiencia de la política de desarrollo económico y social. La exportación de artesanías viene a contribuir en un mayor crecimiento sobre el empleo y en los ingresos de los artesanos; primero, porque puede fomentar una mayor ocupación en la actividad artesanal familiar y empleo asalariado, y segundo, permite recuperar el valor agregado de las habilidades plasmadas en los diferentes productos manuales y artísticos.

## **2.- Propuestas de políticas y mecanismos para el mayor impulso a las artesanías con potencial exportador y de desarrollo local.**

Como se ha mencionado, para darle un mayor impulso a las artesanías de Capula con un potencial exportador, es necesario que se implemente una política industrial que contribuya a lograr y desarrollar este importante sector de la entidad, dado que un gran número de artesanos sobreviven de este empleo. En este sentido, se necesita de una política que involucre y logre la participación de todos los actores (público, privado y social) pero desde luego el hacer participar los actores locales, podemos encontrar que son estos los grandes movilizados y protagonistas de las acciones que se hagan en el territorio. Pero para ello, se necesita una acción decidida del actor gubernamental (gobierno municipal, estatal y federal) también como el actor central como promotor e impulsor del desarrollo en esta actividad. Es decir, el actor público debe de convertirse en el animador más importante del territorio en cuestión. Así, el actor público (el estado) debe de recuperar su papel y su responsabilidad que le corresponde y que ha olvidado desde la década de los ochenta, y debiera de participar como el promotor e impulsor de la economía. Es



decir, desde mediados de los ochenta, el estado ha cambiado su papel de promotor de la economía por el de una economía de libre mercado y como lo decía Adams Smith en su obra sobre Las Riquezas de Las Naciones se ha dedicado dejar hacer y dejar pasar; se ha convertido en un guardián de los grandes capitales transnacionales que llegan a nuestras localidades y que destruyen nuestra cultura y el saber hacer. Un ejemplo de ello, se observa en la localidad de Capula, en donde se han empezado a instalar algunas tiendas en la entrada de la localidad ofreciendo productos de otros estados e inclusive chinos de muy baja calidad y a bajísimos precios. Estos hace pensar, que estas tiendas

se han instalado con toda la complacencia del gobierno municipal que es el encargado de regular los establecimientos de todos los negocios en el municipio.

Ante este panorama grave y desalentador del sector artesanal, es urgente que se implemente de una política industrial que impulse y mejore las condiciones de la producción artesanal, ya que esta como lo dice el productor Ladislao Martínez ha sido seriamente golpeada por la entrada del Libre Comercio y por otro lado porque también el gobierno a olvidado su responsabilidad en la economía y la ha dejado en manos del mercado.

Como se dijo anteriormente, la política industrial que se debe retomar para mejorar ya la aguda situación en el ramo artesanal, es la de la recuperar la política industrial que se implementó en los años ochenta en Michoacán con el gobierno del Ing. Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, por así sugerirlo los productores Ladislao Martínez, Blanca Pineda, Iván González Pineda (estudios de caso), jefe de tenencia y otros productores de la localidad, porque vino a mejorar tanto la producción como la comercialización de sus productos; promocionando, facilitando créditos a bajas tasas de interés y sobre todo asistiendo técnicamente a gran número de artesanos de la localidad y fortaleciéndolos con nueva tecnología, etc,. Siendo esta política altamente recomendada por los propios artesanos de la localidad es importante realizar un análisis de sus principales lineamientos ya que los productores opinan que no es necesario el que se formule otra; ya que la buena experiencia de aquella política y aprovechando la experiencia de los productores exitosos en la localidad, podría detonarse un proceso prometedor y mejores niveles de desarrollo local para los productores en su conjunto.

## **2.1.- Análisis de la política industrial cardenista aplicada en Michoacán en los ochenta como un elemento estratégico para el desarrollo local en Capula.**

En 1981, con la implementación del Plan Estatal de Fomento Industrial, la industria en Michoacán tuvo un importante auge con el gobierno encabezado por el Ing. Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano. Este plan fue un instrumento importante que contribuyó a lograr un mayor y mejor desarrollo de las actividades sectoriales en la entidad, con la coordinación y concertación de acciones de los sectores público, privado y social. Primero se elaboró un diagnóstico de la situación en que se encontraba la industria michoacana (infraestructura, maquinaria y equipo técnico, organización de planta industrial, etc.) así como la disponibilidad de sus recursos tanto humanos y financieros para la industrialización de Michoacán. Asimismo, se analizaron los canales de comercialización de los productos michoacanos para su impulso y mejoramiento productivo, así como el apoyo que éstos recibían por las diferentes instituciones en materia de asesoría, financiamiento, asistencia técnica e infraestructura para su uso industrial. Este importante plan cardenista tuvo una visión de largo plazo hacia la industria michoacana, estableciendo OBJETIVOS claros, METAS y ESTRATEGIAS que se pretendían alcanzar en materia de industrialización.



En esta década, Michoacán aprovechó el impulso que se estuvo brindando al desarrollo regional en México con los llamados Polos de Desarrollo (caso complejo industrial "Lázaro Cárdenas, Las Truchas"). Así empezaron a llegar cuantiosos recursos económicos a Michoacán para el impulso del sector industrial propiciando el surgimiento de numerosas industrias y que contribuyeron a la

creación de nuevos empleos; generándose en el periodo 1981-1986 más de 44,000 empleos directos e indirectos<sup>27</sup>.

En este sentido, Nacional Financiera en este periodo fue de gran importancia en la creación y ampliación de las empresas michoacanas; facilitó créditos a más de 647 empresas con una inversión de \$8, 733, 062,000, con lo cual fue posible la creación de 7,207 empleos (ver cuadro 1).

<b>Cuadro 1. Apoyo crediticio de Nafinsa, 1981-1986</b>					
<b>Año</b>	<b>Aportación empresarios</b>	<b>Crédito</b>	<b>Inversión total (miles de pesos)</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>Nuevos empleos</b>
1981	\$ 454, 630	\$ 240,884	\$ 695,514	97	695
1982	756,075	310,924	1,066,999	88	623
1983	1,426,339	578,697	2,005,096	88	1,177
1984	2,996,863	1,644,826	4,461,689	116	1,610
1985	4,689,185	2,557,731	7,246,916	126	1,251
1986	6,290,000	3,400,000	9,690,000	132	1,851
<b>Total</b>	<b>\$ 16,613,152</b>	<b>8,733,062</b>	<b>\$ 25,346,214</b>	<b>647</b>	<b>7,207</b>
<b>Fuente:</b> Plan Estatal de Desarrollo, 1980-1986. Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán. Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986. Ing. Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo.					

Durante el periodo 1980-1985, se ejecutaron 97 proyectos de inversión, de los cuales 26 fueron agro-industriales y 71 propiamente industriales; representó una inversión de \$ 2,693,000,000.00 proyectando así 1474 empleos. Estos proyectos fueron promovidos dentro y fuera del estado, para lo cual se realizaron 146 reuniones de promoción.

<sup>27</sup> Plan Estatal de Desarrollo, 1980-1986. Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán. Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986. Ing. Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo.



Así, para asistir íntegramente a la industria dando a conocer los diferentes apoyos que ofrecieron tanto la Federación como el Estado, se llevaron a cabo varios foros, reuniones y estudios de promoción industrial en los que se dieron a conocer los mecanismos de operación del sector financiero, sistemas de co-inversión, nuevas tecnologías, estímulos fiscales, cursos de capacitación en materia laboral, contable y financiera local.

Es importante mencionar que para dar a conocer las características de la planta industrial establecida en la entidad se elaboró el Directorio Industrial de Michoacán, con el objetivo también de propiciar mayor participación de todos los sectores en beneficio de la industria estatal y promover mayor intercambio nacional e internacional de los bienes e insumos que se producen en el Estado.

Este documento (directorio industrial) registró a 1,329 empresas que fueron seleccionadas por su giro industrial y las materias primas que utilizaban, dando cuenta así del potencial con que contaba la entidad para su desarrollo económico, etc.

Por otro lado, con la finalidad de apoyar y promover los programas de investigación tecnológica industrial y fomentar su divulgación, en 1981 se firmó el acuerdo de colaboración entre el Estado, los Municipios, el Sector productivo y el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), para establecer en diferentes partes del estado los planteles necesarios para la formación de técnicos capacitados que el desarrollo industrial que la entidad requería.

En este sentido y con el fin de llevar un programa de cooperación técnica entre Michoacán y varios países que contaban con tecnología que eran necesarias para varios proyectos, se suscribió un Protocolo de intención entre el gobierno de Michoacán y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI).

Asimismo, se mantuvo estrecho contacto con el Instituto de Investigaciones metalúrgicas de la UMSNH, los Institutos Tecnológicos de Morelia y Jiquilpan y el CONACYT, para asesorar y orientar al sector productivo en el desarrollo de nuevas tecnologías y el mejoramiento de programas y procesos operativos de la planta industrial establecida.

### **2.1.1.- La importancia de la política cardenista de impulso a la artesanía michoacana.**

Al inicio del gobierno de Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, dentro de la Secretaría de Fomento Industrial, se creó el Fondo Mixto para el Fomento Industrial de Michoacán (Fomich). El objetivo central era el de impulsar el desarrollo de la actividad industrial y la producción artesanal en el Estado, mediante la participación accionaria temporal en empresas pequeñas y medianas, otorgando financiamiento de inmediato a tasas de interés preferenciales a talleres artesanales, así como el otorgamiento de garantías complementarias a micro-industriales, el desarrollo de infraestructura industrial y la prestación de asesoría y asistencia técnica encaminada al incremento de la productividad de los sectores apoyados.

Al inicio de este periodo (1980-1981), el Fondo tenía canalizado en inversiones un total de \$ 16,946,730, de los cuales \$ 15,688,607 estaban invertidos como capital de riesgo en siete diferentes empresas, además se tenía un activo de cuentas por cobrar de \$ 45,794,684 y un pasivo exigible a corto plazo de \$ 20,153,972. Durante 1985 Fomich concertó un convenio de colaboración con el Fondo Nacional de Fomento Industrial (Fomin), mediante el cual el segundo se comprometió a aportar capital de riesgo en las empresas participantes, y este, a vigilar que los fondos aportados por ambas instituciones fueran adecuadamente utilizados y que el manejo de las empresas apoyadas fuere correcto. Este convenio se ratificó por escrito en Mayo de 1986.

Así con recursos propios de Fomich y con los obtenidos de un convenio de financiamiento en moneda nacional, por el equivalente de \$ 500,000 dólares (EEUU) con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se proporcionaron créditos a 1497 artesanos de 44 localidades del Estado y en dónde precisamente Capula participó con estos beneficios (ver cuadro 2).

<b>Cuadro 2.- Créditos otorgados a artesanos por el Fomich., enero de 1983, septiembre de 1986.</b>		
<b>Localidades</b>	<b>Artesanos acreditados</b>	<b>Importe del crédito</b>
44	1497	\$ 113,351,684.00
<b>Fuente:</b> Plan Estatal de Desarrollo, 1980-1986. Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán. Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986. Ing. Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo.		

De los recursos obtenidos del BID se utilizó el 54% del monto global del crédito. Este programa operó en coordinación con la Casa de las Artesanías, además de créditos a bajas tasas de interés, éste fue acompañado de asesoría y asistencia técnica para el artesano. Con estas acciones se buscó el fortalecimiento y mantenimiento del empleo en las localidades atendidas y, a mediano plazo, la visión fue el de aumentar la producción, mejora de la calidad, hacer más equitativos los términos en la comercialización y, consecuentemente, lograr un incremento real en los ingresos de los artesanos.

Como parte de los apoyos encaminados a identificar nuevos mercados para los productos manufacturados, con el apoyo del Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE), se realizó un estudio para identificar productos y productores con potencial exportador, así como sus mercados potenciales. Las ramas seleccionadas fueron productos de madera, ALFARERIA y CERAMICA en general, confección de textiles y piel, las industrias de plástico y la metalmeccánica. Como resultado del estudio, se llevaron una serie de acciones tanto de manera conjunta con el IMCE, con la Secretaría de Fomento Industrial federal y la Secretaría de Fomento Rural del Gobierno del Estado, como en forma independiente, tendientes a propiciar la habilitación de productos michoacanos como exportables.

En materia de comercio, este fue llevado de manera eficiente; el instrumento fue convertir las necesidades sociales en demandas reales para estimular y orientar la producción, garantizando la disposición oportuna de los bienes sociales y

nacionalmente necesarios para combatir el consumo suntuario y el dispendio, para acercar a los productores y consumidores por medio de operaciones justas y transparentes, reduciendo su costo las utilidades a los servicios reales; es decir, se buscó que todos pudieran vender y comprar mejor, supieran qué y cómo hacerlo y se erradicara el abuso y la especulación.

Así, se estableció una política coherente, clara y ordenada en la solución de los principales problemas, lanzando un Plan Estatal del sector comercio, cuyos objetivos principales estaban orientados principalmente, a garantizar el abasto de productos básicos, específicamente a la población de bajos ingresos; el establecimiento de medidas necesarias para la protección del comercio de primera mano, a la modernización del sector comercio mediante la creación de cadenas voluntarias a fin de que los minoristas pudieran obtener economía a escala; a promover la creación de centros de acopio, de almacenamiento y transporte e infraestructura comercial y fomentar la exportación de productos con demanda internacional. Este plan tuvo su marco de referencia en el modelo de desarrollo del país que se expresa en el Programa Nacional Alimentario y el Sistema Nacional para el Abasto, derivado del Plan Nacional de Desarrollo (PND). Con esta política, se brindó el apoyo a empresarios y a organizaciones de productores en la búsqueda de alternativas viables para la comercialización de sus productos; con esto fue posible reducir los precios de venta a la población y, a su vez, los productores percibieron una mayor parte de su excedente.

Se realizaron promociones a las exportaciones de productos agrícolas e industriales mediante diversas reuniones realizadas en diferentes partes del Estado y del país; asimismo se elaboró un acuerdo de concertación de acciones con el Instituto Mexicano de Comercio Exterior, en el que en forma coordinada, se llevaron a cabo varios eventos relacionados con el fomento al comercio internacional de los productos de Michoacán, entre los que destacan: "El mes del comercio exterior de Michoacán", en el que hubo cursos, mesas redondas, conferencias, etc., y que culminó con una reunión de comercio estatal en la que se tuvo una activa participación del sector productivo local, específicamente los potenciales exportadores. Se efectuó también la reunión que se les ofreció a los

productos de la entidad la oportunidad de exhibir sus productos en San Antonio, Texas; también se presentó a los empresarios michoacanos como hacer negocios con el Japón y la Comunidad Económica Europea.

Además, se brindó asesoría y capacitación a los exportadores potenciales, es decir, a aquellos que producían bienes que tenían demanda en el mercado internacional y que, por su reducida escala productiva actual o baja calidad del satisfactor que generan, no estaban en condiciones de vender su producto para que a mediano plazo pudieran orientar su producción y venta en los mercados.

En el apoyo en lo anterior, se celebraron cursos y seminarios de capacitación sobre el control de calidad en la fabricación de diversos productos para la exportación y en relación con las disposiciones para el control de cambios y cotizaciones internacionales entre otros.

En este sentido, la Casa de las Artesanías con el propósito de contribuir a la debida consideración social del artesano y el objeto de su trabajo para preservar y rescatar a aquellas artesanías a punto de extinguirse y desarrollar la producción artesanal de la entidad, a partir de 1980, se organizaron en esta dependencia cuatro áreas de trabajo: ASISTENCIA TÉCNICA, ACCION CULTURAL, ORGANIZACIÓN y COMERCIALIZACIÓN.

#### **2.1.1.1.- Asesoría y equipamiento.**

En materia de Asesoría y Equipamiento la dependencia realizó varias acciones. En la rama de la producción alfarera, como resultado del convenio con la Universidad Michoacana (Departamento de Cerámicas y Refractarios), se mejoró la resistencia al impacto y calidad en la alfarería tradicional, se detectaron bancos de arcillas y se reordenaron las fases y secuencia del proceso productivo para lo cual se asistió periódicamente con asesoría técnica, herramienta y equipos diversos a 24 comunidades con tradición alfarera y se rehabilitaron, mediante la instalación de tabique refractario, mesas y estantería, tarrajas, molinos, pastas, feldespatos y capital de operación, 9 talleres comunales en varias comunidades de la entidad,

incluyendo a la localidad de Capula<sup>28</sup>. Se instalaron 47 hornos a base de gas en Patamban, Mutugeo, Tlalpujahua, Tzintzunzan, Villa Morelos, Ocumicho, **Capula**, San José de Gracia, Santa Fé de la Laguna, Santa María de los Ángeles y Santo Tomás.

Del total de los hornos mencionados, 4 de ellos se estimaba que satisficieron la demanda de producción de alta temperatura (1200°C) utilizando con base en la investigación realizada sobre muestras de esmaltes y arcillas, el 80% de los barros obtenidos en las propias comunidades principalmente en Santa María de los Ángeles, Tzintzunzan y Patamban.

Para aminorar la carga de trabajo que representaba el amasado a base de paleo, se instalaron 16 molinos de martillo para barro, a base de gasolina, en las comunidades de San José de Gracia, Patamban, Capula, Tzintzunzan, Santa Fe de la Laguna, Ichan, Ocumicho, Santo Tomás, Huáncito y Zinapécuaro.



Como parte del programa de aprovechamiento y mejora de los hornos tradicionales, para evitar la quema a base de leña y gran parte de los riesgos que esa fase del proceso representa para el artesano, se instalaron 200 quemadores a base de petróleo y se rehabilitaron los hornos con tabique refractario en Patamban, Ocumicho, San José de Gracia, Santa Fe de la Laguna, Tzintzunzan, Huáncito y Zinapécuaro. Asimismo, para la fase de decoración (pintado), se distribuyeron 200 tornetas en Patamban, Zinapécuaro, **Capula**, Tzintzunzan, Santo Tomás, Huáncito e Ichan.

---

<sup>28</sup> Plan Estatal de Desarrollo, 1980-1986. Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán. Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986. Ing. Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo.

### **2.1.1.2.- Diseño artesanal.**

En Diseño Artesanal, con el fin de contribuir en la diversificación y mejora en la calidad de la artesanía tradicional y con base en su carácter étnico-cultural, en diversas comunidades se realizaron acciones para fomentar la ocupación. En este sentido, en la línea de confección y prendas de vestir, cerámica (alta temperatura), tallado, labrado y decorado de muebles de madera, fibras vegetales, diversos productos de cobre, joyería y orfebrería de plata, se diseñó y normalizó la producción en un gran número de talleres.

Como parte de las acciones del Plan Industrial en apoyo a las artesanías de la entidad, se instalaron Centros de Producción y Distribución de Materias Primas. Esta acción fue administrada y dirigida a partir de la base organizativa promovida en las comunidades y que con la participación directa y prioritaria de los artesanos, se establecieron 53 centros de distribución de materia prima con el propósito de hacer llegar directamente al productor, y a bajo costo, los materiales de mayor calidad que se demandaba en las distintas ramas de producción.

### **2.1.1.3.- Apoyos crediticios.**

Por otro lado, las acciones en materia de Apoyos Crediticios tuvo en este sector un importante labor. Para atender las solicitudes de crédito demandadas por los artesanos, se ampliaron las fuentes de financiamiento con lo que, a demás del fondo destinado inicialmente a este propósito por esta dependencia, se agregó el fondo común bipartita con recursos de Fomich, Casa de las Artesanías, y el Fondo de Crédito Artesanal B.I.D/NAFINSA, ejercido por Fomich en coordinación con Casa de las Artesanías. De esta manera se atendieron 1242 solicitudes, equivalentes en total a \$ 53,807,582.76 y se estima que a finales de agosto dicha cantidad ascendió a \$ 80,000,000.00 en forma global (ver cuadro 3).

<b>Cuadro 3. Créditos a artesanos en Michoacán, 1980-1986.</b>			
<b>Fondo de financiamiento</b>	<b>Número de artesanos</b>	<b>Número de Comunidades</b>	<b>Monto</b>
Casa-Artesanías	292	53	\$ 6,723,316.00
Fomich- Casa Artesanías	583	44	9,367,000.00
BID/Nafinsa, Fomich Casa-Artesanías	367	9	37,717,266.00
<b>Total</b>	<b>1242</b>	<b>106</b>	<b>\$ 53,807,582.00</b>

**Fuente:** Plan Estatal de Desarrollo, 1980-1986. Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán. Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986. Ing. Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo.

#### **2.1.1.4.- Capacitación.**

En materia de capacitación, el sector artesanal tuvo un importante impulso. Paralelamente con el establecimiento de escuelas taller comunales, se impulsaron cursos temporales con la finalidad de difundir la actividad. En coordinación con el Patronato de Promotores Voluntarios se impartió un curso artesanal en distintas ramas de la producción, con sede en el Albergue Tutelar, con duración de 5 meses.

Se realizaron además, cursos de verano para niños en periodos vacacionales con sede en la Casa de las Artesanías.

En coordinación con la Secretaría de Educación, se promovieron cursos de capacitación artesanal a 92 maestros de educación básica durante 8 meses. Para alentar y difundir la importancia de la creatividad en el diseño artesanal con sede en la dependencia, se llevó a cabo el 5º curso interamericano de diseño artesanal con participación de representantes de 13 países del área de Latinoamérica.

En respuesta a la necesidad de capacitación de los artesanos y por los propios artesanos de mayor apego y calidad en su trabajo en las comunidades, se establecieron **escuelas-taller** (escuelas-taller comunales) en distintas ramas de



la producción artesanal, por lo que se contó hasta antes de terminar el periodo de gobierno con más de 44 centros, mismos que enseguida se relacionaban por rama de producción, línea o especialidad de su trabajo, comunidad y nombre del maestro coordinador.

En este sentido, en la búsqueda de que fueran los mismos artesanos quienes ofrecieran sus productos directamente al consumidor último y con afán de difundir las raíces culturales expresadas en los cantos y danzas indígenas y mestizos, se promovieron y llevaron a cabo **concursos, ferias y tianguis artesanales** convocados tanto a nivel local y regional, como a nivel nacional.

Los eventos realizados a nivel local y regional fueron 295 (186 en las comunidades sede)<sup>29</sup>, y las participaciones en ferias, concursos y eventos vinculados a la promoción, exposición y venta por los propios artesanos a nivel nacional sumaron hasta antes de terminar el gobierno a más de 124 (en 42 ciudades), de entre los que sobresalieron las distinciones otorgadas a los artesanos en:

- Premio Especial, galardón presidencial en el 6º Premio Nacional de Cerámica en Tlaquepaque, Jalisco, así como el 1º y 2º lugares en la Feria Nacional de Plata celebrada en 1981, 1983 y 1984 en Taxco Guerrero.
- La distinción máxima obtenida en los concursos nacionales de alfarería celebrados en Oaxaca, Sonora y en Morelia por 5 ocasiones.
- De manera especial destaca el premio especial de Ciencias y Artes 1984 (artes y tradiciones populares) otorgado por el Presidente de la República en reconocimiento al trabajo de los artesanos de Santa Clara del Cobre.
- Primer premio Nacional de Nacimientos (cerería de Jacona), celebrado en el Distrito Federal, con motivo de los festejos decembrinos 1985, DGCP- INI-SEP.

Además, bajo el programa de los sábados populares, en el se presentaron grupos de música y danza representativos de la más auténtica tradición creativa musical,

---

<sup>29</sup> Plan Estatal de Desarrollo, 1980-1986. Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán. Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986. Ing. Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo.

se realizaron 229 eventos en el portal de la Casa de las Artesanías, con el propósito de difundir estas manifestaciones, Asimismo en la sala de exposiciones temporales se presentaron 248 exposiciones artesanales, con muestras en algunos casos de la producción de otros pueblos del mundo. En consecuencia se enviaron paquetes artesanales (artesanía representativa de Michoacán) para su exposición temporal a 23 entidades del país, con carácter devolutivo.

Progresivamente, con piezas de mayor calidad y representatividad, participantes en los concursos artesanales llevados, se integró el acervo correspondiente al Museo Michoacano de la Artesanía con sede en la Casa, en la que se expusieron de manera permanente 1144 piezas debidamente clasificadas.

Como homenaje al trabajo artesanal del pueblo michoacano, en el vestíbulo de acceso de la Casa, se colocó una obra mural del Maestro Alfredo Zalce.

En Santa Clara del Cobre se incrementó la colección de piezas y se llevó la readecuación física y museográfica, incluyendo la incorporación en ese sitio, de la obra mural pintada por el Maestro Octavio Vázquez, como parte de las instalaciones dedicadas al Museo del Cobre en coordinación con el H. Ayuntamiento local y la delegación de artesanos organizados.

A Madrigal de las Altas Torres, Provincia de Ávila, en España, con motivo del homenaje a Vasco de Quiroga, en reconocimiento a su labor en tierras michoacanas se envió con carácter de donación (1982) al museo dedicado a este personaje, una colección de piezas artesanales representativas.

Como parte de los **trabajos de investigación y documentación** emprendidos en coordinación con DGCP-INI-SEP, se culminaron las siguientes importantes acciones:

- El censo y documento de análisis sobre la situación artesanal en la entidad y se llevaron a cabo diversos estudios.
- La investigación concertada con la Universidad Michoacana sobre la resistencia mecánica, composición de barros y recomendaciones generales en apoyo a la producción alfarera.
- El personaje de Don Vasco de Quiroga.
- La técnica del maque.

- La técnica del seguido tradicional de Aranza.
- La colección de 70 cuentos y bordados de Raquel Aguilar (artesana).
- El documento sobre la artesanía de Michoacán y.,
- La carpeta relativa a los trajes regionales de la entidad.

De las investigaciones antes mencionadas se editaron, en coordinación con Fonapas y luego con el Comité Editorial del Gobierno del Estado, las señaladas con los números 3, 4 y 5, y con recursos propios la edición de los documentos 8 y 9, a los que se agregan los 2600 boletines *Con mis Manos* y los discos de la serie *Documentos* dedicados a la música y canto purépecha.

La Biblioteca del artesano incrementó su acervo y se registraron 2244 volúmenes debidamente clasificados, contándose además con un catálogo (registro fotográfico), de 1670 piezas.

#### **2.1.1.5.- Organización artesanal.**

Por otro lado, en organización artesanal y partiendo de los problemas más apremiantes que el artesano enfrentaba en lo social y lo económico, a finales de 1981, se constituyó la Unión Estatal de Artesanos de Michoacán como forma de organización democrática y libre participación, como medio para definir conjuntamente las políticas y decisiones relativas a precios, calidades, asistencia a ferias para vender directamente su producto, como alternativa de acreditación donde se presente el artesano como portador digno de un oficio socialmente reconocido y su personalidad en lo jurídico y social se fortaleciera, como sujetos de crédito y con derecho a seguro en caso de fallecimiento. Estas acciones valorizaron sin duda la actividad creativa de este sector de trabajadores. Bajo estos lineamientos se celebró el primer congreso estatal, con presencia de 2300 artesanos, de 45 comunidades, y en 1982 se expidió el decreto administrativo donde se reconoció el Patronato de Artesanos, en base a los estatutos aprobados. La Unión Estatal de Artesanos logró integrar hasta antes de terminar el periodo de gobierno (1986) a más de 6000 artesanos de 93 localidades, con 462 delegados representantes. 3000 artesanos de 61 comunidades contaron con seguro de fallecimiento y 246 se incorporaron al servicio del IMSS, habiéndose

cubierto el monto de las cuotas en ambos casos por el Gobierno del Estado. En apoyo a su participación en ferias, tianguis y concursos en la entidad y fuera de ella, se contó con una unidad móvil de 3 toneladas. Los créditos recibidos para la adquisición de materias primas de los fondos creados para ese fin, ascendió a más de \$68,807,000.00, distribuidos en 1265 artesanos de 126 localidades; en apoyo a la comercialización directa se establecieron 2 tiendas (Paracho y Santa Clara del Cobre), administradas por los propios artesanos organizados.

En este periodo de gobierno, se registraron debidamente uniones conformadas de artesanos ante la Secretaría de Relaciones Exteriores y la Secretaría de la Reforma Agraria, mediante las actas constitutivas correspondientes, a 56 uniones comunales de artesanos bajo la forma de sociedades de solidaridad social, lo que les confirió autonomía en lo jurídico y patrimonio social propio, al que se integraron las escuelas taller, centros de distribución de materias primas, equipos y herramientas asignadas antes.

#### **2.1.1.6.- Comercialización artesanal.**

Por último, en materia de comercialización, las acciones fueron también de suma importancia, la difusión y promoción fue el eje central para incrementar las ventas de los artesanos. Los artesanos que tuvieron vinculación con Casa de las Artesanías para coadyuvar y promover sus ventas ascendieron a casi cerca de los 6000.

La inversión que se realizó en las comunidades, vía compras, llegó en este periodo (1980-1986) a \$ 274,420,721.00, mientras que las ventas realizadas por la Casa de las artesanías durante los seis años fueron por \$306,344,846.00 y la inversión total en esta área se elevó a \$326,148,700.00<sup>30</sup>.

Las tiendas establecidas además de la que se establecía en Casa de las Artesanías en Morelia, para la promoción, exposición y venta permanente, actualmente eran Casa de los once patios en Pátzcuaro; Casa de la Cultura y

---

<sup>30</sup> Plan Estatal de Desarrollo, 1980-1986. Seis años de trabajo de los michoacanos para Michoacán. Gobierno del Estado de Michoacán comprendido entre el periodo 16 de septiembre de 1980 y el 15 de septiembre de 1986. Ing. Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, Gobernador Constitucional de Michoacán de Ocampo.

Artesanías en Zinapécuaro; Centro de Oficios y Artesanías de Tlalpujahu-Coatl; Troje de Centro de Convenciones de Morelia; Local Michoacano en el Polyforum cultural David Alfaro Siqueiros, así como la ubicada en Campos Eliseos No. 27 en México, D.F., y el local en las instalaciones del edificio Plaza México en Cancún, Quintana Roo. La cartera de clientes ascendió a 650 empresas registradas en el país, 1350 potenciales y 60 en el extranjero.

Así el gobierno del Estado, con estas acciones y encabezado por el entonces gobernador de Michoacán (1980-1986), Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano, dio un gran impulso a la artesanía michoacana y en donde su eje central fue precisamente la comercialización de los productos, por lo que la difusión y promoción fue uno de sus logros centrales para que la artesanía michoacana se vendiera en importantes mercados.

Por otro lado, es importante mencionar la importancia que tiene la política actual en materia de artesanías encabezada por el actual gobernador del Estado, Lázaro Cárdenas Batel (2002-2008)<sup>31</sup>. Cabe destacar de esta política que ha dejado mucho que desear en sus acciones y compromisos. Pues uno de sus principales compromisos al inicio de su gobierno era precisamente el de revalorar la importancia de la actividad artesanal y buscar su fortalecimiento económico y uno de sus los principales compromisos era el de apoyar en la organización, capacitación, asistencia técnica y en la elaboración de nuevos diseños de los productos, así como el de la comercialización y difusión de la artesanía michoacana en otros lugares del país y del mundo. Estas acciones pasan a la historia como muchas otras y solo quedan en buenas intenciones de un gobierno que prometió y que en el caso del sector artesanal lejos de ser ayudado con una política hacia la recuperación de este importante sector de la economía<sup>32</sup>, ha quedado aun más en el olvido de sus gobernantes.

Es importante mencionar, que el actual gobierno encabezado por el gobernador Lázaro Cárdenas Batel en su Plan Estatal de Desarrollo propuso que en primera instancia se elaboraría un censo artesanal en todas las comunidades para

---

<sup>31</sup> Ver Plan Estatal de Desarrollo, Michoacán 2003-2008. Participación y Compromiso.

<sup>32</sup> Según Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado, en este sector se generan más de 20,000 empleos directos entre los artesanos.

identificar las características y problemática de las comunidades con presencia artesanal, así como la promoción de la organización de artesanos por rama artesanal y por región. Otra de sus compromisos de gobierno fue precisamente el de poner en marcha programas municipales de desarrollo artesanal y la creación de un Centro Especializado de Capacitación Artesanal así como el apoyo de la participación de nuestros artesanos en los tianguis y mercados estatales, nacionales e internacionales. Estas acciones, como muchas otras han quedado en puras promesas y en buenas intenciones y esto lo podemos constatar en la localidad de Capula: la política de los gobiernos municipal, estatal y federal en materia artesanal están brillando por su ausencia, ya que no existe ni siquiera la intención de implementar algún programa encaminado a mejorar la producción de decenas de artesanos en la localidad.

### **3.- Propuestas para el desarrollo local de las artesanías a partir de las experiencias exitosas y el referente de la política en el periodo 1980-1986.**

Una vez analizado los estudios de caso y la política con una clara orientación hacia el ramo artesanal aplicada en los años ochenta por el gobierno de Cuauhtemoc Cárdenas Solórzano y donde esta tuvo un gran impulso y promoción de la artesanía michoacana, pasamos a proponer las propuestas que desde la perspectiva del desarrollo local puede provocar los primeros pasos para dirigirnos hacia un verdadero desarrollo local en la localidad.

Cabe destacar que una iniciativa de desarrollo económico local no es únicamente un proyecto exitoso en un territorio cuando se participa de manera aislada. Se requiere de una concertación institucionalizada de los actores públicos y privados locales más relevantes con una estrategia de desarrollo en común (Ávalos, 2000). No es lo mismo crear instrumentos desde el nivel central, los cuales pueden ser utilizados por lo diferentes territorios, que impulsar y promover un protagonismo y capacidad mayor de dichos territorios para un mejor aprovechamiento de los recursos endógenos. En Capula, se necesita precisamente esto, de un mayor protagonismo de los actores locales para aprovechar sus recursos endógenos

para promover el desarrollo local (la movilización y participación de los actores locales). Al mismo tiempo, la iniciativa de desarrollo económico local requiere de una actitud proactiva por parte de los tres niveles de gobierno (municipal, estatal y federal) en relación con el desarrollo productivo y la generación de empleo. En este caso, tenemos que exigir que la institución cumpla con su papel de ser el promotor de la economía; es decir, que apoye y fomente la producción local. Esto supone también, el asumir nuevas funciones desde la gestión pública municipal mas allá de los roles tradicionales como suministradores de servicios sociales, urbanísticos o ambientales a nivel local (Alburquerque, 2004).

Así, la participación de los diferentes actores sociales en la discusión de los problemas locales colabora a este proceso de construcción de identidad territorial compartida y, en suma, en la construcción social de la localidad.

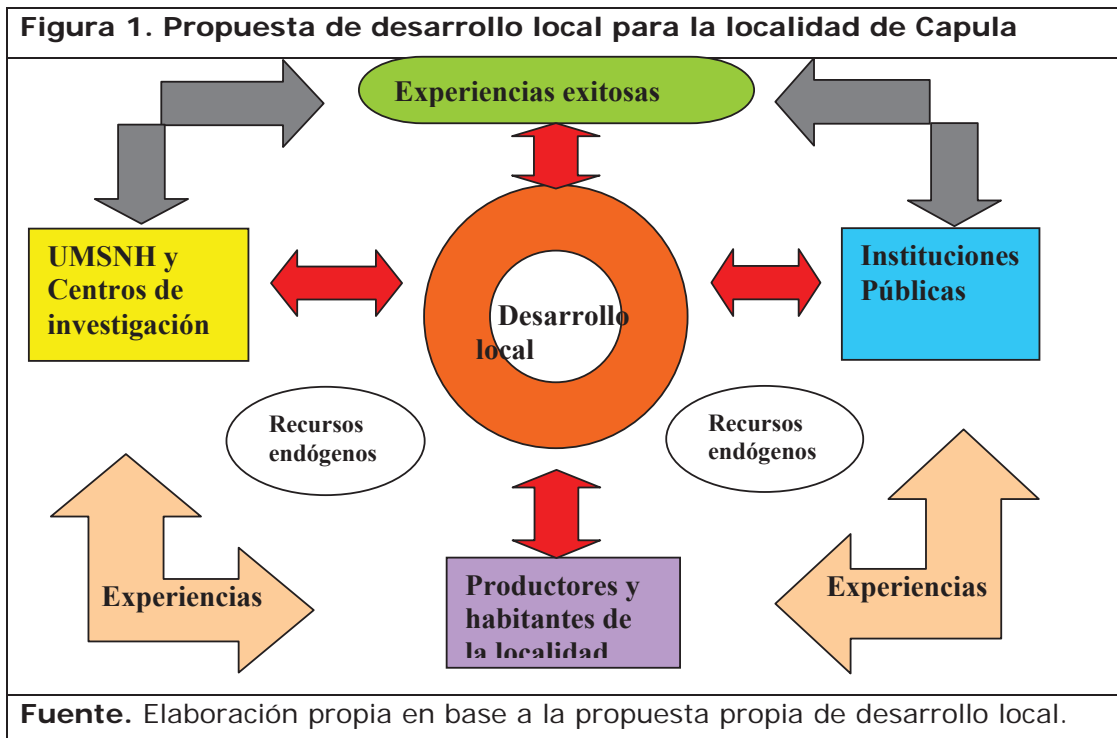
Debe quedar claro, que los gobiernos locales no siempre son los que inician los procesos de desarrollo económico local como en este caso, aunque a mediano plazo su presencia de ellos es fundamental para asentar la institucionalidad que dicha iniciativa requiere. Ellos son los responsables públicos locales mas propicios para la convocatoria de los diferentes actores territoriales y la búsqueda de espacios de concertación público-privada con miras al desarrollo económico local. En este proyecto, se aclara que son los actores locales (productores exitosos y tradicionales) y la universidad (Facultad de Economía de la UMSNH) pueden ser los principales movilizados y protagonistas del desarrollo local en la localidad de Capula. De ahí la importancia de que nosotros como universidad pero conjuntamente con los productores asumamos un papel de liderazgo local para la animación de dichos procesos de movilización y participación del resto de los actores tanto locales como externos y así logremos construir los equipos de liderazgo que aseguren el éxito y la continuidad de las actividades programadas.

En Capula, la estrategia de desarrollo local va encaminada precisamente a que con el ESFUERZO CONJUNTO de los actores locales y extra-locales; es decir, entre los productores artesanales (exitosos y tradicionales) y por tanto, por actores interdisciplinarios de la universidad Michoacana (Facultad de Historia,

Contabilidad, Metalúrgicas, Biología, Arquitectura, etc) y con el apoyo especial de la Facultad de Economía aprovechando los Especialistas en Desarrollo Local de la MADEL (Maestría en Desarrollo Local) y por el otro lado, con la participación del gobierno del Estado (Casa de las Artesanías, Secretaría de la Cultura, Sedeco, Fomich, etc) para que se implemente un proyecto de MEJORAMIENTO PRODUCTIVO y de COMERCIALIZACIÓN basado en las experiencias exitosas de productores que están marcando procesos productivos diferenciales en la localidad y que con estos elementos diferenciales han ubicado sus productos en diferentes mercados tanto nacionales e internacionales.

Así, la estrategia consiste en detonar el desarrollo local a partir de las experiencias exitosas de estos productores especializados y que estas habilidades potenciales que ellos han adquirido, puedan ser replicadas hacia el resto de los productores tradicionales a través de un esfuerzo conjunto para mejorar en aspectos por medio de capacitación: asistencia técnica, apoyo crediticio, gestión, administración y mercado. Además, es indispensable el involucramiento de todos los habitantes de la localidad (párroco, Jefe de Tenencia, líderes naturales, directores de escuelas públicas, etc..) para que se involucren también como protagonistas en el proceso de desarrollo local a través de su participación en distintos ámbitos como generación de una nueva conciencia, citas, reuniones, organización de cursos, etc., y así construir los equipos de liderazgo comunitario. Además, la institución debe tener la presencia fundamental para apoyar dicha iniciativa. Así, la institución pública debe de asumir su papel de impulsor promotor de la economía local manteniendo una estrecha colaboración con todos los actores involucrados en el proyecto. Es decir, aquí la institución pública, debe de jugar un papel con roles específicos en coordinar y ofrecer capacitación y asistencia técnica y estudios de mercado principalmente aprovechando precisamente la experiencia y la habilidad especializada existente de los productores exitosos y que estos mismos pueden participar capacitando a los productores rezagados en coordinación con la institución pública. La estrategia general puede observarse en la (ver Figura 1).





Rescatar estos aspectos de éxito (que se vieron a detalle en el capítulo 3 sobre estudios de caso) tiene gran sentido e importancia hacia la réplica de experiencias de quienes no han tenido la posibilidad por sí solos acceder a mejores niveles de producción y de mercado. En la actualidad, en el estado y mucho menos en la localidad de Capula no se tiene ninguna política que cubra los aspectos señalados anteriormente; y así lo manifiestan los productores (esto puede verse en el anexo estadístico sobre encuesta sobre estudio de caso). Hasta ahora, las políticas de financiación no han sido las más adecuadas para promover el desarrollo, la Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado y otras instituciones actualmente están ejerciendo una política crediticia muy selectiva y en donde solo a los productores con capacidad productiva les presta y con tasas de interés elevadas. Es decir, sólo financia a empresas medianas y grandes y que presentan un aval a la hora de asignarles el crédito. Así, sólo se puede pensar que estas prefieren los grandes proyectos y que desde luego no tienen que ver con proyectos locales ni mucho menos encaminados a impulsar el desarrollo

local. En este sentido, los productores manifiestan que sus propuestas en proyectos productivos encaminados a mejorar la producción artesanal siguen siendo ignoradas por las instancias públicas por lo que estas solo escuchan las encaminadas a grandes proyectos.

Por lo tanto, la **universidad** y los **centros de investigación** deben de jugar un papel importante en el desarrollo local y deben incorporarse activamente hacia las nuevas demandas de la sociedad desarrollando cada vez un papel mas activo en la prestación de servicios a la comunidad, aportando su conocimiento especializado: estudios de mercado, elaboración de proyectos, estudios de factibilidad, etc., para dar certidumbre a los proyectos productivos que las micro y pequeñas empresas requieran, es decir, para el caso de Capula, la universidad y los centros de investigación deben de incorporarse como impulsores del desarrollo adquiriendo una mayor participación y presencia en el ámbito local de la comunidad.

La Universidad es, por definición, el lugar de producción y de difusión del conocimiento y de la cultura (ILPES, 2002:101). La importancia de ella, dado su grado de conocimiento, puede contribuir a satisfacer las demandas reales de una sociedad tan compleja. El mejor desarrollo y organización de una sociedad tan compleja como la actual requiere un mayor grado de conocimiento y de capacidad de los individuos y, en este sentido, la sociedad es cada día más exigente con la institución de la que depende esa elevación general de las cualificaciones<sup>33</sup>.

En este contexto, la universidad ya no puede seguir respondiendo a una lógica de reproducción académica, es decir, el conocimiento de las aulas debe de salir hacia el exterior para aprovecharse en proyectos productivos que hacen falta en las localidades. La incorporación de nuevas tecnologías, el reajuste económico, el desempleo conducen inevitablemente a que la institución universitaria tenga que

---

<sup>33</sup> ILPES. Manual de Desarrollo Local. Dirección de Desarrollo Y Gestión Local – ILPES. Santiago de Chile 2002.

dar un nuevo sentido a sus tareas para generar mano de obra calificada y adaptada a las exigencias crecientes de la actividad económica general<sup>34</sup>.

Así, la universidad debe de ser una entidad creadora del conocimiento científico, de vinculación y de transferencia de tecnología colaborando con los artesanos de Capula. Así, la universidad puede colaborar en:

1.- Prestar bienes y servicios como agencia de espacios de consulta y capacitación y asistencia técnica (apoyado por el Instituto de Investigaciones Metalúrgicas, UMSNH), capacitando a los productores en materia de comercialización y realizando estudios de mercado aprovechando que esta tiene personal capacitado y que puede capacitar en coordinación con la institución pública para mejorar la producción y encontrar nuevos nichos de mercado.

2.- Asesorando sobre trámites de exportación (apoyados por CEXPORTA, BANCOMEXT, Facultad de Economía, Facultad Contaduría y Ciencias Administrativas, Casa de las Artesanías y Sedeco). Esta parte es de suma importancia, dado que la gran mayoría de artesanos de la localidad desconocen los trámites para la exportación.

3.- La formación de recursos humanos con acciones específicas (ejemplo, cálculos de costos de producción, tasa de rendimiento, etc), dado que estas herramientas los productores lo hacen tácitamente. Esto puede ser apoyado por ejemplo con la ayuda Facultad de Economía de la UMSNH, Facultad Contaduría y Ciencias Administrativas, etc.

4.- Ayudando a los productores a gestionar recursos con diferentes instituciones (Facultad de Economía, Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la UMSNH, etc) para implementar proyectos propios de producción y comercialización.

### **3.1.- Papel de los actores locales y extra-locales en el desarrollo local de la producción artesanal en Capula.**

#### **Cultura artesanal:**

Tomando en cuenta las habilidades y técnicas especializadas de los productores exitosos que los han llevado a alcanzar niveles importantes de productividad y

---

<sup>34</sup> Idem.

comercialización, se plantea que esta característica debe de replicarse hacia el interior de los diferentes artesanos tradicionales y atrasados de la siguiente manera:

A).- La función y papel de la **Institución Pública**: se propone que los conocimientos en cuanto a habilidades y técnicas culturales que estos productores tienen sean replicadas hacia los talleres tradicionales; aquí debe de aprovecharse el saber del pintado manual (apropiación cultural) que estos productores han adquirido. El papel de la institución pública debe de consistir en el apoyo gubernamental estimulante: en coordinar, apoyo crediticio para la logística, etc., para que los artesanos especializados capaciten en base a sus habilidades técnicas y den reforzamiento a las habilidades que ya tienen los otros (atrasados). En este punto, la institución debe de implementar un plan educativo de nivel básico de Capula para que se trasmita tanto la importancia como la cultura que tiene esta actividad y se desarrolle en las próximas generaciones.



B).- La función de los **Centros de Investigación**: la función de la Universidad y centros de investigación deben ser encaminados a fortalecer las técnicas y habilidades que estos productores exitosos ya tienen y así poder enriquecer y compartir diversas técnicas especializadas con el resto de los productores; es decir, los centros de investigación juegan un papel importante en el asesoramiento y aporte del conocimiento en capacitar a los productores en procesos de producción (como en diseño de productos, técnicas en punteado, etc.). Este fortalecimiento puede hacerse desde la Universidad Michoacana (especialmente la Facultad de Economía) y con el Instituto de Investigaciones Metalúrgicas, Casa de las Artesanías y otras instancias a través de un convenio.

C).- La función de los **productores**: la función de los productores debe consistir en la iniciativa y disponibilidad para capacitarse en nuevas habilidades y técnicas

productivas que deben darse a partir de la experiencia exitosa de los estudios de caso y otras que se implementen. Esta iniciativa debe de ir encaminada a reforzar las técnicas que cada uno de los productores tienen, dado que cada uno de ellos tiene la propia.

### **Organización:**

Otra característica que encontramos en estos artesanos exitosos, es el aspecto organizativo, elemento clave de sus procesos productivos el cual está organizado por áreas de producción. Esta cualidad, es sin duda un elemento importante que les ayuda a elevar la productividad en los procesos productivos. Las áreas que ellos han adoptado les ha permitido como se dijo anteriormente, a disminuir sus costos de producción (disminuye el desperdicio en productos, el tiempo de producción, etc.) y el margen de defecto o error en su producción es relativamente bajo. Esta característica se propone que debe de replicarse al interior del resto de los productores. Para ello, la función de los agentes participantes debe ser la siguiente:



A).- La función y papel de la

**Institución Pública:** esta debe de ir encaminada en promover la organización productiva al interior de los productores tradicionales, promoviendo la capacitación y formación de una cultura de reorganización en los procesos productivos y adaptando la experiencia que se tienen. Para ello, debe de tomarse muy en cuenta la propia adaptación y experiencia de los estudios de caso.

B).- La función de los **Centros de Investigación:** en el aspecto organizativo, los centros de investigación deben de fungir con el asesoramiento en el diseño de áreas funcionales en coordinación con la institución pública para el desarrollo viable de los procesos productivos y ello permita disminuir sus costos de producción en la producción de productos (debe de apoyarse en la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la UMSNH).

C).- La función de los **productores**: la parte organizativa de los productores lleva a que este sea uno de los elementos más importantes en la mejora de la producción. El que ellos tengan la apertura para adoptar esquemas en sus procesos productivos (organización en sus áreas de producción) puede llevarlos a empezar a conseguir economía escala como en la disminución de costos de producción, tiempo de producción, lo cual le permite a la unidad artesanal ser mas productiva y mas competitiva.

### **Innovación tecnológica y social:**

Otra habilidad o característica que identificamos en los estudios de caso es el aspecto en materia de tecnología que estos productores han adoptado para el mejoramiento de sus niveles de productividad. Para desarrollar el mejoramiento de los niveles productivos en los artesanos atrasados, es indispensable el tomar en cuenta las experiencias exitosas de los estudios de caso en materia de tecnología. Estos productores han adoptado la nueva tecnología en sus procesos productivos sin alterar la cultura e identidad de su producto, dado que sigue siendo manual. Esta característica tecnológica los hace ser competitivos ante las reglas cambiantes del mercado.



Para aprovechar esta característica diferencial de estos productores especializados en materia de tecnología y adaptación productiva, es necesario mencionar el papel que deben jugar cada uno de los involucrados en el proyecto de desarrollo local en este aspecto:

A).- La función y papel de la **Institución Pública**: retomando la experiencia exitosa de los estudios de caso, la institución pública debe de participar en la implementación de una política financiera y crediticia incluyente que facilite la incorporación de tecnología propicia adaptada (transmisión de innovaciones) a las

necesidades de los artesanos tradicionales retomando la asesoría y experiencia de los especializados.

B).- La función de los **Centros de Investigación:** en la parte innovativa en relación a los procesos productivos, los centros de investigación deben de participar en la propuesta de los tipos y costos viables de tecnología para adaptarlos a los talleres tradicionales. Para ello, se debe considerar la experiencia encontrada en los estudios de caso.

C).- La función de los **productores:** aquí los productores tradicionales deben de tener la flexibilidad y la apertura para adquirir tecnología nueva y adaptada a las necesidades de su proceso productivo sin desplazar su identidad cultural. La adquisición y adaptación de nueva tecnología en sus procesos productivos puede llevarlos a que diversifiquen sus productos y a la vez que estos sean competitivos.

#### **Comercialización:**

Otra característica identificada en los estudios de caso, es precisamente en materia de comercialización de artesanías. Aquí los productores, han potencializado sus vías de comercialización hacia mercados nacionales e internacionales. Tienen gran habilidad para relacionarse con el entorno institucional y privado. Esta habilidad ha permitido el de tener un gran reconocimiento en los mercados: sus productos reúnen las características y estándares a la calidad que el mercado internacional exige. Su habilidad para vender y relacionarse con clientes importante les permite estar insertos en mercado importantes.



Para aprovechar esta característica de estos productores, es importante definir también el papel que deben jugar los co-participantes en el proyecto de desarrollo local en este aspecto:

A).- La función y papel de la **Institución Pública**: en el aspecto de comercialización, la institución pública debe de participar como el principal promotor de la actividad artesanal; es decir, promocionando y atrayendo la demanda en diferentes mercados (locales, regionales, nacionales e internacionales). El papel que debe jugar el estado debe ser trascendental en materia de comercialización principalmente en mercados exteriores, ya que son estos los que dejan mejores dividendos a los productores. Para cumplir con este papel es recomendable que la institución se apoye en las experiencias encontradas en los estudios de caso, ya que estas podrían ser exitosas en materia de comercialización. Como primer alternativa de comercialización y atraer demanda sobre las artesanías de Capula, Maestría en Desarrollo Local (MADEL) conjuntamente con los productores ha elaborado una página WEB promocionando los principales productos analizados en los 3 estudios de caso, la página es la siguiente: [www.artesantiasdeexportacióncapula.com](http://www.artesantiasdeexportacióncapula.com)

B).- La función de los **Centros de Investigación**: la universidad y los centros de investigación en este aspecto juegan un papel de suma importancia, su conocimiento debe realizarse en hacer importantes estudios de mercados vinculándose con el Banco de Comercio Exterior (BANCOMEX) y otros centros de investigación tanto nacionales como internacionales en el sentido de diversificar la comercialización (nuevos nichos de mercado) de productos artesanales.

C).- La función de los **productores**: en materia de comercialización, los productores tradicionales tienen que tener la disposición de promocionar sus productos en ferias, tianguis, concursos, exposiciones, etc., aprovechando la experiencia de quienes han crecido por medio de esta difusión.

#### **Administrativos y productivos:**

Por último, la característica referente a procesos administrativos debe tener un peso importante para el mejor funcionamiento financiero de los talleres artesanales en la localidad. Cabe destacar, que en los estudios de caso, no encontramos evidencia de procesos definidos en materia de contabilidad y manejo de costos en la producción, por lo que estos productores llevan su



contabilidad y cálculo de costos de manera tácita y aunque no lo lleven registrado en alguna bitácora, sus costos de producción lo registran mentalmente dado que no tienen ninguna capacitación en esta materia; ante esta debilidad ellos manejan eficientemente la contabilidad de sus negocios.

Ante esta deficiencia, es indispensable implementar un plan de capacitación en materia de contabilidad y costos de producción. Con esta medida, los productores podrán realizar sus cálculos de manera más técnica y así tener la posibilidad de disminuir sus costos de producción.

En lo referente a este aspecto, los responsables de asumir esta acción se sustenta en lo siguiente:

A).- La función y papel de la **Institución Pública**: el papel que debiera asumir la institución pública es la de coordinarse con los centros de investigación para adecuar un esquema de capacitación referente a aspectos contabilidad y costos administrativos, para que los productores lleven de manera ordenada los cálculos en materia de producción y calculen su tasa de rendimiento por unidad.

B).- La función de los **Centros de Investigación**: de manera coordinada con la institución pública, la universidad pública por así decirlo debe participar de manera activa acercando su conocimiento técnico a los productores en materia de costos de producción.

C).- La función de los **productores**: la parte administrativa, es de suma importancia para todos los productores en general de la localidad de Capula. Deben de dotarse sobre elementos técnicos para que ellos calculen sus costos de producción ya que carecen de ellos. Para ello, los productores tienen que capacitarse sobre elementos técnicos para que sean ellos mismos quienes conozcan y calculen algunas razones financieras de mercado como el tipo de cambio, precio de las materias primas, etc., y así determinen sus tasas de rendimiento en la producción. Esta iniciativa debe apoyarse con la ayuda de contadores públicos y licenciados en economía de la UMSNH y otras instituciones.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la comunidad de Capula, el trabajo alfarero es un complemento de la actividad agrícola, la cual tiene un lugar dentro de una unidad territorial restringida; es decir, el recurso de la tierra que se cultiva es escaso por la fuerte presión que ejerce el crecimiento demográfico. De ahí que se trate de una agricultura de subsistencia, donde se emplean técnicas y métodos rudimentarios y tradicionales. Así, los factores que se señalan, determinan la existencia de una familia campesina, que a la vez es una unidad de producción y consumo dentro del contexto social del trabajo. Las tareas del alfarero, puede decirse que es apenas una alternativa (junto con la venta de su fuerza de trabajo) que permiten sostener mínimamente a un grupo familiar. En Capula, la producción alfarera favorece y beneficia a una serie de acaparadores, intermediarios y otros tipos de comerciantes que se aprovechan del trabajo de aquellos campesinos que combinan esta actividad; es decir, esta transacción permite que este grupo de acaparadores obtengan y acumulen ganancias, lo cual hace que se establezca la continuidad de relaciones asimétricas y diametralmente opuestas (relación de explotación) entre comerciantes locales, regionales y foráneos. Aquí el alfarero produce por necesidad, por la manutención de su familia y sobretodo para seguir reproduciéndose.

Las formas de producción artesanal en Capula se califican actualmente como atrasadas y siguen reproduciéndose en un contexto económico desigual, puesto que se reproducen dentro de una estructura industrial en que las llamadas industrias *modernas* y *dinámicas* son las que crecen a un ritmo más acelerado y marcan un ritmo de crecimiento económico diferenciado en el país.

Los ingresos que obtiene las pequeñas unidades de producción, son bastante bajos y solo se les permite reproducirse como fuerza de trabajo, esto indica, que aunque sea en un nivel mas que miserable, siguen siendo consumidoras, no solo de los medios de vida absolutamente indispensables, sino que también de algunos productos industriales, aunque su acceso a ellos esté mediado por algún crédito comercial.

Una de las características principales de las unidades alfareras de la localidad de Capula es que en su estructura productiva subsiste una fuerte participación de micros y pequeñas unidades que funcionan con tecnología tradicional, desarticuladas del aparato productivo interno y marginadas del proceso exportador.

Las exportaciones de artesanías de Capula representan una buena perspectiva, porque permite el mejoramiento de los ingresos, incentivar el empleo y fortalecer la cultura basada en aprendizajes locales de los mismos pobladores, dado que la artesanía mexicana es apreciada por el turismo internacional.

Desde varias décadas atrás este ha sido un tema importante en los discursos en los gobiernos, sin embargo poco se ha realizado. La artesanía mexicana sigue sobreviviendo a pesar del escaso apoyo gubernamental y su nula promoción. La ideología de las artesanías desde los gobiernos desarrollistas tuvo la intención de exaltar las expresiones culturales indígenas en la idea de que la producción de artesanías tenía que concebirse como la vía de la superación económica para los indígenas de México. Basta recordar varias frases como promesas sobre el impulso que se le daría subsecuentemente a esta actividad. Esto nos hace recordar la importancia del mensaje que daba el entonces candidato a la presidencia de la República<sup>35</sup> en 1958 y donde expresaba lo siguiente:

*“Si se fortalece nuestro artesano con el crédito y la organización adecuados, podrá convertirse dentro de sus dimensiones de industria familiar, en un importante reglón de la actividad económica general...El mexicano está dotado de ingenio y habilidad que le permiten hacer hermoso cualquier artefacto. Esta capacidad innata debe convertirse en una fuerza económica. Mucho de lo que la familia rural produce en los tiempos libres, cuando el trabajo agrícola no requiere su presencia en la sementera, puede organizarse y desarrollarse para constituir la base de diversos artículos que demandan los habitantes de nuestras ciudades y que pueden ser **exportables**... A los artesanos de la República les digo: sus*

---

<sup>35</sup> Citas de varios discursos pronunciados por el Licenciado Adolfo López Mateos en distintas partes del país durante su gira como candidato a la presidencia de la República en 1958. Citado por Novelo, 1972, p. 41.

*manos son su mayor riqueza; ellas, con nuestra herencia cultural y la sensibilidad que han recibido de nuestros antepasados, les permite hacer muchas cosas que pueden beneficiarlos económicamente”.*

Las frases citadas son significativas, a las familias se les informaba que eran poseedoras de un tesoro que debía ser usado en bien del país: lo que ellos hacen es bello, ya se encargará el Estado de hacerlo exportable. Frase que sigue quedando para el recuerdo, ya que el Estado ha sido incapaz de alentar y de aliviar el problema que padecen miles de artesanos en todo el territorio nacional.

El futuro de la producción artesanal campesina, dependerá mas que nada de las posibilidades del mercado, no solo nacional sino internacional cuya producción debe estar dirigida a sectores sociales y al turismo con alta capacidad de consumo e ingreso.

En Capula, es difícil pensar en el desarrollo local sin un avance de las Unidades Campesinas Artesanales, las cuales emplean a un gran número de la población.

Para ello, es de suma importancia que incorporemos a esta propuesta las experiencias analizadas en los estudios caso (Vajillas Finas “El Colibrí”, Artesanías Finas “El Nuevo Colibrí” y Artesanías Finas “Ladislao Martínez”), que son experiencias locales que pueden mejorar tanto la productividad de la actividad, el saber local y la comercialización de las misma.

Por lo tanto, el que se aprovechen estas experiencias y sean referencia de réplica hacia el resto de productores marginados para que estos puedan mejoren su productividad y su mercado debe también de aprovecharse de una política de desarrollo artesanal, sobre todo a aquellas que inviten al productor, a exportar sus productos de manera directa, sin intermediarios y capacitando en sus trámites de exportación.

En esta investigación debe de concluirse que aunque los estudios de caso analizados presentan importantes cambios positivos en sus procesos productivos y de comercialización, también presentan dificultades y limitantes a lo limitado de la demanda que ofrece el mercado interno dado su nula promoción y el

desconocimiento parcial sobre normas y trámites de exportación por falta de una política de orientación y asesoramiento para la exportación directa. Otra de sus limitantes la encontramos en que estas trabajan de forma aislada e individualmente; es decir, intercambian información de manera parcial aunque en el caso de Vajillas Finas "El Colibrí" y Artesanías "El Nuevo Colibrí" si intercambian información dado que se trata de talleres íntimamente familiares. Les falta capacitación especializada en cuanto al empaçado del producto, sobre todo cuando clientes importantes les pide el envío a otros lugares; solo empaçan de forma sencilla y para exportar es necesario que la artesanía lleve una gran garantía sobre su empaçado. Otro de sus problemas productivos comunes que encontramos en ellos, es que en ocasiones las piezas grandes y que son elaboradas con un alto grado en forma y pintado, en su fase terminal (ejemplo, cuando se quema), en ocasiones sale con defecto (rajaduras, etc). También es importante decir, que estos productores trabajan de manera aislada con el resto de los productores de la localidad, pero manifiestan que están dispuestos a compartir sus conocimientos y experiencias con el resto ya que cuentan con liderazgo y arraigo por el éxito que han tenido.

Por el otro lado, hay que reconocer que las unidades artesanales exitosas ha superado el círculo ancestral sobre el de seguir siendo unidades que producen y se reproducen para la sobrevivencia; han superado la pobreza extrema como elemento característico de la mayoría de ellas. Han pasado a ser talleres con *visión, innovativos y adaptativas* a lo que exige el mercado y han hecho frente a las exigencias que impone la globalización<sup>36</sup>. Así, con méritos propios y con la carencia de una política gubernamental que participe y apoye esta importante actividad, estos artesanos de la comunidad, son ejemplo de crecimiento ante las adversidades que se enfrenta ante la competencia; hoy en día, han pasado de ser unidades artesanales sobrevivientes a unidades con un nivel desarrollo que los

---

<sup>36</sup> "La globalización no es un proceso univoco, incluyente, sino que tiende a ser selectivo y discriminatorio que reproduce, en niveles nunca antes vistos, la polarización en la distribución de la riqueza en escala planetaria y el agudizamiento del conflicto Norte Sur que en la posguerra fría sustituye al conflicto Este-Oeste característico de la guerra fría" (Petrella, 1997).

hace partícipes en el mercado nacional y de exportación por sus mejorados procesos productivos.

Ante la importancia del tema, los productores dueños de estos talleres (Ladislao Martínez e Iván Pineda) han brindado su apertura e interés para incorporarse al desarrollo de este proyecto acercando sus conocimientos y experiencias en materia de producción y comercialización de artesanías hacia la comunidad. Dicen que la colaboración de los actores locales y extra-locales son factores para impulsar este proyecto (gobierno, universidad, Centros de investigación, etc). Para el desarrollo de la exportación de las artesanías se desconocen parcialmente diversos aspectos; dado que no se hacen de manera directa (solo por medio de intermediarios oficiales como Casa de las Artesanías, Sedeco, Fonart, etc). Para tal efecto, se necesita de asesoramiento y de un programa eficaz para el desarrollo de las exportaciones sobre los diversos trámites que deben de realizarse para incursionar en el mercado internacional.

El programa que debe de implementarse debe de resolver los problemas generales siguientes:

- 1.- La inaccesibilidad del mercado externo para el artesano individual y en grupo.
- 2.- El bajo volumen de producción, determinado por la escasa tecnología y decoración del producto.
- 3.- La baja calidad del producto determinado sobre todo por la escasa tecnología.
- 4.- La escasa vías de comercialización por la baja calidad del producto y la escasa promoción del gobierno.
- 5.- La carencia de recursos para la financiación oportuna para producción destinada a la exportación, y para financiación de la exportación misma.
- 6.- La ignorancia general de la importancia del mercado externo, normas de calidad que exigen en los mercados.

Dada la importancia de la actividad artesanal en Capula, el crédito en este campo ya no debe ser burocrático ni selectivo como actualmente Casa de las Artesanías lo está destinando y debe ser fácil, incluyente, rápido, de bajo costo y siempre

bajo la supervisión de los que saben del tema (artesanal) y sujetado a producir con calidad artística, técnica y funcional, pero preservando su identidad y cultura. Así, la exportación de manufacturas, tanto de bienes esenciales como de productos suntuarios, se convierte entonces en la tabla de salvación de una economía incapaz de superar los factores disruptivos que la trabajan. Desde los proyectos de integración económica regional y sub-regional hasta el diseño de políticas agresivas de competencia internacional, se asiste en América Latina a la resurrección del modelo de la vieja economía exportadora (Marini: 1962:23).

El futuro de México, sin duda, reside en el fortalecimiento del mercado interno y en el comercio exterior. El reto actual para la economía mexicana es incorporarse de manera competitiva y al proceso de mundialización vigente. Para ello, no es suficiente una política industrial orientada a la exportación; es preciso orientarla con una de articulación y fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Apoyar a las MIPYMES como entidades innovadoras vinculadas a la estructura productiva en áreas geográficas definidas y con posibilidades de formar parte de una red productiva con base en la subcontratación o la aglomeración permitiría generar una alternativa de organización horizontal y desarrollo regional frente a los modelos tradicionales de organización industrial de integración vertical que restringen el crecimiento con equidad.

En Capula, el compartimiento de las experiencias exitosas de productores como los analizados puede ser inicio de un desarrollo más equilibrado y sustentable para los productores. Con el acompañamiento de una política gubernamental eficaz que apoye con la promoción y difusión en diferentes mercados, puede atraerse importante demanda la cual traería como consecuencia que se reactive la economía en la comunidad. Con las experiencias analizadas es urgente prestar a los artesanos una sana e ilustrada asistencia técnica y artística para conservar la individualidad de nuestra arte popular en Capula, ya que se distingue de otras por su puntillismo y que estas pueden competir con éxito en mercados internacionales. Estas asistencias son indispensables y urgentes, porque

permitirían fortalecer el saber que ya tienen los artesanos tecnificando la producción sin desnaturalizarla.

Por lo tanto, para impulsar el desarrollo local en Capula, se necesita también una acción decidida del papel del Estado. Mientras siga existiendo un proyecto de desarrollo único y uniforme por y desde el centro, no existirá futuro posible para aquellas regiones o localidades en las que el desarrollo ha estado históricamente ausente. Las diferencias culturales, históricas, geográficas, sociales y sobre todo de los actores locales, hacen que el impacto de un mismo proyecto con intenciones homogeneizadoras tenga consecuencias desiguales, en unos puede servir de verdadero despegue, en otros de profundización de carencias. En las localidades existen grandes diferencias, y es a partir de ellas, que se deben instrumentar una pluralidad de estrategias y políticas propias que respondan al grado de desarrollo y a la problemática particular de las regiones/localidades.

El papel Estado no debe ser el de simple promotor de la inversión extranjera en el territorio. No basta de crear leyes de fomento económico ni de promoción de instrumentos de exenciones fiscales, apoyos crediticios, capacitación etc. De lo que se trata es de involucrar a los diferentes actores sociales en el fomento de la actividad productiva a partir de sus territorios concretos. Si el objetivo de la política económica es la búsqueda de nuevas fuentes de trabajo, la mejor fuente son las empresas locales y no las grandes trasnacionales expoliadoras del territorio.

En este contexto, las micros, pequeñas y medianas empresas (MYPIMES), son decisivas para el desarrollo local. Ellas estimulan una localidad o región, le dan una densidad, una estructura, una dinámica en base a su capacidad para crear empleo, innovar, diversificar y modernizar la economía local y adaptarse de forma flexible y creativa a los cambios (Chauca, 2004:11). La empresa local debe, con sus decisiones, proteger la comunidad, promover su propio desarrollo y acrecentar su bienestar.

En Michoacán, el Ayuntamiento debe cumplir un papel promotor de la economía regional y de sus comunidades, apoyando el fomento y apoyo a las



microempresas para que eleven su productividad y competitividad y así compitan en mercados nacionales e internacionales.

El municipio de Morelia (como muchos otros), debe de pasar de ser un municipio asistencialista de servicios básicos a un municipio productivo de oportunidades hacia los ciudadanos, mejorando la productividad de las microempresas, otorgando apoyos crediticios, promoviendo y buscando nuevos nichos de mercado para sus productos.

Debe de entenderse que la baja productividad y competitividad que presentan las Unidades Económicas Artesanales en Capula tiene que ver con lo que pasa a nivel Nacional y en Michoacán. Las micros, pequeñas y medianas empresas (MYPIMES) en Michoacán presentan baja competitividad por su escasa innovación de sus sistemas productivos. Cabe mencionar que en el sexenio pasado y presidido por Vicente Fox Quezada (2000-2006), México en el contexto internacional perdió 16 lugares<sup>37</sup> y el Estado de Michoacán está entre los estados que tuvo más pérdidas en materia de competitividad, con un índice de competitividad bajo (ver cuadro 1).

<b>Cuadro 1.-Índice de competitividad empresarial en México (2006)</b>		
<b>Competitividad</b>		
<b>Alta</b>	<b>Media</b>	<b>Baja</b>
Distrito Federal, Colima, Nuevo León, Baja California Norte, Coahuila, Querétaro, Baja California Sur, Sonora, y Tamaulipas.	Quintana Roo, Yucatán, Campeche, Tabasco, Sinaloa, Chihuahua, Guanajuato, Jalisco, Estado de México, Durango, San Luis Potosí, Morelos y Puebla.	Oaxaca, Guerrero, Chiapas, <b>Michoacán</b> , Veracruz, Puebla, Hidalgo, Tlaxcala, Zacatecas y Nayarit.
<b>Fuente:</b> La Voz de Michoacán, miércoles 25 de julio del 2007. Pág. 7C.		

<sup>37</sup> Ver El Economista, lunes 23 de Octubre del 2006. pág. 20.

La falta de competitividad en Michoacán provoca una menor capacidad para generar empleos formales. El bajo nivel de competitividad de las empresas en Michoacán es un claro ejemplo de que la institución gubernamental no ha brindado los apoyos necesarios a las micros, pequeñas y medianas empresas de la entidad.

Se requiere que las unidades artesanales de Capula accedan a sistemas de producción más modernos para que tengan la oportunidad de mejorar su producción y competitividad ante el mercado globalizado, pero sobre todo esta mejora debe ser apoyada por las experiencias propias de artesanos que con su propio esfuerzo han logrado tener éxito en el mercado competitivo (como ejemplo: Vajillas Finas El Colibrí, El Nuevo Colibrí y Ladislao Martínez).

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- Ayala Flores, Luis Alberto (1985), en la tesina: "Impacto Ecológico de las Empresas Alfareras", Escuela de Economía, UMSNH. Morelia Mich., México.
- Abinzano Roberto, E. Belli Elena y G. Slavutsky Ricardo (1977). Arte Popular Latinoamericano Bolivia/México/Panamá. Centro Editor de América Latina S.A. Buenos Aires Argentina.
- Baigorri, Artemio. Estrategias de Desarrollo local. Conferencias en las jornadas de desarrollo local y Promoción de Empleo, Ayuntamiento de Badajoz/Centro de Empleo y Formación Guadiana, Badajoz, 9/XI/94.
- Boscherini Fabio y Poma Lucio (2000). Territorio, conocimiento y competitividad de las empresas: el rol de las instituciones en el espacio global. Universidad Nacional de General Sarmiento. Miño y Dávila Editores. Buenos Aires Argentina.
- Cabrero Mendoza, Enrique (2003): "Gerencia Pública Municipal". Marco de análisis estratégico para la toma de decisiones en gobiernos municipales. CIDE.
- Campos Meráz, Ramiro (1997): La economía del taller alfarero en Zinapécuaro y Capula Michoacán. Proyecto Alfar. Instituto de Investigaciones Metalúrgicas. UMSNH. Morelia Michoacán, México.
- Carvajal Ugarte, Mario Alberto (1992), en la tesis: "Análisis de los Mecanismos de Sobrevivencia y Reproducción de la Unidad Campesina Artesanal de la Meseta Purépecha", El Caso de Paracho Michoacán, 1970-1990. Escuela de Economía, UMSNH. Morelia Michoacán, México.

Doreen Massey (1990): Las Regiones y la Geografía, en: Nuevas Tendencias en el Análisis Regional, R. Ramírez, Blanca (Compiladora). Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco. México. D.F

Elizalde Hevia, Antonio (2003): Planificación Estratégica Territorial y Políticas Públicas para el Desarrollo Local. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social –ILPES. Serie Gestión Pública. Editorial CEPAL – ILPES- Naciones Unidas., Santiago de Chile.

García García Odón (1997): Estudio de Factibilidad Económica del Taller UARM Capula-Zinapécuaro. Proyecto Alfar. Instituto de Investigaciones Metalúrgicas. UMSNH. Morelia Michoacán, México.

González Casanova, Pablo, (2004): Las Nuevas Ciencias. De la Academia a la Política. IIS-UNAM/Anthropos. España.

Furió, E. (1996): Crisis económica, dinámica espacial y perspectiva territorial. Evolución y cambio en la economía regional. Ediciones Ariel Economía. Barcelona, España. Pp 81-91.

Herrera, Ernesto. "Las estrategias de desarrollo local como experiencia de planificación y desarrollo". Director de Desarrollo Municipal (FUNDACOMUN).

<http://es.wikipedia.org/wiki/Alfarer%C3%Ada>). Fecha de consulta, 26 de enero del 2007.

Hiernaux Nicolás Daniel (1990): En la Búsqueda de un Paradigma Regional, en: Nuevas Tendencias en el Análisis Regional, R. Ramírez Blanca (Compiladora.) Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco. México. D. F.

Ibáñez, Alfonso (2000): Mundialización y multiculturalismo en: Espiral No. 18. Estudios sobre Estado y Sociedad Vol. 6. Novena Editorial. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades.

Ibarra González, José (1999), en la tesina: "Proyecto de Inversión para la Exportación de Vajillas de Cerámica de la Localidad de Capula, Michoacán", Escuela de Economía de la UMSNH. Morelia Michoacán, México.

Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). Manual de Desarrollo Local –ILPES. Dirección de Desarrollo y Gestión Local –ILPES.

Jiménez Castillo, Manuel (1982): Huáncito, La alfarería en una comunidad purépecha. Ed. Casa abierto al tiempo. Universidad Autónoma Metropolitana. Azcapotzalco. México. D.F.

Landa Mariscal, Martha (1995): Las Unidades Productivas Familiares Alfareras en el Contexto Actual, en Ciencia Nicolaíta, No. 9. Revista de la Coordinación Científica de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Michoacán. México.

La agenda desde lo local. [www.inafed.gob.mx](http://www.inafed.gob.mx)

Martínez Peña, Porfirio (1988): Arte Popular y Artesanías Artísticas en México. Un acercamiento. Editorial: Lecturas Mexicanas. Secretaría de Educación Pública. M

Martínez Cortés, Sergio (1989), en la tesina: "El impacto del presupuesto en el Desarrollo Artesanal Michoacano", Escuela de Economía de la UMSNH. Morelia, Michoacán, México.

- Medina Ramírez, José Abraham (1995), en la tesina: La participación de Fonaes (Fondo Nacional de Empresas en Solidaridad) en el Desarrollo Económico del Estado de Michoacán. Escuela de Economía de la UMSNH. Morelia Michoacán, México.
- Moctezuma Yano Patricia, (2002): Artesanos y Artesanías Frente a la Globalización: Zipiajo, Patamban y Tonalá. El Colegio de San Luis y El Colegio de Michoacán. Fondo Nacional para la Cultura y las Artes. Primera Edición. México D.F.
- Norbert N. Nelson (1970): Mercado y Venta de Artesanías. Centro Regional de Ayuda Técnica. Agencia para el Desarrollo Internacional (AID). Editorial Limusa-Wiley, S.A. México/Buenos Aires.
- Novelo Victoria (1993): Las Artesanías en México. Gobierno del Estado de Chiapas. Instituto Chiapaneco de Cultura. Primera Edición. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México.
- Novelo Victoria, (1976): Artesanías y Capitalismo en México. Centro de Investigaciones Superiores. Instituto Nacional de Antropología. Primera Edición. Editorial, Sep-Inah. México.
- Núñez Rojas, María Ana Berta (1990), en la tesis: La Comercialización de las Artesanías de Cobre, en Santa Clara del Cobre, Michoacán. Escuela de Economía de la UMSNH. Morelia Michoacán, México.
- Ocampo M. Luís Fernando (2004): Globalización y Reestructuración Territorial. 2° Congreso RNIU: Investigación Urbana. Editorial de la Red Nacional de la Investigación Urbana. UAM-X.

- Pérez Sáinz, Juan Pablo (1998): Capital Social y Artesanía en el Salvador. FLACSO Programa El Salvador. Primera Edición. San Salvador, El Salvador, Centroamérica.
- Plan Municipal de Desarrollo (2002-2004). Municipio de Morelia del Estado de Michoacán.
- Ramírez Velásquez Blanca Rebeca y José Tapia Blanco (2004): Globalización o escalas en el análisis territorial: el inicio de un debate. 2° Congreso RNIU: Investigación Urbana. Editorial de la Red Nacional de la Investigación Urbana. UAM-X.
- Rofman, A (2003): Los actores del desarrollo local. Apuntes del taller Instrumentos para el desarrollo local. Apuntes para el modulo del curso del postgrado desarrollo local en áreas metropolitanas. Buenos Aires, Argentina.
- Subdirección del Centro de Investigación y Documentación de la Actividad Artesanal. Casa de las Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán de Ocampo.
- Soledad Sánchez, Soledad. La conducta ambiental y la eficiencia como estrategia para la sustentabilidad en la producción de artesanías. CIIDIR, IPN-Unidad Oaxaca. 10° Encuentro Nacional Sobre Desarrollo Regional en México. 4° Aniversario del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, ININEE-UMSNH. Morelia, Michoacán, del 25 al 28 de Noviembre del 2005. Centro Cultural Universitario.
- Solari Vicente, Andrés (2002), (Coordinador): Desarrollo local, innovaciones y redes empresariales. Maestría en Gestión Estratégica del Desarrollo- División de Estudios de Posgrado. UMSNH. Primera edición, Morelia, Mich., México.

- Solari Vicente, Andrés y Martínez Aparicio, Jorge (2005), (compiladores): "Desarrollo Local, Textos Cardinales". Facultad de economía "Vasco de Quiroga". División de Estudios de Postgrado. UMSNH. Primera edición, Morelia Mich., México.
- Suárez, F. (2003): Lo local como componente estratégico del desarrollo. Apuntes del taller Instrumentos para el desarrollo local. Apuntes para el modulo del curso del postgrado desarrollo local en áreas metropolitanas. Buenos Aires, Argentina.
- Tinoco Téllez, Hermila (1989), en la Tesis: "El Comportamiento Económico de la Producción Artesanal en Michoacán, Santa Clara Del Cobre, un Estudio de caso", Escuela de Economía de la UMSNH. Morelia Michoacán, México.
- Trigilia, Carlo, (2003): Capital Social y Desarrollo Local en: El Capital Social. Instrucciones de Uso. Editorial, Fondo de Cultura Económica de Argentina, S.A.
- Tomassini, Luciano, (2000): Capital Social y Cultura: Claves Estratégicas para el Desarrollo. Banco Interamericano de Desarrollo. Editorial, Fondo de Cultura Económica.
- Vallarta Vélez, Luz Del Carme y Ejea Mendoza María Teresa (1985): Antropología Social de las Artesanías en el Sureste de México: Dos Estudios. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. SEP. Editorial. Sep. Cultura. México D.F.
- Wallerstein, Immanuel, (2001): Conocer el mundo, saber el mundo: el fin de lo aprendido. Una ciencia social para el siglo XXI. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM. Editorial Siglo XXI Editores, S.A de C.V.



## **ANEXO**

### **CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO**

**1.- UNIDAD ECONÓMICA ARTESANAL:** \_\_VAJILLAS FINAS " EL COLIBRÍ"

**PROPIETARIO:** Blanca Pineda

#### **(CASO 1)**

#### **I.- ELEMENTOS EVOLUTIVOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA ARTESANAL**

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

Nace hace 25 años (es decir en 1981), la cuál no tenía razón social. La propietaria nació en México y a los 3 años se vino a vivir a Capula, dado que sus padres eran originarios del lugar, aunque ellos no se dedicaban a la alfarería.

**2.- ¿Qué tipo de productos producía?**

Se producía productos pequeños a pequeña escala, como ollas chicas y casuelas chicas principalmente.

**3.- ¿Con cuantos trabajadores o familiares inicia?**

Solo se trabajaba con mis 2 hijos (tres personas)

**4.- ¿Con cuanto capital financiero inicia su producción?**

Inicié con un capital de 10 pesos (pesos de 1980) aproximadamente y solo producía productos para venderlos en los pueblos como Morelia y otros pueblos vecinos.

#### **II.- ELEMENTOS DESCRIPTIVOS DE LA UNIDAD ARTESANAL**

**1.- ¿En qué tipo de loza de has especializado?**

Me he especializado principalmente en vajillas de alta temperatura de diferente número de piezas (vajillas, tarros, juegos de café, ceniceros, salseras, macetas, lámparas, etc).

**2.- ¿En promedio cuantas quemas haces al mes?**

Se hace por pedido (4 quemas por mes en promedio).

**3.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos?**

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

**4.- ¿Qué tipo de horno tiene?**

Tengo un horno de alta temperatura (1500°C). Mis productos se queman a una temperatura de 1100°C, y este horno lo conseguí por medio de un préstamo de FOMICH (Casa de las Artesanías).

**5.- ¿Además que otros instrumentos mecánicos cuentas para la producción?**

Cuento con torno eléctrico y sus moldes especializados para elaborar cualquier modelo de producto que se requiera. Esta maquinaria lo compré en FOMICH.

**6.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería? ¿Además te has especializado fuera de la comunidad con quién y dónde?**

Lo aprendí con la vivencia que tuve en la misma localidad, es decir, observando con los mismos alfareros de Capula, dado que mis papás no sabían este oficio. En segundo lugar, el conocimiento que tengo, lo he retroalimentado gracias a la especialización de mi hijo Ivan, dado que el se ha especializado en artesanía de alta temperatura en una escuela japonesa con sede en Toluca.

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

Como lo dije, gracias a mi hijo (especialista en alta temperatura)

**8.- ¿Además de la técnica que dominas, dominas alguna otra técnica?**

También puedo producir velas aromáticas y utilizo mi propia inspiración de la naturaleza. Estudié hace algunos años en la Escuela del Seguro Social sobre "manualidades".

**9.- ¿Cómo determinas tus diseños (por catálogos, por el mercado, por creatividad, por revistas etc.)?**

No utilizo ningún catálogo, ni ninguna muestra, solo utilizo mi propia inspiración observando la naturaleza.

**10.- ¿Cuánto tiempo tienes ya trabajando con tu taller?**

El taller tiene 12 años en este lugar, dado que cuando comencé (hace 25 años solo vendía en las calles en Morelia y otros pueblos).

**11.- ¿Cuánto tiempo llevas produciendo productos de exportación?**

Tengo ya 6 años aproximadamente que mis productos son demandados por el mercado internacional (exportación).

**12.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación? ¿Cuántas veces y en dónde?**

He tenido la oportunidad de participar todos los años. He logrado ganar 30 primeros lugares y 35 segundos lugares y 3 terceros lugares. Los reconocimientos han destacado en el nivel nacional y estatal sobre todo en vajillas de diferentes decoraciones. Este número de reconocimientos se debe a su alta especialización sobre todo en vajillas ya que son escasos los artesanos que pueden presumir de tan amplio reconocimiento.

**13.- Cuantas veces te han premiado y qué tipo de productos?**

Llevo 68 reconocimientos y han sido principalmente en variedad de vajillas.

**14.- ¿Lo que produces lo haces con greta? ¿Qué tipo de productos?**

La mayor parte de mi producción se hace en cerámica y uy pocos productos de barro (lámparas, macetas y cosas de hornato, servilleteros y figuras).

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

No utilizo nada de greta, ni para los productos de barro.

**16.- ¿Quién te vende la greta y los colores?**

En mi taller no se utiliza la greta. Pero se puede conseguir aquí mismo en las bodegas de Capula. Los esmaltes son preparados por el joven Ivan González (especialista). Por lo tanto, los colores se compran en la tienda "FERROMEXICANA" en Monterrey y se piden por pedido (el envío se hace por paquetería). Tiene que ser un pedido mínimo por la cantidad de 25,000.00 pesos. La pasta que es también parte de la materia prima se envía también de Monterrey por un pedido mínimo de 9,000.00 (la tonelada cuesta 4500.00), es decir dos toneladas mínimo por pedido.

**17.- ¿Qué problemas tienes con el abasto de la greta y los colores?**

En el caso de los colores no se tiene ningún problema, dado que en Monterrey existen grandes empresas (tiendas) que proveen de estos insumos.

**18.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro?**

Ninguno, pero se compra con los mismo ejidatarios de la localidad y el costal tiene un precio de 30 a 80 pesos según el tamaño.

**19.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller?**

Laboran mis 2 hijos y un trabajador no familiar y yo (propietaria). A este trabajador (base) y se le paga por productividad (genera un sueldo mas o menos de 5000 mensual). En temporadas donde se pueden incrementar las ventas y los pedidos recurro emplear a otros trabajadores para cumplir con los pedidos, pero esto es aleatorio (temporal).

**20.- ¿Cuántas de ellas son tus familiares?**

Solo mis 2 hijos

**21.- ¿Cuántos de estos trabajadores son eventuales en tu taller?**

Considero eventuales a mi trabajador de base (al que labora por productividad todos los días laborales).

**22.- Cuantos de los trabajadores son mujeres y cuantos hombres?**

Solo yo como propietaria soy mujer, el resto son hombres.

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

Por lo general todos hacemos lo mismo dado que se trata de actividades no muy pesadas.

**24.- ¿Cuánto gana mensualmente un empleado en su taller aprox.,?**

Como lo dije anteriormente, el trabajador familiar gana aproximadamente 5,000.00 pesos mensuales y nosotros los familiares no tenemos una cantidad fija porque varía nuestro ingreso conforme a las ventas.

**25.- ¿Estas integrado a algún grupo de alfareros? ¿En cuál?**

En este momento a ninguno.

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

No se tiene en este momento ninguna prestación social.

## **II.- FACTORES COMPETITIVOS Y DE DEMANDA ACTUAL**

### **1.- ¿Cuáles son los productos que vende?**

En este momento, se venden vajillas, tarros, ceniceros, lámparas platos decorados, catrinas, macetas, floreros, botaderos, etc.

### **2.- ¿Quiénes son sus clientes (a quienes le vende)?**

En primer lugar, Casa de las Artesanías (se vende por pedido- exportación)

En segundo lugar, FONART de México también por pedido (exportación).

En tercer lugar, vendo en las ferias promocionadas por el Gobierno del Estado, aunque en la de Uruapan (el día del artesano) ya no se asiste porque según han dejado el lugar para artesanos más pequeños, y,

En cuarto lugar, vendo localmente en mi propio taller en Capula, a los visitantes (no se vende a intermediarios)

### **3.- ¿Dónde compra su materia prima?**

La materia prima toda la compro en Monterrey por pedidos. El barro lo compro localmente con los ejidatarios.

### **4.- ¿Por qué cree usted que sus productos sean tan demandados?**

Primero, por la calidad que tienen (no contienen plomo, contienen dos quemas). Segundo, por sus características propias y originales (pintado a mano principalmente) y, tercero, su gran variedad, dado que se tiene productos diferentes a otros productores.

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

Yo vendo solo al contado, antes de todo se les da a conocer el precio.

### **6.- ¿En qué momento los clientes adquieren su producto?**

Mi producto es conocido por varias instituciones de gobierno (Casa de las Artesanías, FONART, Sedeco, clientes internacionales, etc.), por ello es demandado. Cuando se saca un producto nuevo es dado a conocer para su comercialización.

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

El consumidor siempre es exigente, y lo que sugiere es que se le de buen precio principalmente dado que ya conocen mi producto.

**8.- ¿Quiénes son sus competidores, regionales, nacionales e internacionales?**

Localmente mi competencia es el taller de Fernando Ruiz, aunque sus productos son de menor calidad porque contienen solo una quema.

A nivel nacional mi competencia es la empresa LAVATEL de Guanajuato, esta empresa hace lo mismo que el productor Fernando Ruiz (con la misma calidad), donde este mismo productos trae productos de Guanajuato para venderlos en su taller (específicamente esta empresa esta en Dolores Hidalgo).

A nivel internacional, mi competencia es la invasión de productos chinos que están apareciendo por todos lados y con precios que equivalen hasta 4 veces menos que los nuestros, pero como todos sabemos son productos hechos industrialmente (en serie) y los nuestros son manuales.

**9.- ¿Qué características tienen sus competidores?**

Son productos homogéneos que tratan de imitar.

**II.- ASPECTOS DE COMERCIALIZACIÓN**

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

Que son únicos y que son de mayor calidad (resistencia) y que hablan de nuestra cultura mexicana.

**2.- ¿Con respecto a la competencia, que es lo diferente de tu producto (lo más característico)?**

Las decoraciones originales (las figuras). Las figuras son muy pequeñas y manuales.

**3.- ¿Cuáles son sus clientes más importantes en el mercado?**

En este momento y Casa de las Artesanías.

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

Tiene gran importancia, dado que mi producto tiene calidad y originalidad y buen precio.

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

Cada vez que el mercado me lo exige (es decir la demanda).

**6.- ¿Qué importancia tiene para usted el empackado del producto?**

Tiene mucha importancia, porque el empackado le da seguridad al producto para que llegue en excelentes condiciones a si destino. En el Caso de mi mercado (FONART y Casa de las Artesanías), ellos lo recogen aquí en mi taller y ellos mismo lo empackan.

**7.- ¿Al empackar el producto, quién se encarga de empackar?**

Mis clientes (Casa de las Artesanías y Fonart).

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

Lo veo más o menos igual al de la competencia, pero la diferencia esta en la calidad de mi producto. En Capula se tiene competencia, mi producto puede estar un poco más caro, pero mis clientes conocen su diferencia y calidad.

**9.- ¿Cómo comercializa sus productos, específicamente con quién?**

Principalmente en FONART, Casa de las Artesanías, algunos restaurantes en Monterrey (caso Don Quijote y los Casos) y localmente aquí en la localidad.

**10.- ¿Cuáles son sus volúmenes de ventas en el mercado regional, nacional e internacional?**

- 30% Fonart
- 40% Casa de las Artesanías
- 30% mercado regional
- 10% localmente.

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

- 10% en empackar (cajas y periódico)

- 20% transporte
- 20% gastos en administración
- 30% materia prima
- 20% ganancia

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

Mis clientes vienen a mi taller a recoger el producto. Ellos se hacen responsable del empackado (Caso de Casa de las Artesanías, Fonart). En el caso del mercado local, si mis clientes me piden empaquetado, lo hago con cajas de forma censilla.

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

El precio se fija de acuerdo al costo de producción.

**14.- ¿Qué elementos toma en cuenta para fijar los precios de sus productos?**

En base al costo de la materia prima y otros.

**15.- ¿Qué parámetros utiliza para fijar el precio de un producto con respecto de otro?**

No lo fijo con respecto a la competencia, lo fijo a los costos de producción principalmente, dado que mis productos no contienen plomo.

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

No creo tener competencia en sí, dado que mis productos son únicos y originales.

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

- La calidad y diseño.
- Por su precio
- Por la recomendación de los clientes que ya me conocen.
- Tiene que ver también la ubicación de mi taller (está en la entrada a Capula).



### **III.- ASPECTOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN**

#### **1.- ¿Qué tipo de promoción se esta realizando actualmente y por quién?**

No se tiene en este momento ningún tipo de promoción, solo la recomendación de nuestros propios clientes que ya me conocen.

#### **2.- ¿Qué papel cree usted que juega la promoción para estimular la demanda?**

Desde luego que juega un papel fundamental, dado que con ello se pueden incrementar las ventas, en todos los niveles de mercado.

#### **3.- Cuál cree usted que sea la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

La mezcla adecuada creo que sería por medio de catálogos, spot por medio de la televisión, paginas en Internet, promocionales en lugares estratégicos y en fechas claves.

#### **4.- ¿Qué papel juegan la institución gubernamental en la promoción?**

En este momento, no hay ningún promocional de la parte institucional, pero desde luego, el estado debe de jugar un papel de suma importancia como promotor del desarrollo.

#### **5.- ¿Qué tipo de apoyo de promoción se está recibiendo por parte del municipio/estado o de la federación?**

En este momento ninguno.

#### **6.- ¿Cuáles son las ventas actuales que realiza por producto en cada uno de los mercados?**

- 30% Fonart
- 40% Casa de las Artesanías
- 30% mercado regional (incluye la venta a los restaurantes de Monterrey)
- 10% localmente.

#### **7.- Cuál es la participación actual en las ventas/mercado por tipos de clientes (locales, regionales, nacionales e internacionales)?**

- 30% Fonart
- 40% Casa de las Artesanías
- 30% mercado regional

- 10% localmente.

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

Es de muchísima importancia, dado que más del 60% de mis ventas depende de este mercado.

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

No es muy conocido, debido al escaso apoyo de promoción del estado. Es conocido por Fonart, Casa de las Artesanías y algunos otros clientes potenciales como los restaurantes de Monterrey.

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

Se tiene registrado como persona física a nombre de mi hijo Oscar González Pineda a razón social de "Tzintzuni". Cuando se factura se hace precisamente con este nombre.

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

Ninguna, dado que el gobierno municipal o estatal no ha apoyado para tal acción.

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

Claro que sí, no solamente en Internet, sino también en otros medios. Mi producto fuerte son las vajillas y este sería el principal.

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

En este momento, ninguno.

## CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO

### **2.- UNIDAD ECONÓMICA ARTESANAL: "EL NUEVO COLIBRÍ"**

**PROPIETARIO:** HECTOR IVAN GONZÁLEZ PINEDA

#### **(CASO 2)**

#### **I.- ELEMENTOS EVOLUTIVOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA ARTESANAL**

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

Nace hace 3 años y con la razón social "El Nuevo Colibrí", pero con la experiencia de hace 15 años.

##### **2.- ¿Qué tipo de productos producía?**

Empecé produciendo el plato corriente, metiéndole esmalte sin plomo.

##### **3.- ¿Con cuántos trabajadores o familiares inicia?**

Empecé con 4 trabajadores (3 de ellos familiares. Con mi esposa ya éramos 5 en total.

##### **4.- ¿Con cuanto capital financiero inicia su producción?**

Empecé con una inversión de 10,000.00 pesos aproximadamente.

#### **II.- ELEMENTOS DESCRIPTIVOS DE LA UNIDAD ARTESANAL**

##### **1.- ¿En qué tipo de loza de has especializado?**

En lo que es la pieza utilitaria (vajilla y piezas sueltas).

##### **2.- ¿En promedio cuantas quemas haces al mes?**

Según la demanda (5 quemas a la semana, es decir, 20 quemas al mes).

##### **3.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos?**

Aquí no se trabaja con greta (solo con esmalte – no plomo-). El esmalte es hecho a base de materiales cerámicos (carbonatos, caulines, el despatos y arcillas refractarias).

##### **4.- ¿Qué tipo de horno tiene?**

Tengo dos hornos de gas LP., con capacidad de 500 cm. cúbicos. Estos hornos son los más avanzados (1500°C), tienen un valor en el mercado de aproximadamente de 30,000.00 pesos cada uno.

**5.- ¿Además que otros instrumentos mecánicos cuentas para la producción?**

- 4 tornos (para elaboración de piezas)
- Se cuenta con un "estrusor" (amasador).
- Una mezcladora (motor que mezcla los materiales en líquido).
- Una revolvedora que revuelve los materiales en polvo.

**6.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería? ¿Además te has especializado fuera de la comunidad con quién y dónde?**

Primero, por medio del conocimiento de mi madre,

Segundo, a mis 15 años me especialicé en cerámica de "alta temperatura" durante dos años en la ciudad de Toluca en una Escuela Japonesa, obteniendo el diploma de Técnico Ceramista.

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

En una Escuela Japonesa ubicada en Toluca, Estado de México..

**8.- ¿Además de la técnica que dominas, dominas alguna otra técnica?**

En esta escuela aprendí varias técnicas como la torno manual, técnicas de vaciado y otras.

**9.- ¿Cómo determinas tus diseños (por catálogos, por el mercado, por creatividad, por revistas etc.)?**

Por medio de decoraciones tradicionales combinada con la moderna (la decoración a mano).

No hay mucha innovación, se sigue con lo tradicional aunque soy flexible al cambio dependiendo de la demanda del cliente, pero sin perder la característica que mis productos son hechos a mano.

**10.- ¿Cuánto tiempo tienes ya trabajando con tu taller?**

En el "Nuevo Colibrí", tengo un poco mas de 3 años.

**11.- ¿Cuánto tiempo llevas produciendo productos de exportación?**

Tengo 3 años exportando a Estados Unidos por medio de Fonart (4 o 5 pedidos por año). Además le produzco las placas para los nombres de las calles a la

constructora Arco (constructora de Morelia). En lo que va de los 3 años he producido más de 6000 placas de cerámica.

**12.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación? ¿Cuántas veces y en dónde?**

En ninguno dado que el espacio se lo he dejado a mi madre.

**13.- Cuantas veces te han premiado y qué tipo de productos?**

Solo el reconocimiento y apoyo de Fonart (sobre ventas y crédito para la producción).

**14.- ¿Lo que produces lo haces con greta? ¿Qué tipo de productos?**

Todo lo produzco sin greta (vajillas, platos, ceniceros, etc).

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

No utilizo greta.

**16.- ¿Quién te vende la greta y los colores?**

Se compran con proveedores de Guadalajara y Monterrey por pedido.

**17.- ¿Qué problemas tienes con el abasto de la greta y los colores?**

No se tiene ningún problema. Lo único es que se compra en dólares (pigmentos, arcillas y fibra de vidrio).

**18.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro?**

No existe ninguno (se compra molido). De todo el material que utilizo, el barro ocupa un porcentaje solo del 5% del 100%. Quiere decir que el 95% de la producción es de cerámica. En la fabricación de los productos de barro también se le combinan materiales.

**19.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller?**

Actualmente se tienen 7 personas (yo como dueño, mi esposa, mi hermano y cuatro trabajadores).

**20.- ¿Cuántas de ellas son tus familiares?**

3 de ellas son familiares.

**21.- ¿Cuántos de estos trabajadores son eventuales en tu taller?**

Ninguno. Todos trabajamos constantemente.

**22.- Cuantos de los trabajadores son mujeres y cuantos hombres?**

4 hombres y una mujer.

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

Todos pueden desarrollar lo mismo dado que las actividades son sencillas.

**24.- ¿Cuánto gana mensualmente un empleado en su taller aprox.,?**

Mis trabajadores trabajan por productividad (a destajo). Ganan 800 pesos semanales en promedio, aunque esto es variable; es decir, 3200.00 al mes, aproximadamente.

**25.- ¿Estas integrado a algún grupo de alfareros? ¿En cuál?**

Estoy integrado al grupo "Unión de Alfareros de Capula", para exposiciones de artesanos (ventas, concursos). Cada productor es independiente pero a la vez están dentro de la organización.

**26.- ¿Los trabajadores empleados en su taller, tienen seguridad social (ISSTE, IMSS, otro)?**

Ninguno, dado que no existen las condiciones, dado que no es un trabajo que produzca riesgo.

**II.- FACTORES COMPETITIVOS Y DE DEMANDA ACTUAL**

**1.- ¿Cuáles son los productos que vende?**

Vajillas, platos, y ceniceros, principalmente.

**2.- ¿Quiénes son sus clientes (a quienes le vende)?**

- Fonart (30%)
- \_ Casas Arco (15%)
- \_ Local del Mercado de Capula (35%)
- \_ Ferias y exposiciones 20%

**3.- ¿Dónde compra su materia prima?**

El barro en Capula (30 pesos el costal) y los insumos son comprados en Guadalajara y Monterrey por pedidos.

**4.- ¿Por qué cree usted que sus productos sean tan demandados?**

Primero, porque son de calidad (decoraciones y acabados).

Segundo, están libre de plomo, y,

Tercero, por su gran variedad.

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

Se vende todo al contado con Casa de las artesanías (nada a crédito). Con casas Arco, también todo es al contado. El precio que se ofrece se asigna en base a su costo de producción.

**6.- ¿En qué momento los clientes adquieren su producto?**

Se va vendiendo como va saliendo el producto al mercado, pero también lo promociono con mis clientes, aunque mi producto ya es conocido ampliamente por mis clientes.

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

Pienso que el precio de la artesanía va ir bajando por la entrada de productos extranjeros como es el caso del chino. Por ello urgen medidas para contrarrestar este problema.

**8.- ¿Quiénes son sus competidores, regionales, nacionales e internacionales?**

Localmente creo no tener competencia. Regionalmente y nacionalmente tampoco creo tener competencia. Mi preocupación es la competencia internacional, principalmente la amenaza de los productos chinos.

**9.- ¿Qué características tienen sus competidores?**

La competencia trata de imitar con productos industrialmente o en serie. La diferencia está en que los productos artesanales son hechos a manualmente. El precio de la competencia es a veces cuatro veces menos que el precio de los nuestros.

**II.- ASPECTOS DE COMERCIALIZACIÓN**

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

Las características principales de mis productos es que son hechos a mano y los de la competencia son 100% industriales (en serie).

**2.- ¿Con respecto a la competencia, que es lo diferente de tu producto (lo más característico)?**

Lo principal es lo punteado y hecho a mano.

**3.- ¿Cuáles son sus clientes más importantes en el mercado?**

- Fonart
- Casas Arco
- Ferias y Exposiciones
- mercado local

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

Mis productos tienen garantía. El producto esta 100% terminado, no presenta imperfecciones.

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

Por lo regular cada año se hacen decoraciones y modelos nuevas y diferentes, pero sin dejar de lado lo característico, que es lo manual. En la feria de Uruapan cada año se lleva un producto nuevo.

**6.- ¿Qué importancia tiene para usted el empackado del producto?**

Es importante, pero mi producto es muy resistente (ya que contiene dos quemas).

**7.- ¿Al empackar el producto, quién se encarga de empackar?**

En mi caso, es empackado por Fonart, quien es uno de mis principales clientes (exportación). Cuando vendo para el mercado local, yo soy el responsable del empackado.

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

El precio es casi igual, pero la diferencia es que mi producto es original y hecho a mano.



**9.- ¿Cómo comercializa sus productos, específicamente con quién?**

Como lo dije anteriormente estos son mis clientes:

- Fonart
- Casas Arco
- Ferias y Exposiciones
- mercado local

**10.- ¿Cuáles son sus volúmenes de ventas en el mercado regional, nacional e internacional?**

Las ventas que realicé en este año (2006), he vendido 50 vajillas (de 44 piezas) por mes en promedio, es decir, 2400 piezas en promedio al mes, que dan un total de 28, 800 piezas al año en promedio.

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

No se tienen datos registrados. En materia prima tengo un gasto del 40%. En decoración y mano de obra un 30% y 10% en empaque, transporte, etc. Lo que queda de ganancia viene restando de un 10 al 20%. En investigación, desarrollo y capacitación, no tengo idea de cuanto se gasta porque cuando salgo a algún curso (pagado de mi bolsa) no registro los gastos.

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

En el caso del producto que se va a la exportación, FONART y Casa de las Artesanías lo recogen aquí en mi taller y ellos mismos se lo llevan al extranjero con las cadenas de clientes que tienen y así hasta llegar al consumidor.

En el caso del mercado local y regional, se vende directamente al consumidor ya sea en las ferias como la de Uruapan o aquí en mi local. En el caso de que algún cliente me lo pida empacado, lo empaqueto en cajas para que sea trasladado a su destino. Es importante mencionar que este empacado es sencillo, para el destino de exportación se requiere un empacado especializado.

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

El precio se fija de acuerdo al costo de la materia prima y mano de obra principalmente.

**14.- ¿Qué elementos toma en cuenta para fijar los precios de sus productos?**

Es igual, en base a los costos de producción (materia prima y mano de obra principalmente).

**15.- ¿Qué parámetros utiliza para fijar el precio de un producto con respecto de otro?**

Todo va de acuerdo al trabajo que se le aplica en la elaboración del producto.

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

Yo no tomo en cuenta la competencia, siempre mi precio lo fijo con la finalidad de no perderle al producto, pero lógicamente que exista una ganancia de al menos el 10%.

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

Principalmente, la calidad y el precio.

**III.- ASPECTOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN**

**1.- ¿Qué tipo de promoción se está realizando actualmente y por quién?**

En este momento, no se tiene ningún tipo de promoción, solo la recomendación de mis clientes que ya me conocen.

**2.- ¿Qué papel cree usted que juega la promoción para estimular la demanda?**

Juega un papel importante, pero la promoción debe ser diferente a la que ya conocemos.

**3.- ¿Cuál cree usted que sea la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

La mezcla adecuada, es buscar las formas de cómo llegarle al cliente. Hace falta un convenio donde se sienta el gobierno y artesano para buscar las formas para

que nuestro producto llegue al interés del cliente. Para el caso de clientes potenciales debe de realizarse un convenio entre gobierno-cliente y artesano que verdaderamente funcione. El gobierno debe de cumplir con su papel de un verdadero promotor del desarrollo, no se tiene ningún apoyo de este tipo.

**4.- ¿Qué papel juegan la institución gubernamental en la promoción?**

Debe de jugar un importante papel en el desarrollo principalmente de la comercialización de nuestro producto.

**5.- ¿Qué tipo de apoyo de promoción se está recibiendo por parte del municipio/estado o de la federación?**

Debe de cambiarse la forma de promocionar las artesanías michoacanas. Solo existen de vez en cuando spot en televisión local como artesanía michoacana y no como artesanía de Capula. Se necesitan promocionales en programas claves y en fechas claves (ejemplo, día de muertos, día del artesano, semana santa, y fiestas navideñas, etc.).

**6.- ¿Cuáles son las ventas actuales que realiza por producto en cada uno de los mercados?**

En este momento no tengo datos específicos, solo los datos a conocer anteriormente.

**7.- Cuál es la participación actual en las ventas/mercado por tipos de clientes (locales, regionales, nacionales e internacionales)?**

Las dadas a conocer anteriormente.

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

Tiene gran importancia, dado que un gran porcentaje de mis ventas se van precisamente al extranjero.

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

Es conocido por mis clientes, pero no lo suficiente como yo quisiera.

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

En este momento, cuando facturo lo hago a nombre de la razón social de mi madre (que esta registrado a nombre de mi hermano "Tzintzuni").

**11.- ¿Tiene usted, algún promocional, en alguna página de Internet?**

**¿Cuál?**

En este momento ninguno.

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

Seguro que sí, estos serían los platos y las vajillas.

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

Ninguno, solo he visto reportajes muy generales, pero no en específicos.

## **CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO**

### **(CASO 3)**

**3.- UNIDAD ECONÓMICA ARTESANAL "LADISLAO MARTÍNEZ"**

**PROPIETARIO: LADISLAO MARTÍNEZ**

#### **I.- ELEMENTOS EVOLUTIVOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA ARTESANAL**

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

Nace por herencia de mis padres. Hace 35 años que yo empecé a decorar. En mis inicios se producían ollas coloradas (sin pintar), esto porque en Capula anteriormente se producía artesanía sin pintar y fueron los maestros artesanos de Tlaquepaque, Jalisco los que vinieron a Capula y se empezó a pintar la artesanía punteada (1915 aproximadamente).

En cuanto a mi negocio, no he registrado una razón social, todos me conocen por Ladislao Martínez, y el motivo de que no he registrado una marca en Hacienda es en el sentido de que ami no me gusta andar reclamando si otro artesano me copia alguno de mis productos, al contrario me siento contento si alguno otro me iguala e inclusive lo ayudo a que mejore su producto.

**2.- ¿Qué tipo de productos producía?**

Se producían vajillas de diferentes piezas, ollas, juegos de té, etc., los cuales eran exportados por Casa de las Artesanías.

**3.- ¿Con cuantos trabajadores o familiares inicia?**

Empecé con mis 5 hijos (3 hombres y 2 mujeres), mi esposa y yo.

**4.- ¿Con cuanto capital financiero inicia su producción?**

No tengo un dato preciso, pero se que empecé con mucho sacrificio. Fue hasta en los ochentas que empecé a producir con un horno de gas donado por la Casa de las Artesanías. En ese entonces Cuauhtemoc Cárdenas era el gobernador de Michoacán y Jorge Solórzano era precisamente el director de Casa de las Artesanías (1982). Antes mi horno era de leña y de adobe. Cuando Cuauhtemoc Cárdenas me entrega el horno de gas fui mandado por el gobierno de Michoacán a la ciudad de México a tomar un curso para saber como utilizar el orno de gas.

**II.- ELEMENTOS DESCRIPTIVOS DE LA UNIDAD ARTESANAL**

**1.- ¿En qué tipo de loza de has especializado?**

En platonos, ollas punteadas y vajillas principalmente.

**2.- ¿En promedio cuantas quemas haces al mes?**

Sencillas hago 4 (pintado sencillo) al mes y de punteado solo realizo por lo regular de 1 a 2 quemas (este producto dado su pintado especializado es mas tardado), pero este es el que deja dividendos.

**3.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos?**

Es esmaltado con greta (pero no contiene plomo).

**4.- ¿Qué tipo de horno tiene?**

De gas a una temperatura de mas de 1050°C (arriba de 1000°C se considera de alta temperatura considera Don Ladislao).

**5.- ¿Además que otros instrumentos mecánicos cuentas para la producción?**

Moldes de diferentes tipos y laja de piedra para amasar el barro ( estos son hechos manualmente).

**6.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería? ¿Además te has especializado fuera de la comunidad con quién y dónde?**

Por herencia de mis padres, y me he especializado solo con mi propia imaginación y compitiendo en concursos.

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

Todo lo he aprendido haciendo experimentos con mi propia imaginación que tengo.

**8.- ¿Además de la técnica que dominas, dominas alguna otra técnica?**

Domino la técnica punteada (en mariposas, peces, colibrí y margaritas).

**9.- ¿Cómo determinas tus diseños (por catálogos, por el mercado, por creatividad, por revistas etc.)?**

Solo con mi creatividad e imaginación.

**10.- ¿Cuánto tiempo tienes ya trabajando con tu taller?**

Más de 35 años.

**11.- ¿Cuánto tiempo llevas produciendo productos de exportación?**

Hace mas o menos 25 años, que es cuando se empieza a reconocer mi trabajo y que fue con la participación por medio de un concurso con Casa de artesanías, Fonart, Soriana, etc.,.

**12.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación? ¿Cuántas veces y en dónde?**

Gran cantidad de veces, he recorrido toda la república mexicana. He participado hasta 20 veces por año en diferentes ferias como la de Puebla, Toluca, Acapulco, Querétaro, Monterrey, Guadalajara, Tlaquepaque en Jalisco, etc.,.

**13.- Cuantas veces te han premiado y qué tipo de productos?**

He perdido ya la cuenta de los premios que he ganado, pero llevo mas de 50 y en todos los años he ganado un lugar importante. En los productos que he ganado premios ha sido en la rama de vajillas, platones, macetas, etc.

**14.- ¿Lo que produces lo haces con greta? ¿Qué tipo de productos?**

Si contiene greta (para que no se filtren los líquidos), pero al quemarse a más de 1000°C de temperatura el producto queda con gran calidad.

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

Utilizo aproximadamente 2 kg de greta y 1 kg de esmalte transparente por quema.

**16.- ¿Quién te vende la greta y los colores?**

Los colores los compro en Tlaquepaque Jalisco, por pedido con el Ing. Jesús España en la empresa MASESA COMPANYY. Estos colores son de gran calidad y variedad. La greta aquí mismo la compro en Capula.

**17.- ¿Qué problemas tienes con el abasto de la greta y los colores?**

Ninguno.

**18.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro?**

Ninguno, aquí en Capula existen suficientes bancos de barro.

**19.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller?**

Trabajan 10 (hijos, nietos, yernos, etc.), todos son familiares.

**20.- ¿Cuántas de ellas son tus familiares?**

Todos son familiares.

**21.- ¿Cuántos de estos trabajadores son eventuales en tu taller?**

Ninguno, todos trabajan constantemente en el taller.

**22.- Cuantos de los trabajadores son mujeres y cuantos hombres?**

Actualmente tengo 5 mujeres y 5 hombres (todos familiares).

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

A todos los he enseñado a hacer lo mismo.

**24.- ¿Cuánto gana mensualmente un empleado en su taller aprox.,?**

Es variable, se mide en base a las ventas que se tengan.

**25.- ¿Estas integrado a algún grupo de alfareros? ¿En cuál?**

En este momento en ninguno, pero tengo arraigo y reconocimiento por todos los artesanos en la localidad.

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

No, no están asegurados, dado que todos son de la familia.

**II.- FACTORES COMPETITIVOS Y DE DEMANDA ACTUAL**

**1.- ¿Cuáles son los productos que vende?**

Platones, vajillas, cazuelas soperas, macetas, juegos de agua, bases para lámpara, etc.

**2.- ¿Quiénes son sus clientes (a quienes le vende)?**

Tengo foráneos importantes (principalmente turistas internacionales) que son clientes conocidos desde hace ya algunos años. Además vendo por pedidos a Casa de las Artesanías y Fonart y donde estos pedidos se van directos a la exportación. Además también vendo en ferias nacionales conocidas como la de Tlaquepaque, Jalisco y otras importantes.

**3.- ¿Dónde compra su materia prima?**

El barro lo compro en la mina ejidal de la localidad (Capula) a \$500.00 el volteo.

**4.- ¿Por qué cree usted que sus productos sean tan demandados?**

Por la calidad y el prestigio que tengo, por su arte punteado y la gran variedad de figuras plasmadas en los diferentes productos.

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

Todo se vende al contado.

**6.- ¿En qué momento los clientes adquieren su producto?**

Mis clientes adquieren mi producto automáticamente dado que ya lo conocen. Ellos visitan mi taller y me sugieren con que características lo requieren, para ello hay que estar dispuesto a satisfacer al consumidor.

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

El comportamiento del consumidor va cambiando cada día, yo como productor debo de tener la flexibilidad y la capacidad de entender al consumidor dado que constantemente pide más satisfacción.

**8.- ¿Quiénes son sus competidores, regionales, nacionales e internacionales?**

En Capula debo decirlo, no tengo competencia, hay otros productores en otros estados que han intentado competirme, pero debo decirlo, cada comunidad trabaja su propia idea, su propia cultura.

**9.- ¿Qué características tienen sus competidores?**

Tratan de imitar tanto en el comercio como en la elaboración pero no me han igualado.



## **II.- ASPECTOS DE COMERCIALIZACIÓN**

### **1.- ¿Cuáles son las características diferenciales que tiene tu producto con respecto a los demás?**

Mi producto tiene mayor calidad, originalidad tanto en diseños como en colores.

### **2.- ¿Con respecto a la competencia, que es lo diferente de tu producto (lo más característico)?**

La diferencia está principalmente en el punteado fino.

### **3.- ¿Cuáles son sus clientes más importantes en el mercado?**

Tengo varios clientes: Casa de las Artesanías (exportación a Makallen Texas), clientes conocidos que vienen de México (Luis Felipe del Castillo) vendedor de artesanías de lujo en diferentes países principalmente en Europa, Fonart que también me compra por pedidos para la exportación y clientes internacionales que vienen de Alemania y Estados Unidos.

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

Significa mi prestigio como artesano.

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

Cada vez que me lo demanda mis clientes. Cuando voy a los concursos llevo productos nuevos (a concursos nacionales asisto en promedio 5 veces al año y estatales de igual manera). Esto quiere decir, que anualmente estoy innovando mi producción, de lo contrario no ganaría ningún concurso.

### **6.- ¿Qué importancia tiene para usted el empackado del producto?**

Tiene mucha importancia, pero el tamaño de empackado depende del destino de la mercancía para que llegue con seguridad dado que es un producto delicado.

### **7.- ¿Al empackar el producto, quién se encarga de empackar?**

Yo mismo lo empacko, dependiendo del destino del producto.

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

Yo lo baso en la calidad de mi producto dado que no tengo competencia.

### **9.- ¿Cómo comercializa sus productos, específicamente con quién?**

Como lo dije anteriormente, Fonart, Casa de las Artesanías, Clientes nacionales e internacionales (Alemania, Estados Unidos, Holanda Canadá, etc.). y ferias nacionales.

**10.- ¿Cuáles son sus volúmenes de ventas en el mercado regional, nacional e internacional?**

Es variable y depende de los pedidos que se hacen cada año.

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

Es un dato muy difícil de dar, pero solo sé que sí invierto para mejorar mi producto, dado que asisto a cursos nacionales.

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

Todo mi producto lo recogen aquí en mi taller. Si ellos lo requieren empacado yo mismo lo hago.

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

Yo fijo el precio de acuerdo a la mano de obra invertida y a la calidad de mi producto.

**14.- ¿Qué elementos toma en cuenta para fijar los precios de sus productos?**

Como dije anteriormente, lo fijo en base a la mano de obra invertida y a la calidad de mi producto.

**15.- ¿Qué parámetros utiliza para fijar el precio de un producto con respecto de otro?**

No lo baso en ninguno, el precio de mi producto se basa en la calidad principalmente.

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

No tengo competencia, mis productos son diferentes a los otros.

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

La calidad y el punteado.

### **III.- ASPECTOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN**

**1.- ¿Qué tipo de promoción se esta realizando actualmente y por quién?**

No existe en este momento ninguna promoción.

**2.- ¿Qué papel cree usted que juega la promoción para estimular la demanda?**

Juega un papel muy importante, pero no hay quien se responsabilice en hacerla.

**3.- Cuál cree usted que sea la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

La base principal debe estar en un gobierno que apoye y sea el rector de la promoción.

**4.- ¿Qué papel juegan la institución gubernamental en la promoción?**

La institución gubernamental debe de ser la encargada directamente, con ello, jugaría un papel de suma importancia para que nuestros productos se conozcan en otros mercados.

**5.- ¿Qué tipo de apoyo de promoción se está recibiendo por parte del municipio/estado o de la federación?**

Ninguno.

**6.- ¿Cuáles son las ventas actuales que realiza por producto en cada uno de los mercados?**

No tengo el dato, pero es variable.

**7.- Cuál es la participación actual en las ventas/mercado por tipos de clientes (locales, regionales, nacionales e internacionales)?**

El 15% de mi producción artesanal la vendo al mercado local, 20% en ferias, 15% mercado nacional y 50% al mercado de exportación.

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

Para mi tiene gran importancia, es lo mejor, porque es ahí donde uno como productor puede ganar más, principalmente aprovechando el turismo internacional.

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

Mi negocio es muy conocido dado que me conocen por mi reconocimiento nacional e internacional.

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

Para mi no es importante ni necesario porque el producto es delicado y el mercado no es tan seguro. En sentido, a mi no degusta andar peleando con otros productores en el caso que me imitaran algún producto, de lo contrario me daría gusto que me igualaran.

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

Ninguna, pero me gustaría tenerla.

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

Me gustaría mucho, y que se promocionara principalmente los mas representativos de mi taller (platonos, ollas punteadas y vajillas principalmente).

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

Ninguno, estamos olvidados del gobierno.

## **CUESTIONARIO PARA ESTUDIO DE CASO (TRADICIONAL)**

### **4.- UNIDAD ECONÓMICA ALFARERA "FRANCISCA HERNANDEZ"**

**PROPIETARIO:** FRANCISCA HERNANDEZ.

#### **I.- ELEMENTOS EVOLUTIVOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA ARTESANAL**

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

Nace aproximadamente hace 13 años pero con la experiencia desde hace 22 años, dado que este oficio lo aprendí con mis padres desde que nací.

##### **2.- ¿Qué tipo de productos producía?**

Elaboro cazuelas, ollas, platos, salseros, ceniceros, etc.

##### **3.- ¿Con cuántos trabajadores o familiares inicia?**

Iniciamos mi esposo y yo. Cuando nacen mis hijos se han ido incorporando al proceso productivo (tengo 2 hijos, uno de 11 y 14 años).

##### **4.- ¿Con cuanto capital financiero inicia su producción?**

Iniciamos con aproximadamente 10,000.00 pesos de 1990.

#### **II.- ELEMENTOS DESCRIPTIVOS DE LA UNIDAD ARTESANAL**

##### **1.- ¿En qué tipo de loza de has especializado?**

Son ollas corrientes: ollas cazuelas, jarras y ollas chicas.

##### **2.- ¿En promedio cuantas quemas haces al mes?**

Dos al mes.

##### **3.- ¿Tu producción tiene greta para que no se filtren los líquidos?**

Si contiene greta, dado que se le pone este ingrediente para que no se filtren los líquidos.

##### **4.- ¿Qué tipo de horno tiene?**

Horno tradicional de barro y piedra subterráneo hecho manualmente y utiliza leña (pino, cazaguate, jarilla y vara blanca)

**5.- ¿Además que otros instrumentos mecánicos cuentas para la producción?**

Todo es manual, solo que ya conseguí un molino eléctrico para moler el barro (antes era manual). Los moldes para elaborar los productos son de barro y yeso y sencillos y fueron elaborados manualmente.

**6.- ¿Cómo aprendiste el oficio de la alfarería? ¿Además te has especializado fuera de la comunidad con quién y dónde?**

Se aprendió por herencia de mis padres. No he tenido ninguna capacitación en lo referente a la artesanía.

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

Es técnica tradicional y la aprendí por herencia de mi padre.

**8.- ¿Además de la técnica que dominas, dominas alguna otra técnica?**

También se elaboran velas de barro, pero estas no se siguen elaborando, dado que la materia prima de las velas es cara y no hay a quien venderlas aquí.

**9.- ¿Cómo determinas tus diseños (por catálogos, por el mercado, por creatividad, por revistas etc.)?**

Solo por creatividad e imaginación.

**10.- ¿Cuánto tiempo tienes ya trabajando con tu taller?**

Tengo 7 años, pero con la experiencia de 22.

**11.- ¿Cuánto tiempo llevas produciendo productos de exportación?**

Mis productos son sencillos y solo vendo al intermediario local que me pide por pedido.

**12.- ¿Has participado alguna vez en concursos de productos de exportación? ¿Cuántas veces y en dónde?**

Ninguna.

**13.- Cuantas veces te han premiado y qué tipo de productos?**

Ninguna vez.

**14.- ¿Lo que produces lo haces con greta? ¿Qué tipo de productos?**

Todos contienen greta.

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

9 kg por hornada (greta y liga para que queden brillosos.

**16.- ¿Quién te vende la greta y los colores?**

Aquí mismo en Capula con los intermediarios (bodegueros)

**17.- ¿Qué problemas tienes con el abasto de la greta y los colores?**

Ninguno. Cara aquí te la venden.

**18.- ¿Qué problemas tienes con el abasto del barro?**

Ninguno, se compra en la mina de barro con un ejidatario de aquí mismo de Capula.

**19.- ¿Cuántas personas trabajan de tiempo completo en tu taller?**

Solo mi esposo y yo. Mis hijos lo hacen en sus tiempos libres.

**20.- ¿Cuántas de ellas son tus familiares?**

Todos.

**21.- ¿Cuántos de estos trabajadores son eventuales en tu taller?**

Ninguno, todos somos familiares.

**22.- Cuantos de los trabajadores son mujeres y cuantos hombres?**

Dos hombres y 2 mujeres.

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

Por lo regular todos pueden hacer lo mismo.

**24.- ¿Cuánto gana mensualmente un empleado en su taller aprox.,?**

No se tienen empleados, solo familiares y se gana como \$2500.00 pesos en total al mes obteniendo una ganancia solo del 10 al 15%.

**25.- ¿Estas integrado a algún grupo de alfareros? ¿En cuál?**

A ninguno.

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

No, todos son familiares.

## **II.- FACTORES COMPETITIVOS Y DE DEMANDA ACTUAL**

**1.- ¿Cuáles son los productos que vende?**

Ollas, cazuelas, platos, ceniceros, etc.

**2.- ¿Quiénes son sus clientes (a quienes le vende)?**

Solo vendo al intermediario local a \$ 160.00 pesos la docena de olla grande, mediana a \$120.00 y chica a 100.00.

**3.- ¿Dónde compra su materia prima?**

Aquí mismo en Capula.

**4.- ¿Por qué cree usted que sus productos sean tan demandados?**

Si hay demanda pero falta promoción, aquí solo vendo a los intermediarios, no hay mas quien compre.

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

Yo vendo a los intermediarios solo al contado.

**6.- ¿En qué momento los clientes adquieren su producto?**

Cuando lo requiere el intermediario o cuando a el se lo demandan.

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

Pueden cambiar algunos detalles de la elaboración, pero la característica es que sigue siendo manual.

**8.- ¿Quiénes son sus competidores, regionales, nacionales e internacionales?**

Se tiene un gran número de talleres tradicionales aquí en Capula que elaboran productos similares y precios más o menos iguales.

**9.- ¿Qué características tienen sus competidores?**

Que los productos son casi iguales a los que yo produzco.

**II.- ASPECTOS DE COMERCIALIZACIÓN**

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

El pintado es diferente, las flores de margarita son punteadas.

**2.- ¿Con respecto a la competencia, que es lo diferente de tu producto (lo más característico)?**

A que las ollas tienen dos asas y lo terminado del producto.



**3.- ¿Cuáles son sus clientes más importantes en el mercado?**

Solo tengo a los intermediarios que me compran.

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

La garantía tiene que ver que yo los hago como el intermediario me lo pide y aunque sean sencillos están muy bien terminados.

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

Cada mes se hacen con diferente molde, dado que es importante los tamaños y formas.

**6.- ¿Qué importancia tiene para usted el empackado del producto?**

No se empacka, primero porque no sabemos y segundo, el intermediario los recoge en casa.

**7.- ¿Al empackar el producto, quién se encarga de empackar?**

Ninguno, solo lo vendo al intermediario en mi casa.

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

Son casi iguales, hay poca variación.

**9.- ¿Cómo comercializa sus productos, específicamente con quién?**

Solo con intermediarios, no hay más a quién vender.

**10.- ¿Cuáles son sus volúmenes de ventas en el mercado regional, nacional e internacional?**

Yo solo vendo a nivel local (a intermediarios).

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

Solo gasto en la materia prima y fuerza de trabajo familiar.

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

Mi producto lo recoge el intermediario en mi casa.

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

Ninguna, solo trato de venderlo a precio de no perderle porque los intermediarios fijan su precio y no lo pagan a un precio alto.

**14.- ¿Qué elementos toma en cuenta para fijar los precios de sus productos?**

Ninguno, solo trato de fijar su precio para ganarle algo y no perderle.

**15.- ¿Qué parámetros utiliza para fijar el precio de un producto con respecto de otro?**

Veo la competencia en los demás talleres y los precios son similares a los míos.

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

Se tiene que establecer un precio similar al de la competencia, sino los intermediarios no me compran.

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

El intermediario lo pide de acuerdo a como a el se lo piden en donde el lo vende.

### **III.- ASPECTOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN**

**1.- ¿Qué tipo de promoción se esta realizando actualmente y por quién?**

No existe ningún tipo de promoción.

**2.- ¿Qué papel cree usted que juega la promoción para estimular la demanda?**

Es muy importante, porque así nuestros productos se conocerían en otros mercados.

**3.- Cuál cree usted que sea la mezcla adecuada de promoción para estimular la demanda?**

Pues el gobierno debe de dar publicidad en diferentes medios de comunicación.

**4.- ¿Qué papel juegan la institución gubernamental en la promoción?**

Debe de jugar un papel importante, pero no hace nada.

**5.- ¿Qué tipo de apoyo de promoción se está recibiendo por parte del municipio/estado o de la federación?**

Ninguno, no se sabe nada que estén haciendo.

**6.- ¿Cuáles son las ventas actuales que realiza por producto en cada uno de los mercados?**

Solo vendo algunas docenas de ollas por mes y depende de lo que me pidan los intermediarios.

**7.- Cuál es la participación actual en las ventas/mercado por tipos de clientes (locales, regionales, nacionales e internacionales)?**

Solo vendo al mercado local (intermediarios).

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

Debe de tener gran importancia porque podríamos vender a mejores precios.

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

Solo es conocido a nivel local.

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

No.

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

Ninguna.

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

Si, pero para ello se tendría que mejorar la calidad para que nos compren en otros mercados.

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

No se conoce ninguno.

**5.- MUESTRA DE PRECIOS DE PRODUCTOS ALFAREROS Y ARTESANALES  
PRINCIPALES EN TALLERES ESPECIALIZADOS (ESTUDIOS DE CASO) Y  
TRADICIONALES EN CAPULA (2007).**

Nota: Las muestra de los precios de los productos se hicieron en precios promedio de los de estudios (exportación) y precios promedio de productos con etiqueta exhibidos en el mercado local de Capula).

\_ Vajillas (46 piezas para 6 personas) precio venta exportación \$ 1800.00 y taller tradicional precio \$1000.00.

\_ Plato trinche sencillo precio venta exportación \$48.00 y taller tradicional precio \$12.00.

\_Cazuela tipo vajilla precio exportación \$160.00 y taller tradicional precio \$25.00.

\_ Platón trinche pintado precio exportación \$605.00 y taller tradicional precio \$16.00.

\_ Ollas atlaco 4 LTS. Precio exportación \$1600.00 y taller tradicional precio \$14.00