

CAPÍTULO III. Estrategia para comercializar los productos de la Sierra Negra

3.1 Instituciones y programas gubernamentales

La pobreza es sinónimo de desigualdad y falta de alternativas, de limitantes en el desarrollo. Esta realidad es enfrentada por millones de mexicanos que quieren pero no pueden incorporarse al México dinámico y productivo que día con día debe enriquecerse. Con el propósito de combatir este fenómeno que afecta a toda la nación, el gobierno ha desarrollado algunos programas e instituciones. Sin caer en el eterno debate de cuáles realmente funcionan, en esta tesis sólo se mencionaran dos que han tenido participación en este caso de estudio a nivel estatal y federal.

La SEDESOL ha tratado de impulsar una política social cuyo propósito es el desarrollo humano y social sostenido que incluye a toda la sociedad a través de la promoción de espacios y mecanismos para su participación. Dentro de los objetivos de una política social, preventiva y paliativa se encuentran:

- Reducir la pobreza extrema.
- Generar igualdad de oportunidades para los grupos más pobres y vulnerables.
- Apoyar el desarrollo de las capacidades de las personas en condición de pobreza.
- Fortalecer el tejido social fomentando la participación y el desarrollo comunitario.
- Empleo, capacidad y productividad.

Para el cumplir con ello se designan montos de apoyo económico destinados a los ámbitos de acción, determinados a partir de los diagnósticos situacionales por unidad de trabajo.

En zonas de productores y que impliquen la construcción de infraestructura física el apoyo se proporcionará siempre y cuando haya una aportación económica de la parte

interesada. Este ha sido el caso de Coahuila, donde las mujeres indígenas tuvieron que aportar para el taller, ya que el programa no alcanza para cubrir los costos. El máximo porcentaje de aportación del programa se otorga de acuerdo a los siguientes criterios.⁸³

Tabla 6: Desarrollo de capacidades y capital físico.

Características de la zona	Desarrollo de Capacidades y Capital Físico			Desarrollo de Oportunidades
	Salud y Seguridad Social	Educación, Cultura y Recreación	Alimentación y Abasto	Empleo, Capacitación y Productividad
	Proyectos para infraestructura de salud. ⁸⁴	Proyectos para infraestructura educativa ⁸⁵	Proyectos para infraestructura en alimento y abasto	Proyectos productivos
Expulsión-atracción	85%	90%	80%	80%

Fuente: SEDESOL, Programa Nacional, México 2003.

Para el desarrollo de las acciones asociadas a la operación, seguimiento y supervisión de un programa, la SEDESOL cuenta con recursos de un 21% del total asignado. Para decidir si se aplica un proyecto se toman en cuenta aquellas poblaciones que viven en extrema pobreza y que tienen un alto índice de migración.

Los beneficiarios tienen como obligación participar activamente en los proyectos, respetar los acuerdos, participar corresponsablemente en los proyectos y acciones que se instrumenten en su beneficio, así como cumplir los acuerdos de trabajo.

Dentro de los lineamientos generales, es de principal interés para esta tesis la implementación de programas por medio de acciones integrales a través de redes que fomenten la participación y organización social, así como las diferentes convocatorias lanzadas a instituciones y organismos públicos, privados, nacionales e internacionales, para la solución de una problemática. Todo esto es organizado por la coordinación institucional

⁸³ Programa de Mediano Plazo 2001 - 2006. Op. Cit. Pp. 11-12.

⁸⁴ En estos casos la autorización de recursos complementarios al proyecto estará en función de que la dependencia federal, estatal o municipal responsable de su atención no tenga presencia o no haya programado acciones similares en las unidades de trabajo.

⁸⁵ Se considera para los jornaleros locales y/o asentados.

de las dependencias de gobierno en los tres niveles, teniendo como finalidad compartir conocimientos y experiencias, vincular esfuerzos, establecer compromisos, y aprovechar y optimizar recursos.

Dentro de esta coordinación existen instancias ejecutoras, como las instituciones y dependencias de los órdenes de gobierno federal, estatal y municipal, así como la del sector social y organizaciones de la sociedad civil. Se cuenta también con la corresponsabilidad de los productores agrícolas y de los propios beneficiarios, así como instancias normativas. La SEDESOL –en este caso a través del Programa de Atención a Jornaleros Agrícolas- es la responsable de normar el proyecto, así como de emitir los dictámenes de validación de las obras y/o acciones que se ejecuten con cargo a los recursos asignados (Véase anexo 1).

Dentro de las vertientes de ejecución, está la operación del programa, llamada planeación participativa, la cual formula proyectos a ejecutar donde se deben priorizar las necesidades y demandas de los jornaleros agrícolas a partir de la realización de diagnósticos situacionales. Además, se debe elaborar el “Formulario Básico para la Programación y Formulación de Proyectos por Unidad de Trabajo”, que permitirá evaluar y dictaminar la factibilidad social, técnica, financiera y operativa de los proyectos.

Otro organismo que es digno de analizar para fines de esta tesis es la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CNDI). La CNDI es un organismo descentralizado de la administración pública federal, no sectorizado, con personalidad jurídica, patrimonio propio, y autonomía operativa, técnica, presupuestal y administrativa. Su sede se localiza en la Ciudad de México.⁸⁶ Este organismo tiene como objetivo orientar, coordinar, promover, apoyar, fomentar, dar seguimiento y evaluar los programas,

⁸⁶ Autor desconocido.”¿Qué es la CDI?” En: <http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=displaypage&Itemid=54&op=page&SubMenu> 15 de agosto de 2004.

proyectos, estrategias y acciones públicas para el desarrollo integral y sustentable de los pueblos y comunidades indígenas de conformidad con el artículo 2º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos⁸⁷. Entre sus labores, las de de principal interés para esta tesis son:⁸⁸

- Ser instancia de consulta para la formulación, ejecución y evaluación de los planes, programas y proyectos.
- Evaluar las políticas públicas y la aplicación de los programas, proyectos y acciones gubernamentales.
- Realizar investigaciones y estudios para promover el desarrollo integral de los pueblos indígenas.
- Asesorar y apoyar en materia indígena a las instituciones federales, así como a los estados, municipios y a las organizaciones de los sectores social y privado que lo soliciten.
- Participar y formar parte de organismos, foros e instrumentos internacionales relacionados con el objeto de la comisión.

La comisión ha venido a sustituir al antiguo y desgastado Instituto Nacional Indigenista, cuyas políticas, reglamentos y modelo institucional ya resultaban obsoletos para atender las necesidades de esta población que constituye alrededor de un diez por ciento de la población nacional, y que va más allá de los programas de reducción de pobreza y asistencia social.

El Programa Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas 2001-2006 impulsará, bajo un sistema de cooperación, el trabajo conjunto y la suma de capacidades. La acción interinstitucional deberá compartir objetivos y ser coordinada. Sus ejes serán el

⁸⁷ *Ibíd.*

⁸⁸ *Ibíd.*

reconocimiento y el respeto a la diversidad étnica y cultural, la promoción del desarrollo sustentable, el desarrollo social y humano, y favorecer la cohesión social⁸⁹ (Véase Anexo2).

3.2 Asociaciones no Gubernamentales

Dentro del universo de organizaciones se encuentran las denominadas Organizaciones no gubernamentales de Desarrollo (ONGs), de las cuales inclusive no existe uniformidad en cuanto a la definición. Sin embargo, son reconocidas como importantes y dinámicos actores sociales que son expresión de la participación ciudadana en la sociedad. En la actualidad interactúan con el Estado y/o las empresas para lograr “objetivos sociales o de interés público”, a través de esfuerzos cooperativos, vínculos verticales o contratos de servicios.

De manera general, las ONGs se incorporan dentro del amplio universo de las organizaciones del sector sin fines de lucro, también denominado tercer sector. De manera clásica, las ONGs han sido definidas en términos de aquello que no son o respecto de quienes pretenden distinguirse. Así, las caracteriza el no pertenecer al Estado y no tener fines de lucro. A la vez, las ONGs actúan dentro del ámbito privado para satisfacer intereses públicos o sociales.

Desde esta perspectiva existen diferentes conceptos vinculados a las ONGs. Se dice que son agentes promotores del cambio o del desarrollo; que su misión fundamental es complementar o suplir las deficiencias del estado en la realización de actividades de interés social, a través de la ejecución de programas y proyectos de desarrollo en favor de sectores populares, aunque de acuerdo al grado de institucionalidad y legitimidad de una

⁸⁹Autor desconocido. “Estrategias y líneas de acción”. En: <http://www.cdi.gob.mx/conadepi/index.php?option=articles&task=viewarticle&artid=500&Itemid=3> 15 de Agosto de 2004.

ONG, ésta trasciende la suma de sus proyectos o programas.⁹⁰ Las ONGs son formadas por cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en un ámbito local, nacional o internacional, de naturaleza altruista y dirigida por personas con un interés común.⁹¹

Por su parte, el Banco Mundial las ha identificado como “grupos e instituciones que son totalmente, o en gran medida, independientes de los gobiernos y se caracterizan por sus objetivos humanitarios y de cooperación, más que comerciales”, de tal modo que son definidas como “organizaciones privadas que realizan actividades para aliviar el sufrimiento, promover los intereses de los pobres, proteger el ambiente, proveer servicios sociales básicos o llevar a cabo tareas de desarrollo comunitario”.⁹²

En definitiva, no existe un consenso sobre la definición de ONG, así como también existen importantes divergencias sobre su papel y los efectos de su acción. Vinculado con la problemática de la definición se encuentra el aspecto referente a su evolución y nuevas modalidades dentro del contexto internacional económico y social actual. Asimismo, se tiene el mismo problema con la redefinición de los roles tradicionalmente asignados a los tres sectores de la sociedad (estado, empresas y organizaciones no lucrativas u organizaciones de la sociedad civil, dentro de las cuales ubicamos a las ONGs) que han dado lugar a una modalidad de actuación diferente a las ONGs.

En cuanto al primer aspecto, encontramos que se suele diferenciar entre las ONGs de base, conformadas por miembros que se unen para promover su propio interés, y las “intermediarias” que son las que están orientadas fundamentalmente a la ejecución de

⁹⁰ Parodi Luna, Maria B. Creación de un marco legal propio para ONGs. Washington, D. C. IJNL. 2002. p.10-15.

⁹¹ Autor desconocido. “Las ONGs y el departamento de Naciones Unidas”. En: <http://www.un.org/spanish/aboutun/ONGs/brochuce.htm>. 08 Septiembre 2004.

⁹² *Ibid.*

proyectos recibiendo recursos de terceros (fuentes cooperantes, especialmente de Cooperación Técnica Internacional) en favor de otras personas conocidas como población beneficiaria y que comprende: el sector salud, la micro y pequeña empresa, los campesinos etcétera.⁹³

Otra clasificación utilizada es entre ONGs operacionales y de defensa. Dentro del primer tipo se ubican a las que tienen como objetivo fundamental ejecutar proyectos, mientras que en las segundas se encuentran las que buscan defender o promover una causa específica y/o influir en las políticas y prácticas públicas en general. Cabe destacar que en las ONGs de tipo operacional que tienen un alcance nacional a medida que trasciende la suma de sus proyectos, se observan también prácticas de defensa, en vista de la legitimidad que han logrado desarrollar dentro de la sociedad, tanto a nivel del sector privado como público.⁹⁴

Por otra parte, en la actualidad, en muchos países latinoamericanos se verifica la existencia de profundos cambios ocurridos en la economía mundial derivados del predominio de la ola neoliberal y del fenómeno de globalización que han dado lugar a la reducción del estado y a la privatización de los servicios públicos. Esta formulación de estrategias de desarrollo sostenido por parte de las empresas origina que las ONGs deban aumentar su grado de autofinanciamiento a través del establecimiento de vínculos de cooperación o de prestación de servicios.⁹⁵

En efecto, se puede observar de manera general una evolución en los términos de actuación, y por tanto, de interrelación con los otros dos sectores por parte de las ONGs.

⁹³ *Loc. Cit.*

⁹⁴ González Montes, Soledad. Las Organizaciones no gubernamentales Mexicanas. México, Colegio de México, 1999. pp 11-19.

⁹⁵ Perez-Yarahuan, Gabriela y Juanco García. Una Ley para Organizaciones no gubernamentales en México. Análisis de una Propuesta. Publicada en la compilación denominada "Organizaciones Civiles y Políticas de México y Centro América". Academia Mexicana de Investigación Política. México, 1998.

En un primer momento estos entes se presentaron como antagónicas de los otros dos sectores y su objetivo fundamental fue remediar las necesidades más inmediatas de ciertos grupos o poblaciones, especialmente de menores o muy limitados recursos. En este contexto el componente de donación en favor de la “población beneficiaria” y respecto de los recursos que recibían era el eje central de su financiamiento.

Posteriormente, a fines de los setenta y principios de los ochenta, muchas ONG’s tomaron conciencia de que su actividad solucionaba problemas temporales, pero que el problema del subdesarrollo -especialmente en América Latina- debía ser enfrentado de manera diferente. En este contexto, las ONGs se orientan a los sectores menos favorecidos, ejerciendo actividades de desarrollo comunitario sostenido.⁹⁶

Así, han cobrado fuerza en temas vinculados con micro y pequeña empresa, agroindustria, medio ambiente, saneamiento ambiental, vivienda, conformación de redes de investigación económica, género, entre otros. Para tal efecto, se incorporan en los respectivos proyectos o programas, o en actividades vinculadas con apoyo crediticio -alternativo a la clásica donación-; generación de ingresos y empleo; desarrollo productivo; fortalecimiento institucional; apoyo y transferencia de tecnología; asesoría económica y técnica en materia empresarial; organización de empresas, entre otros. Es decir, se pasa de la clásica filantropía o asistencialismo hacia la búsqueda de la consolidación y desarrollo sostenible de la población.

Por otra parte, la lógica del mercado, aunado a la escasez y reorientación de los recursos provenientes de la cooperación técnica internacional en América Latina, origina la “mercantilización” de las ONGs, las cuales adoptan “prácticas empresariales”, no sólo a

⁹⁶ González Montes, Soledad. Op. Cit.

nivel de la creación de mecanismos de autofinanciamiento según lo antes indicado, sino en los términos de su actuación.⁹⁷ De esta manera, se tienen las siguientes características:

- a. Incorporación de criterios empresariales en su gestión: evaluaciones, mediciones de impacto, control de calidad, evaluación costo/beneficio, procesos de reingeniería destinados a mejorar la eficacia y eficiencia de sus proyectos.
- b. Creación de empresas (sociedades mercantiles independientes), como una forma de generar recursos propios al mismo tiempo que asociación a las áreas de trabajo de sus proyectos.
- c. Creación de un consorcio a fin de potenciar las capacidades.

Finalmente, se puede hablar de ONGs de tercera generación, cuyo objetivo es trascender una actuación individual y lograr la actuación articulada con los otros agentes de la sociedad, a fin de lograr la sustentabilidad de los cambios que plantean. En este contexto, se puede observar una cierta participación -o intento de ella- en función a las políticas del gobierno de turno respecto a la elaboración de políticas públicas y a la colaboración de éste con las ONGs en la ejecución de determinados programas de alivio de la pobreza. Sin embargo, cabe destacar que este aspecto de tercera generación es complementario y no excluyente a la ejecución de proyectos, conforme a lo antes indicado.⁹⁸

Más de 1500 ONGs con importantes programas de información que preocupan a las Naciones Unidas están asociadas con el Departamento de Información Pública (DIP), proporcionando a las Naciones Unidas valiosos vínculos con personas de todo el mundo. Así es que las ONGs asociadas con este departamento difunden información sobre

⁹⁷ *Loc. Cit.*

⁹⁸ *Ibid.*

Naciones Unidas a sus miembros, difundiendo conocimiento y apoyo para la Organización y sus bases de las siguientes maneras: 1) publicando las actividades de la ONU alrededor del mundo en asuntos como paz y seguridad, desarrollo económico y social, derechos humanos, asuntos humanitarios y derecho internacional público. 2) promoviendo las normas de la ONU y de los años internacionales establecidos por la Asamblea General sobre asuntos importantes a los que se enfrenta la humanidad.⁹⁹

Dado que las ONGs han sido reconocidas como importantes actores de la escena internacional en el inicio del siglo XXI, el Secretario General de la ONU, Kofi Annan comentó, dentro de su mensaje a la Conferencia Sur en San José, Costa Rica, en 1997, lo siguiente: “...debemos esencialmente forjar una nueva alianza con la sociedad civil. Debemos aspirar a una nueva síntesis entre iniciativa privada y bien público, que estimule el espíritu empresarial y la economía de mercado junto con la responsabilidad social y medioambiental.”¹⁰⁰

Dentro de todas las ONGs existentes, la que ha sido digna para el sustento de esta tesis es Ayuda en Acción. Esta es una Organización No Gubernamental de Desarrollo (ONGD) independiente y apartidista, cuyo objetivo principal es mejorar las condiciones de vida de los infantes, sus familias y las comunidades de los países más desfavorecidos de América, Asia y África.¹⁰¹

Actualmente se encuentra operando en 17 países de estos tres continentes que se mencionan a continuación. En América: Bolivia, Ecuador, El Salvador, Honduras, México, Nicaragua y Perú. En África: Etiopía, Kenia, Malawi, Mozambique y Uganda. En Asia: la

⁹⁹ *Ibíd.*

¹⁰⁰ *Ibíd.*

¹⁰¹ Autor desconocido. “¿Qué hacemos?” En: <http://www.ayudaenaccion.org/index.asp?MP=6&MS=4>. 20 de Agosto de 2004.

India, Nepal, Pakistán, Bangladesh y Vietnam.¹⁰² En México sus oficinas están localizadas en Cuernavaca, Morelos, y la oficina coordinadora regional de Latinoamérica se encuentra en San Pedro Cholula, Puebla.

El objetivo final de esta ONG es propiciar cambios estructurales que contribuyan a la erradicación de la injusticia y la pobreza en el mundo. Entre sus principios destaca el compromiso con la misión de organizar el trabajo en redes y alianzas; es decir, trabajan con otras organizaciones comprometidas con la erradicación de la pobreza y la construcción de un mundo justo.¹⁰³ Por otro lado, parte del análisis de la realidad en que viven los sujetos sociales y busca incidir en la transformación de los aspectos que limiten las oportunidades sometan a la marginación y a la exclusión. Su estrategia de intervención se orienta a la realización de acciones en el ámbito local, nacional, regional e internacional, dirigiéndose a las instituciones políticas con capacidad de decisión cuya responsabilidad es hacer efectivo el disfrute de los derechos humanos desde sus respectivos ámbitos de influencia.¹⁰⁴

Ayuda en Acción realiza un trabajo integral que toma en cuenta el contexto y los factores que están influenciando la situación de marginación y exclusión de las personas con las que pretende trabajar. Esto hace que la mayor parte de los temas vinculados con su actuación sean, por el momento, potenciales. Sin embargo, sus recursos llegan a ser limitados, por lo que racionaliza su trabajo de manera que pueda alcanzar los objetivos marcados con eficiencia y de acuerdo a criterios de actuación. Dentro de sus principales intereses se encuentra la posibilidad de establecer alianzas con otras organizaciones.

En áreas de eficacia, y para poder tener una mayor capacidad de influencia, Ayuda en Acción concede prioridad, en las acciones de incidencia, al establecimiento de alianzas

¹⁰² *Ibid.*

¹⁰³ *Ibid.*

¹⁰⁴ Ayuda en Acción. Estrategia de Incidencia de AeA. Documento no publicado. 2002-2005.

con otras organizaciones sociales que compartan sus objetivos. Entre sus objetivos se encuentran la promoción activa del conocimiento y la exigencia del cumplimiento de los convenios internacionales y regionales sobre los derechos humanos, con énfasis en los derechos económicos, sociales y culturales, derechos de la mujer, los niños, poblaciones indígenas y los principales convenios económicos y comerciales; contribuir a generar cambios en las políticas nacionales y regionales que aseguren el ejercicio de una vida digna e incrementen el impacto de nuestra acción local; y esforzarse junto con la sociedad civil en los países donde trabaje, orientados a la definición y aplicación de leyes justas, que les permita ejercer sus derechos fundamentales.

En los países donde Ayuda en Acción está presente, se orienta a facilitar y apoyar procesos que ya estén en marcha o que surjan desde la sociedad civil. Su mayor interés en este ámbito es fortalecer las organizaciones y contribuir a la adquisición de poder individual y colectivo para que los sujetos sociales con los que trabajan puedan abordar con mayor eficiencia la labor de incidencia como protagonistas de sus propios intereses.¹⁰⁵

Action Aid Alliance se concibe como una organización internacional que trata de aunar esfuerzos para contribuir a erradicar la pobreza y la exclusión en un mundo globalizado. En este sentido, es necesario valorar sus años de experiencia en países de todas las regiones del mundo donde han podido conocer de cerca la realidad de la pobreza y exclusión, sus causas, y, lo más importante, las demandas y necesidades de los sujetos.¹⁰⁶

Dentro de sus líneas estratégicas 2001-2005 encontramos los siguientes objetivos. La capacitación para trabajar en redes orientadas por un lado, a consolidarse en redes de plataformas que trabajen en otras acciones de incidencia donde se toma en cuenta ejes de

¹⁰⁵ *Loc. Cit.*

¹⁰⁶ *Loc. Cit.*

actuación como el análisis de los actores implicados; la selección de objetivos, estrategia de cabildeo, de los potenciales aliados; la participación en movimientos sociales ya existentes; la formación y la participación en redes y coaliciones, en los ámbitos local, nacional, regional e internacional. Una de las redes de trabajos existentes en Puebla es una de artesanos indígenas, la cual se pretende abordar en la propuesta de esta tesis.

A través de la intervención en incidencia, Action Aid Alliance quiere adoptar un papel de liderazgo en la elaboración de propuestas alternativas que contribuyan a reducir las desigualdades. Avalada por la experiencia y el reconocimiento de sus socios tanto en el norte como en el sur, quiere legitimizar su representatividad como organización para hacer llegar la voz del Sur hasta los espacios de decisión regionales e internacionales. Por otra parte, trata de aunar la acción local, nacional, regional e internacional para incrementar la capacidad de actuación en los procesos globales que están influyendo al desarrollo local y generar un mayor impacto en cuanto a sustentabilidad en el tiempo y al alcance en términos colectivos que se verán afectados positivamente por los cambios producidos.¹⁰⁷

De manera general, las ONGs internacionales, como Ayuda en Acción, pueden incidir en la política directa o indirectamente. De manera directa sería a través de acciones concretas emprendidas por la propia organización cuyo objeto sería influir en un gobierno, un organismo internacional, o una institución privada. A través de la organización en redes y coaliciones con otras ONGs, fortalece a la sociedad civil en los países en lo que se tiene presencia participativa, siendo un proceso por el que las personas, mediante la articulación de sus propias necesidades y deseos, obtienen la confianza y capacidad necesarias para influir en decisiones que afectan su propio futuro.

¹⁰⁷ *Ibíd.*

La idea es construir de abajo hacia arriba, partiendo de las necesidades y demandas de los sujetos sociales para buscar espacios de influencia y contribuir a la definición y aplicación de políticas justas cuyo centro de acción es el ser humano. De esta manera, el espacio de intervención se abre al ámbito regional e internacional, desde el cual buscan captar el apoyo amplio de la sociedad civil y orientar su acción hacia los organismos bilaterales y multilaterales, así como a las instituciones regionales de Europa y América principalmente. Éstas reciben las propuestas, que partirán de demandas y prioridades identificadas en el análisis de realidades concretas.¹⁰⁸

Por otro lado, las empresas privadas, en este caso, las comercializadoras, también logran incursionar en el ámbito internacional y a tener un impacto en el ámbito nacional. En esta tesis se analizó desde una perspectiva internacionalista a la Asociación Mexicana de Arte y Cultura Popular (AMACUP), siendo de particular interés por el gran prestigio y presencia internacional. AMACUP nace como un proyecto emprendedor de empresarios que obtiene el financiamiento del Banco Interamericano para desarrollar proyectos exitosos de comercialización. Es una comercializadora que opera en la Ciudad de México, no gubernamental, no política y que trabaja en conjunto y coordinación con los artesanos designados en distintas áreas de producción y comercialización. También preserva y adapta sus elementos culturales para incurrir en las demandas del mercado, en armonía con el medio ambiente. Los beneficios para los productores y colaboradores son una mejor calidad de vida.¹⁰⁹

¹⁰⁸ Entrevista con Heriberto Gutiérrez. Coordinador proyectos productivos. Ayuda en Acción, México. 8 de Agosto de 2004.

¹⁰⁹ Folleto: Amacup Culture environment develop. México 2004.

En AMACUP se ha creado el concepto de “Desarrollo Integral del Artesano”, canalizando el trabajo con tres procesos independientes y variables interactuantes: cultura, medio ambiente y desarrollo económico.¹¹⁰

Cultura. AMACUP siempre está en búsqueda de las vías para la reafirmación cultural y la preservación de la identidad de las personas que asisten. Entre sus metas está la recuperación y revitalización de los materiales, tecnologías, métodos y diseños tradicionales, basados en la inmensa creatividad natural de los artesanos y la historia que les precede. Como ejemplo se puede citar la inclusión y la reintroducción de colores y pigmentación naturales, como la cochineal índigo, entre otros. Ha incrementado la elaboración de colores orgánicos como el blanco y otros para los cotones.

Medio ambiente. AMACUP pertenece al Programa Nacional de Medio Ambiente e Investigación para el Manejo de Recursos y Materiales Usados en los Procesos de Producción. Este proyecto incluye a la flora y fauna, así como a la investigación botánica y un plan piloto con las comunidades artesanales.

Desarrollo. A través de este trabajo, AMACUP busca proporcionar negocios sustentables para las comunidades pobres, generalmente excluidas de los canales de comerciales. Contribuye en la planeación y desarrollo del mercado y el rol de aplicación, diseñados de acuerdo a las necesidades de las culturas.

División de mercados. De acuerdo al peligro que representan las estrategias económicas actuales, AMACUP ha desarrollado un mercado de división, fundado por pequeños proyectos de préstamos del Banco Interamericano de Desarrollo (IADB) que fomenta el desarrollo para la generación de empleos, así como el incremento de las actividades artesanales.

¹¹⁰ *Loc. Cit.*

AMACUP ha logrado su éxito incentivando a las pequeñas organizaciones para que formen y consoliden sus capacidades, aplicando el diseño y el desarrollo de los productos buscados para los nuevos mercados. También intenta encontrar nuevas formas de financiamiento para los artesanos, diseñando una serie de estrategias de mercado cuyo fin es la promoción de la actividad artesanal, y entrenando o capacitando en relación a los diseños, la administración y la contabilidad.¹¹¹

De la misma forma, está trabajando en coordinación con 17 cooperativas conformadas por artesanos de diferentes estados como Quintana Roo, Yucatán, Oaxaca, Michoacán, Hidalgo, Estado de México, Guerrero, San Luís Potosí, Sonora y Chiapas. Esto incluye a 450 pequeños productores y sus familias, donde más del 60% son mujeres. El 90% pertenece a comunidades étnicas, como los hñahuños, los purépechas, los amuzgos, los mixtecos, los huaves, los mazatecos, los nahoas y mayas.¹¹²

El progreso de esta comercializadora de artesanía internacional se refleja en sus ventas, donde aplican el principio de comercio justo. Cada vez se integran más artesanos a trabajar con ellos gracias al beneficio social que han proporcionado a las comunidades indígenas. Sin embargo, en el último año esta empresa ha tenido diferentes obstáculos para la comercialización de sus productos, debido a la falta de financiamiento.

En una entrevista, la presidenta de la comercializadora mencionó que es importante buscar nuevos apoyos financieros para seguir operando dentro de un mercado nacional e internacional. Subrayó que también es importante la alianza entre empresas privadas, productoras y ONGs para poder enfrentar todos los obstáculos y necesidades que se presentan.

¹¹¹ Entrevista a Marta Turok. Presidenta de AMACUP. 28 de Agosto de 2004.

¹¹² *Ibíd.*

3.3 Opciones de comercialización

Se han pensado diferentes formas de resolver la problemática presentada en este caso de estudio. Sin embargo, se debe tener cuidado para considerar opciones viables, analizando las posibilidades de implementación y sus efectos positivos o negativos a la comunidad según sea el caso. Para ello se considerarán al menos tres situaciones o escenarios, mostrando que no es suficiente con la realización de una sola estimación suponiendo una situación, sino que se necesita considerar otras que se pueden calificar de acuerdo al resultado del análisis como escenario bajo, escenario medio y escenario alto. Se debe entender como escenario bajo un proyecto con baja rentabilidad; medio, con media rentabilidad; y alto, con alta rentabilidad.

El primer escenario se refiere a la inserción del sector privado en los programas del gobierno. Se basa en la participación de los pobladores de la Sierra Negra a través del fomento de sus organizaciones en un contexto de coordinación y concertación con instancias y organismos en los tres niveles de gobierno y con cada sector social. La finalidad es procurar la integralidad de acciones, voluntades y recursos. Se podría involucrar al sector privado en la comercialización¹¹³ de bienes autóctonos de cultura por medio de licitaciones públicas o incentivos fiscales y administrativos.

La propuesta tiene la siguiente lógica. Los países desarrollados argumentan que son las empresas las que compiten entre sí, no los países. Sin embargo, en los países en vías de desarrollo, las empresas enfrentan una serie de obstáculos en su entorno macro institucional, de manera especial la pequeña y mediana empresa (PYME), la cual no puede

¹¹³ Actividad o técnica destinada a facilitar la venta de los productos. Incluye la investigación de mercados, distribución, promoción, administración comercial, etcétera.

superarlos, colapsándose así el crecimiento competitivo y sustentable de las empresas y del país.¹¹⁴

Mientras un buen gobierno reduce los llamados costos de transacción, información y legalización, uno malo emite leyes en exceso, burocratizando la producción. Al aumentar los impuestos eleva los precios. Los altos costos de legalización, permisos, prohibiciones, papeleos, impuestos y trámites, se convierten en un factor que desincentiva y encarece la producción y el intercambio comercial, y por lo tanto, el progreso económico.¹¹⁵

La legislación civil, mercantil, entre otras, son elementos que estimulan o reprimen la actividad empresarial y comercial. Las políticas inflacionarias, los impuestos, los reglamentos y todo el andamiaje jurídico y el sistema político son factores que en determinado momento ayudan, perjudican, inhiben, empujan u obstaculizan la actividad comercial.¹¹⁶

No es difícil pensar que en cuanto existe una mayor actividad empresarial el nivel de una economía crece: se eleva la inversión, la capitalización, la producción, y por lo tanto el empleo. En una palabra, se da un crecimiento económico. En ausencia de la inversión sucede todo lo contrario. El desarrollo económico existe en la medida en que se genera un ambiente que estimule la actividad empresarial. La economía mundial y los negocios se caracterizan por la globalización de los mercados. La era de la información, del conocimiento y del cambio continuo, rápido e incierto ha llegado.¹¹⁷

La inserción del sector privado en programas de gobierno se da por medio de una convocatoria a las empresas. En un proceso de licitación pública se expone la problemática

¹¹⁴ BID, Competitividad: el motor del crecimiento, México, 2001. p. 23.

¹¹⁵ Para profundizar sobre el papel de las instituciones, véase Douglas North, Instituciones, cambio institucional y desempeño económico, Fondo de Cultura Económica, México, 1993.

¹¹⁶ *Ibíd.*

¹¹⁷ Villarreal Rene y Rocio de Villarreal. México Competitivo 2020. México, Océano, 2002. p.26.

y se invocan soluciones. Las empresas obtienen diferentes tipos de apoyo, como incentivos fiscales y administrativos para que impulsen un proyecto de vías de comercialización, contemplando los beneficios que traería en el sector público o de gobierno, el privado, y la comunidad, entre ellos los productores. A continuación se mencionan los beneficios que tendrían los tres sectores.

Gobierno

- Impacto internacional. Debido a una exitosa comercialización de los productos fabricados en la región, existiría una proyección de ésta y una difusión cultural mexicana. Además, se obtendrían beneficios económicos como el aumento del ingreso *per cápita* y del gasto público.
- Se insertaría de manera competitiva y sostenible en la globalización con una cohesión social interna, generando un modelo competitivo y sustentable con empleo productivo y equidad distributiva.
- Impacto nacional. Al implementar un proyecto exitoso que eleva la calidad de vida de sus poblaciones, se lograría el objetivo de lucha contra la pobreza, distinguiéndose dentro de las economías locales que también quieren detonar el desarrollo económico del estado en algunos estados. En el caso de que este proyecto funcionara en esta región, se podría implementar en otras que se encuentren en las mismas circunstancias. Se daría la oportunidad de brindar incentivos fiscales para el establecimiento de nuevas empresas, obteniendo posteriormente ingresos fiscales por sus operaciones. La generación de empleos es otro factor, quizá el más importante.
- Crecimiento pleno y competitivo con empleo productivo y equidad distributiva.
- En el sector económico existiría la proyección de inclusión al sector privado nacional, sin olvidar que es la cabeza de la economía.

- Se pasaría a una economía abierta, siendo competitivo respecto a los demás países.

Sector privado. Se le proporcionaría bienes susceptibles de especulación comercial. También obtendría incentivos fiscales y administrativos. Con todo esto desarrollarían una ventaja competitiva sustentable, que les permitiría competir en los mercados internacionales y locales, proyectándose como una empresa que brinda servicio social y asistencia pública.

Productores y comunidad. A grandes rasgos, tendrían una mejor distribución de ingresos. Se incluiría a las mujeres en actividades económicas y se tendría una mejor calidad de vida. Con esto se lograría la inserción de estas comunidades a la sociedad y a una economía nacional.

Esto podría funcionar con la teoría de un sistema económico humanista, donde el hombre es el sujeto, objeto y fin del desarrollo; donde se reconozca al mercado institucional y la mano invisible como el mejor método para la asignación eficiente de los recursos de la economía.¹¹⁸ La responsabilidad de crear más empresas competitivas en relación con el exterior no es sólo de los empresarios sino también del estado. De nada serviría crear empresas excelentes si el gobierno no genera un entorno de participación competitiva con el mundo.

En México existen empresas de alta competitividad, pero el gobierno no ha permitido que exploten su potencial debido a la política monetaria restrictiva. Los créditos se han restringido y las inversiones han disminuido a consecuencia de las elevadas tasas de interés y la sobrevaluación del peso, restándole al país competitividad en el extranjero y creando un ambiente desfavorable para las empresas.

¹¹⁸ *Ibíd*, p. 51.

El segundo escenario se refiere a las comercializadoras de artesanías. Es necesario mencionar que en el país existen un gran número de comercializadoras de artesanías que no son difíciles de localizar. Es cuestión de escribir en un buscador de internet “Comercializadora de artesanías” e inmediatamente se desplegará una gran cantidad de páginas con un número mínimo de 20 nombres en cada una. Este sencillo ejemplo muestra que existe ya un mercado competitivo.¹¹⁹ Este apartado simplemente se enfocará de forma muy escueta a explicar el *modus operandi* de este tipo de empresas, para evaluar la viabilidad de esta opción como solución al caso.

Una empresa comercializadora toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación debido a varias causas, entre las que destacan¹²⁰:

- Contracción del mercado interno.
- El empresario se percata de la importancia de los mercados externos.
- El empresario considera que puede tomar importantes riesgos comerciales a través de la exportación.

Una vez tomada la decisión, se sigue los lineamientos de un plan de negocios para la exportación, donde el análisis de mercado es un elemento sumamente importante. En él radica la detección de oportunidades de negocio; la correcta identificación de mercados nacional e internacionales; el diseño o adaptación del o los productos a exportar o importar, así como la generación del pronóstico de la demanda y por lo tanto de las ventas, que son en concreto los ingresos esperados de toda empresa¹²¹.

¹¹⁹ Libre afluencia de oferentes de bienes y servicios en un determinado número de mercado. Autor desconocido. Plan de negocios para la exportación. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. México, Bancomext 2003. p 195.

¹²⁰ Autor desconocido. Strategic Management of Technology and Innovation. McGraw Hill Irwin. New York, 2002.

¹²¹ Plan de negocios para la exportación. *Op. Cit.* pp.10-20

La finalidad de llevar a cabo un plan de negocios es contar con la seguridad de un análisis de mercado para juzgar sus características y potencial, así como para examinar posibles proyecciones financieras para la evaluación de la viabilidad del proyecto. Es importante también tomar en cuenta los estudios de los factores internos y externos de la empresa en el ámbito de la exportación, haciendo una distribución simbólica del producto con sus características, canales de distribución y costos de incidencia, así como los de los insumos en cuanto a la obtención de materias primas y tecnología.¹²²

Al introducirse al mercado, el producto se enfrenta a una competencia que desarrolla sus propias actividades para no perder terreno. Esto conduce a enfrentamientos con fluctuaciones de precios a través de ofertas, acuerdos con distribuidores y trabajo de promoción a través de los medios de comunicación. Sin embargo, nada de esto llega a ser tan negativo como la guerra de precios, la cual puede resultar destructiva tanto para el productor como para el empresario.¹²³

Un punto crítico es la valoración del entorno socioeconómico donde se ubica el negocio, empresa o proyecto. Es indudable que los vaivenes de la economía tienen un efecto, por lo que los empresarios deben evaluar los que se han presentado y se podrían presentar y de qué manera los han enfrentado y se podrán enfrentar. A *grosso modo* se ha explicado el modo de operación de las empresas cuya función es comercializar todo tipo de productos atractivos al mercado y con los cuales puedan obtener un buen beneficio económico.

Finalmente, el tercer escenario habla de las organizaciones no gubernamentales. En la actualidad, los procesos locales y globales luchan por tener su protagonismo, creando

¹²² *Ibid.*

¹²³ Autor desconocido, Competitividad Internacional: Su aplicación a la Pequeña y Mediana Empresa. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. México, Bancomext, 2001.

marcos, acuerdos e instituciones. Al mismo tiempo va creciendo la descentralización de organizaciones que, si bien puede favorecer indudablemente a un mayor desarrollo, también dificulta la identificación de las responsabilidades en las decisiones políticas, lo que hace mucho más difícil el control social.

El prestigio y legitimidad de las ONGs ha consistido en poner en práctica un enfoque de desarrollo más centrado en el ser humano frente a las políticas gubernamentales orientadas en su mayoría hacia un desarrollo económico. La pobreza origina la desigualdad. Las ONGs han ido evolucionando, no sólo en su concepción de desarrollo y en el papel que juegan en la sociedad, sino en la utilización de las estrategias que llevan a cabo para alcanzar sus fines.¹²⁴

En la forma en que se han desarrollado las relaciones políticas, económicas y sociales, las ONG han tomado conciencia de la necesidad de realizar un trabajo que se dirija al cambio de las estructuras que generan situaciones de pobreza y desigualdad.¹²⁵ En este sentido, han pasado de buscar un impacto a corto plazo y a pequeña escala, a tratar de rentabilizar recursos mediante acciones dirigidas a alcanzar cambios más profundos a largo plazo con incidencia sobre grupos de población más amplios y que contribuyan a transformar las relaciones entre regiones del mundo y entre grupos de poblaciones concretos.¹²⁶

Por otro lado, aunque la globalización ha tenido efectos negativos sobre las poblaciones más desfavorecidas, al mismo tiempo está permitiendo establecer vínculos entre organizaciones y grupos sociales que, con intereses comunes, se encuentran en

¹²⁴ Entrevista al licenciado Heriberto Martínez, coordinador de Proyectos de Ayuda en Acción. 9 de Agosto de 2004.

¹²⁵ *Ibíd.*

¹²⁶ *Ibíd.*

diferentes países. El intercambio de experiencias y la comunicación fluida favorece la realización de acciones coordinadas a nivel mundial que muestran una sociedad civil en auge y que quiere tener una mayor presencia e influencia en las decisiones políticas y económicas que afectan sus vidas cotidianas.¹²⁷

Diversos eventos políticos, económicos y sociales han llevado a las ONGs a organizarse en redes cada vez más amplias para rentabilizar sus recursos e incrementar su poder de negociación e influencia. Está ocurriendo un proceso de internacionalización de las organizaciones más grandes, las cuales dirigen su actuación hacia objetivos globales y estructurales. En este entorno, es difícil abordar un horizonte a largo plazo al margen de los procesos de internacionalización y coordinación en redes locales, nacionales e internacionales.¹²⁸

El control social exige a las organizaciones un profundo conocimiento de la realidad y de la evolución de los procesos económicos, políticos y sociales, así como un desarrollo de las estrategias de influencia y negociación. Actuar de manera individual sería casi imposible porque se requiere gran dedicación, esfuerzo y recursos. Por este motivo, se está produciendo una progresiva y rápida especialización de las organizaciones, provocando procesos de reflexión a su interior que buscan identificar y adaptar su modo de crear una nueva realidad social. Las organizaciones de carácter local en los países del sur están incrementando su protagonismo en los procesos de desarrollo a nivel nacional, convirtiéndose en los referentes directos para los organismos internacionales. Al mismo tiempo, las organizaciones internacionales del norte están asumiendo cada vez más

¹²⁷ Autor desconocido, “vínculos solidarios” en: <http://www.ayudaenaccion.org/index.asp?MP=6&MS=4> 20 Julio 2004.

¹²⁸ Lane, Joy Lee Peebles. Las Organizaciones no gubernamentales en México y sus esfuerzos para realizar cambios sociopolíticos, Tesis de Maestría, UNAM, FCPyS, 1993, p. 36

funciones dirigidas a la sensibilización de la sociedad civil en los países ricos. De la misma forma, buscan seguir y controlar el cumplimiento de los acuerdos internacionales en materia de derechos humanos y desarrollo.¹²⁹

El control de las ONGs se realiza a través de los cauces y espacios que se han ido incrementando en los últimos años y que les han permitido influir en las decisiones de los gobiernos nacionales y de la escena internacional. En la década de los noventa hemos asistido al desarrollo de conferencias y acuerdos internacionales en los que la sociedad civil, a través de las ONGs, ha contribuido a un mayor reconocimiento de los derechos humanos y a que los gobiernos asuman compromisos concretos¹³⁰. Las ONGs tienen otro reto: mantener vigentes estos espacios y mejorar la participación e interlocución entre los representantes políticos y una sociedad civil mucho más consciente de su potencial de transformación a través del ejercicio de solidaridad.

Estas muestras claras de una conciencia solidaria y el desarrollo de valores de convivencia y apoyo mutuo entre los pueblos contribuyen al verdadero progreso humano. Esta opción se toma como la que más capacidad tiene para dar respuesta inmediata a la problemática de la comunidad de Coaxuxpa y de muchas otras que están en la misma situación, insertándolas en un proyecto de desarrollo y solidaridad.

3.4 Comercio Justo Internacional e IFAT.

El comercio justo es una sociedad de comercio basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sustentable al ofrecer mejores condiciones comerciales a los

¹²⁹ Informe de la evolución de las ONG en todo el mundo. Estrategia de Incidencia de Ayuda en Acción, México, 2002-2005.

¹³⁰ *Ibid.*

productores y trabajadores marginales. Las organizaciones de comercio justo (con el apoyo de consumidores) están activamente comprometidas en apoyar al productor, en crear conciencia y hacer campañas orientadas a que cambien las reglas y la práctica del comercio convencional. IFAT, 2002.

El comercio justo consiste en una relación directa entre el consumidor y el pequeño productor que hace justicia a ambos. De esta manera, el productor obtiene un mayor ingreso por sus productos y con ello mejora su nivel de vida, mientras los consumidores obtienen un producto natural y de alta calidad a un precio accesible, cuidando su salud y economía.¹³¹ Muchas definiciones y términos definen en la actualidad al comercio justo. Sin embargo, todas tienen en común que tratan de comunicar la igualdad de oportunidades, el desarrollo económico y el cuidado por el medio ambiente.

Organizaciones como Fair Trade Labelling Organizations International (FLO), International Federation of Alternative Trade (IFAT), entre otros, y sus redes internacionales, desarrollan, apoyan e impulsan los diferentes esquemas de este tipo de actividad comercial. Hay empresas inscritas, integradas enteramente por pequeños productores, o en asociación con organismos civiles y/o empresas privadas que desarrollan productos, marcas, sistemas de distribución y puntos de venta para ampliar el alcance de los productos de sus socios en los diferentes mercados.

Bajo estos esquemas, el comercio justo ha conquistado partes importantes del mercado. En algunos países, estos productos, en particular el café y el plátano, tienen una participación de entre el 5% y el 20% del mercado nacional.

¹³¹Autor desconocido. El desafío del comercio justo, 2001-2003. Anuario EFTA. Bélgica. European Fair Trade Association, 2001. p.25-26.

La Federación Internacional para el Comercio Alternativo (IFAT, por sus siglas en inglés), es la red internacional de organizaciones de comercio justo. Actualmente está conformada por 111 grupos de productores, comercializadoras de exportación y marcas procedentes de 35 países de América Latina, África y Asia. Existen 15 organizaciones de comercio justo en Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda y Japón. En Europa, 3,000 tiendas de comercio justo, procedentes de 11 países europeos, incluyendo la Asociación Europea para el Comercio Justo (EFTA, por sus siglas en inglés),¹³² son miembros.

En América Latina, IFAT está presente en Argentina, Bolivia, Chile, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Paraguay, Uruguay y México. En nuestro país encontramos a la organización de artesanas Xochipilli A.C., en Chiapas, y Artesanas Campesinas S.C. de R.L. (ARTCAMP), en Taxco, Guerrero.¹³³

El libre comercio ha demostrado que beneficia principalmente a las grandes empresas transnacionales y que actúa directamente en detrimento de los pobres. Por esta razón, los países en vías de desarrollo deben proteger sus economías mediante políticas fijas que los lleven a un desarrollo sostenido y sustentable. Es necesario analizar y evaluar el impacto que los acuerdos comerciales tendrán en las economías domésticas antes de llevarlos a la práctica. Las PYMEs son las grandes ausentes en las negociaciones económicas internacionales, a pesar de que sus contribuciones podrían ser invaluable para el comercio justo, el cual ha demostrado ser una alternativa viable en la reducción de la pobreza.¹³⁴

¹³² Autor desconocido. "The Global Association of Fair Trade Organizations". En: <http://ifat.org>. 20 de Agosto de 2004.

¹³³ *Ibid.*

¹³⁴ Autor desconocido. Comercio justo. En: <http://www.ciap.org/comalt.htm>. 31 de Agosto de 2004.

La ausencia de las PYMEs en las reuniones de la Organización Mundial de Comercio (OMC) contribuye al impacto negativo de los acuerdos comerciales en las economías domésticas subdesarrolladas. La visión simplista de dicha organización afecta las estrategias de los países en vías de desarrollo que están buscando un mercado sostenible y sustentable. Es necesario para la OMC reconocer que actualmente los gobiernos de estos países no poseen la capacidad de negociación necesaria para dar cabida a las peticiones de las PYMEs locales. Por esta razón, las conclusiones de este organismo no deben ser expandidas hasta que estos problemas sean solucionados.

El comercio justo se establece para responder a la desigualdad comercial que existe en un mundo globalizado que excluye las necesidades de los productores pobres ubicados al final de la cadena de proveedores. Por si fuera poco, cuentan con el factor en contra de no estar representados en las negociaciones comerciales y no tener poder de negociación. El comercio justo existe principalmente en los países en vías de desarrollo con productores de bienes agrícolas, manufacturados y artesanales, cuyas circunstancias los marginan del comercio tradicional. El recibir un pago justo por sus productos les permite un esquema de ahorro colectivo que posteriormente puede ser invertido en proyectos comunitarios que eventualmente mejoren el nivel de vida de su comunidad.

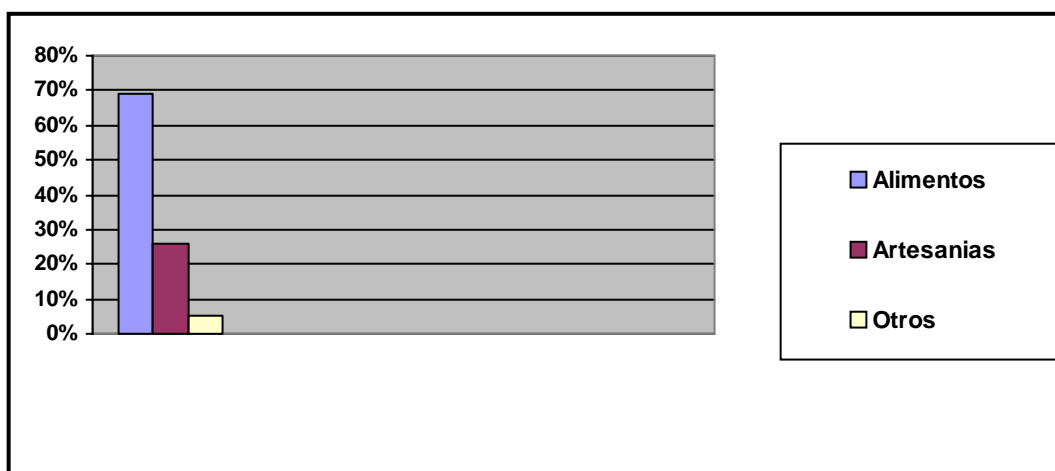
Las cifras demuestran que el comercio justo se encuentra en franco crecimiento. En la actualidad existen más de 80,000 productores a pequeña escala, operando aproximadamente en 3,000 organizaciones base produciendo bienes con etiquetas de comercio justo. Sus productos ahora se encuentran disponibles en 43,000 supermercados y en otros 70,000 puntos de venta en Norteamérica, Europa, Japón, Australia, Nueva Zelanda y, de manera creciente, en otras partes del hemisferio sur que se suman a las tiendas de comercio justo ya existentes. El volumen de ventas de los productos se ha incrementado de

15 a 20% por año en los últimos 5 años. Las ganancias por ventas en el 2002 fueron de 26 millones de dólares. En el mismo año las ventas se estimaban en 50 millones de ingresos adicionales para los productores y trabajadores (Véase Anexo 3).

El movimiento de comercio justo siempre ha estado vinculado, principalmente, con la comercialización de productos agrícolas, siendo el café el de mayor peso en las negociaciones comerciales. Sin embargo, ante el crecimiento de esta oleada en los últimos años, otros importantes productos se han unido bajo estas cuatro categorías:¹³⁵

1. Alimentos y bebidas. Café, chocolate, té, azúcar, arroz, mermeladas, galletas, ron, miel, entre otros.
2. Textiles. Prendas de vestir, tapices, pañuelos, ropa, entre otros.
3. Artesanías. Bisutería, marroquinería, artículos para el hogar, útiles de cocina, cestas, juguetes, balones de fútbol, textiles, bolsos, objetos decorativos, velas, entre otros.

Tabla 7: Porcentajes de los productos del comercio justo



Fuente: EFTA, anuario 2001.¹³⁶

¹³⁵ Report on Fair Trade trends in USA/Canadá. Anuario EFTA, 2002.

¹³⁶ *Ibid.*

3.5 Propuesta para una comercialización internacional de productos de la Sierra Negra

Con todo lo expuesto en esta tesis se comprueba que sí es posible comercializar los productos artesanales al exterior por medio de alianzas estratégicas entre artesanos, empresarios, el gobierno y sus programas de desarrollo, y las ONGs a través del comercio justo.

Las alianzas son una forma conveniente de ingresar a nuevos mercados, obtener utilidades y beneficios para todos los actores, conseguir capacitación, tecnología y recursos, y lograr la cooperación mutua. Las alianzas son una opción estratégica importante porque la competencia en los mercados las vuelve necesarias. Las compañías necesitan compartir costos, habilidades y el acceso a los mercados. Los actores involucrados en este caso tienen carencias o necesidades que pueden ser satisfechas por otros y también tienen fortalezas que otros necesitan. Sin embargo, la relación aún tiene que diseñarse, tarea de esta tesis.

Para lograr esta alianza, cada uno de los actores deberá cumplir con su misión.

Gobierno. Debe reducir la pobreza extrema; generar igualdad de oportunidades para los grupos más pobres y vulnerables; apoyar el desarrollo de las capacidades de las personas en condición de pobreza; fortalecer el tejido social fomentando la participación y el desarrollo comunitario por medio del empleo, capacidad y productividad. Una de sus tareas es ser una instancia de consulta para la formulación, ejecución y evaluación de los planes, programas y proyectos; evaluar las políticas públicas y la aplicación de los programas y proyectos; realizar investigaciones y estudios para promover el desarrollo integral de los pueblos indígenas; asesorar y apoyar en materia indígena a las instituciones federales, así como a los estados, municipios y a las organizaciones de los sectores social y

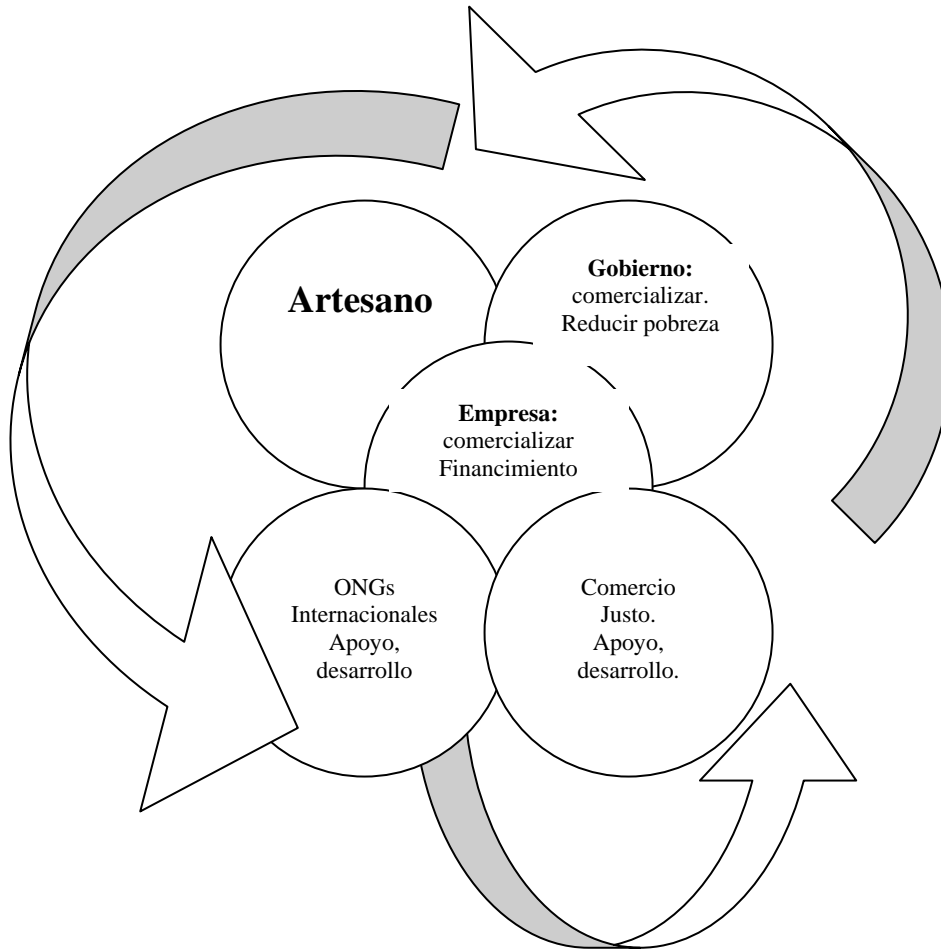
privado que lo soliciten; participar y formar parte de organismos, foros e instrumentos internacionales.

Comercializadora. Le corresponde trabajar de manera conjunta y coordinada con los artesanos designados en distintas áreas de producción y comercialización. Igualmente, debe preservar y adaptar sus elementos culturales para entrar en el mercado, estando en armonía con el medio ambiente. Su prioridad es reportar beneficios para los productores y colaboradores y así proveer una mejor calidad de vida, combatir la pobreza y conservar su estilo de vida, usos y costumbres.

ONGs. Les incumbe mejorar las condiciones de vida de familias y comunidades en los países en desarrollo a través de proyectos de progreso integral y actividades de sensibilización, con el fin de propiciar cambios estructurales que contribuyan a la erradicación de la injusticia y pobreza en el mundo. Tienen un compromiso con la misión de la organización en el trabajo en redes y alianzas; es decir, deben colaborar con otras organizaciones comprometidas con la erradicación de la pobreza y la construcción de un mundo justo.

Comercio justo. Esta forma de realizar intercambios es una sociedad de comercio basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sustentable al ofrecer mejores condiciones comerciales a los productores y trabajadores marginales. Las organizaciones del comercio justo, con el apoyo de consumidores, están activamente comprometidas en apoyar al productor, crear conciencia y hacer campañas orientadas a que cambien las reglas y la práctica del comercio convencional.

Figura 1. Diagrama circulante de la propuesta.



Fuente: Elaboración propia.

Una vez que los programas de gobierno ya están canalizados con líneas de acción en combate a la pobreza, pero no llegan a ser eficientes debido a la reducción de presupuestos y a una planeación limitada. Por otro lado, en el siglo XX los costos de la mayoría de los programas gubernamentales han sido mayores a los beneficios. El reto es que partir de razonamientos lógicos, se busque que los beneficios que un gobierno otorgue a un país sean mayores a los costos de funcionamiento. Además, la función del Estado no es producir, distribuir o decir a qué precio, a dónde o a quiénes se van a vender los bienes producidos,

sino establecer reglas y programas que garanticen el intercambio libre, la libertad de producir e intercambiar.

Por otro lado, existen comercializadoras cuya misión es ayudar al desarrollo de los pueblos indígenas, combatir la pobreza y difundir la cultura artesanal por medio de sus exportaciones e importaciones, como AMACUP. Su único inconveniente es el financiamiento para los proyectos. Sin embargo, la solución a este problema es el apoyo de las ONGs, que son actores internacionales cuya misión debe ser apoyar al fortalecimiento de las políticas públicas, la solidaridad entre estados, municipios y empresas.

Para tener éxito en el combate a la pobreza debe existir una alianza estratégica entre los tres sectores. El público debe tener contratos con empresas privadas que canalicen sus proyectos a estas zonas de exclusión y coordinar sus acciones con las ONGs internacionales, las cuales lo fortalecerían y apoyarían en la lucha contra el problema más fuerte al que se enfrenta este país: pobreza.

Al menos en Puebla este plan tendría éxito, ya que se demostró la deficiencia que existe en el gobierno. Las empresas privadas, como las comercializadoras, pueden hacer ese trabajo y también cubrirían la deficiencia operativa que existe dentro de la Red de artesanos de Ayuda en Acción, que es la de comercialización. Esta comercializadora debe tener la misma misión y principios que las ONGs, el gobierno y el comercio justo. Al establecer un apoyo mutuo entre estos actores se cumpliría con la misión y objetivos de cada uno. La integración de esta alianza y la consolidación de este proyecto dentro un estado podrían servir de ejemplos para otros estados de la República.

Esto es una alternativa de trabajo basada en la idea de que para que las acciones y proyectos funcionen tienen que ser canalizados cada uno a la especialidad que tiene y de

esta forma beneficiar, no sólo a uno, sino a varios sectores de la economía estatal, nacional e internacional.

La propuesta inicia con la creación de una empresa comercializadora de artesanías internacional, la cual interactuaría y se vincularía con distintos actores, creando un proyecto nacional e internacional con base en la creación de redes de artesanos dentro del estado. Retomaría las vías construidas y los programas de gobierno que no han sido rentables y los haría rentables. Crearía vínculos solidarios con otras empresas comercializadoras en otros estados, buscaría el apoyo y sustento de ONGs y estaría en coordinación con empresas y organizaciones de comercio justo.

Esta empresa debe estar dedicada a dos objetivos. El primero es la identificación de las etnias mexicanas que conservan durante generaciones su propio estilo de vida, costumbres y tradiciones, así como a la comercialización de los bienes artesanales que producen. Su finalidad debe ser preservar y difundir el modo de vida, las creencias y las tradiciones de los pueblos mexicanos que aún no se ven extremadamente influenciados por el estilo de vida occidental. El segundo fin es la preservación y difusión de las creencias y ritos de los pueblos mexicanos precolombinos por medio de la creación y producción de objetos artesanales de cultura que conserven la esencia del modelo que le da origen con un toque de estética moderna, funcionalidad y practicidad, siempre preservando los más altos índices de calidad y autenticidad.

Cuando los bienes artesanales de cultura son producidos por los integrantes de las etnias originales, la visión se concreta a través de estudios exhaustivos y constantes realizados por personal altamente capacitado en el ramo, así como de expediciones de alto riesgo con el fin de adquirir dichos bienes. La visión se concreta a través de estudios antropológicos e históricos que garantizan la autenticidad de los productos, así como de la

aprobación de un consejo de diseñadores altamente reconocidos y capacitados para la renovación de los diseños originales.

En cualquier caso, se le da gran importancia a la satisfacción plena del consumidor, estableciendo estrictos estándares de calidad en cuanto a la información presentada. No debe contenerse solamente la descripción técnica del producto (tamaño, material, peso, cuidados, indicaciones y contraindicaciones, etcétera) sino también información concerniente al bagaje cultural e histórico pertinente con la intención de informar plenamente al consumidor final y generar inquietud sobre las costumbres, tradiciones, y el estilo de vida de las etnias mexicanas no occidentalizadas, así como de las culturas precolombinas que florecieron en el que hoy es el estado pluricultural mexicano.

Por otro lado, se le da gran importancia al cuidado y preservación del medio ambiente, estableciendo empaques y embalajes de bajo impacto ecológico, atendiendo así a la preservación del frágil ecosistema del siglo XXI y a las disposiciones internacionales para tal efecto.

Sin ánimo de evadir la realidad sociocultural y económica del país también es necesario garantizar al consumidor final que sus productos están libres de explotación laboral, en general, pero especialmente de la infantil, intentando buscar mecanismos de certificación provenientes de organismos nacionales e internacionales con la suficiente calidad moral para generar la sensación de certeza en el consumidor.

Se podría establecer un plan de retribución que destinara un porcentaje no mayor al 7% de la plusvalía generada por los productos provenientes de determinada etnia, a beneficios culturales, educacionales y alimenticios de la misma. Es importante señalar que este porcentaje, bajo ningún motivo, se entregaría en efectivo a los dirigentes o líderes de la etnia, sino en especie perfectamente inventariada y certificada por notario público. Esta

retribución se haría de manera anual y sólo se mantendría en función del capital, ya que dicha suma se depositaría en el plan de ahorros de la institución bancaria que generase mayores rendimientos, los cuales se aplicarían en beneficio directo de la empresa.

Este mecanismo de ayuda humanitaria de retribución se establece en virtud de que es difícil creer en la honestidad y transparencia de las instituciones gubernamentales mexicanas. Además sería utilizado como medio publicitario; en el ámbito nacional a través de los diversos programas establecidos por diferentes empresas (Televisa, Danone, Nestlé, entre otros, así como los programas de ayuda comunitaria Teletón, Un Kilo de Ayuda, Goles por la Niñez, etcétera), y en el ámbito internacional con los programas apoyados y patrocinados por la UNICEF. Además de ayuda comunitaria, este programa sería un excelente medio de propaganda y publicidad tendiente a establecer la calidad moral de la empresa.

Los estratos económicos a los cuales sería conveniente dirigir la actividad empresarial oscilan entre los 25 y 60 años; de nivel socioeconómico medio y alto; sociocultural, medio-alto y alto, de naciones norteamericanas, europeas y asiáticas que presenten un flujo turístico importante hacia México, estableciendo el interés hacia la cultura del país. Se debería fortalecer la actividad comercial de las comunidades indígenas a través de un comercio justo que conlleve a un desarrollo sustentable y sostenible de las mismas. De esta forma se concluiría exitosamente el proceso de comercialización.

Será necesario buscar el apoyo de ONGs internacionales cuya misión sea mejorar las condiciones de vida de comunidades menos favorecidas en los países en vías de desarrollo a través de proyectos de desarrollo integral y actividades de sensibilización con el fin de hacer cambios estructurales que contribuyan a la erradicación de la injusticia y la pobreza del mundo. El objetivo de éstas debe ser integrar una red y alianzas estratégicas

comprometidas con estos principios. Habrá que insertar a estas comunidades dentro de una red de artesanos en el estado, creando vínculos solidarios entre otras similares a nivel nacional, capacitándolas y especializándolas para la actividad productora de artesanías. Además deberán crearse líneas operativas de comercialización por medio de la obtención de recursos o financiamientos para la implementación de las mismas.

Las ONGs internacionales, dentro de sus líneas operativas, mantienen vínculos de apoyo, interacción e intercambios de bienes y servicios. Gracias a esto se pretende el intercambio cultural a través de productos artesanales, ya que de esta forma se cumpliría con la búsqueda de una difusión cultural o proyección internacional y se contribuiría con la comercialización de estos productos en un mercado internacional.

Se deberá vincular las actividades de capacitación con los foros internacionales de políticas de comercio justo para América, donde se buscaría reunir a grupos de artesanos, ONGs, organizaciones certificadoras, empresas y representantes de organismos gubernamentales y multilaterales para explorar políticas claves y retos del mercado, así como identificar estrategias exitosas para extender el sistema de comercio justo en todo el continente.

Dentro de los objetivos deberán estar la integración de una red artesanal estatal y nacional y la inserción a la red de comercio justo, así como el desarrollo de la actividad comercial dentro del país. Será importante la creación de vínculos solidarios con programas gubernamentales de desarrollo social cuyos lineamientos sean el fortalecimiento de la actividad artesanal, ofreciendo servicios de capacitación y vías alternas de comercialización.

Gracias a los tratados de libre comercio firmados por México se podría ampliar la actividad exportadora en el mercado internacional a por lo menos 4 países y regiones:

Estados Unidos de América, Canadá, Europa y América Latina, logrando un buen posicionamiento.

La empresa comercializadora trabajaría:

- Por la búsqueda de la equidad y la justicia social como forma de combate a la pobreza en los sectores más rezagados del país.
- Impulsando el proceso de desarrollo integral y sostenible entre gobierno, artesanos, ONGs internacionales y empresas privadas. La finalidad sería lograr cambios estructurales y de exitosa repercusión dentro de los sectores con los que se trabaje. Como efecto colateral, se lograría el respeto hacia la cultura mexicana, y la concienciación sobre el compromiso que se tiene con los indígenas artesanos del país.
- Fomentando y conservando los valores culturales mexicanos, así como difundiéndolos a nivel nacional e internacional.

Las compañías han aprendido, a diferencia de los países, que es mejor trabajar en equipo y hacer acuerdos, tratados y alianzas. “Las alianzas no son herramientas para obtener beneficios, sino instrumentos importantes para satisfacer a los consumidores en un ambiente mundial.”¹³⁷

“Las organizaciones del futuro para ser realmente mundiales y no sean simplemente grandes, deben conservar la permeabilidad como uno de sus valores más importantes. Cuando las empresas ingresan a un mercado mundial y cambiante, ya no es posible ni deseable que las organizaciones independientes sean completamente autosuficientes. La colaboración es el valor del futuro y las alianzas son la estructura del futuro”¹³⁸.

¹³⁷ Kenichi, Okmae. La lógica mundial de las alianzas estratégicas. Boston, Harvard Bussines Review. 1990. p. 17.

¹³⁸ *Ibíd.*

México y América Latina encaran la globalización apoyados en un modelo económico basado en políticas de apertura y estabilización macroeconómica; privatización de la economía y liberalización de mercados, que definen a la llamada reforma estructural. La marcha hacia la consolidación de este modelo se mantiene inconclusa, toda vez que ha faltado un enfoque integral para enfrentar las brechas del desarrollo ante los desafíos de la nueva economía. Existe una sola vía para enfrentar la competencia y no cerrar las brechas del desarrollo: crecimiento pleno y competitivo con empleos productivos y equidad distributiva.

Las empresas, quienes finalmente enfrentan la competencia, deben desarrollar una ventaja competitiva sustentable que les permita, ya no solamente competir en los mercados internacionales, sino sobre todo enfrentar una competencia de origen global en su mercado local. Para ello se requiere, además de una competitividad macroeconómica internacional, apoyo institucional político y social. Esto es una competitividad sistémica, ya que implica no solamente a las empresas, sino también a las organizaciones y al gobierno de un país competitivo para el avance en el desarrollo sustentable.

Es necesario un enfoque de competitividad sistémica que va desde la empresa hasta la conjunción de ésta con el gobierno. Esto incluiría aspectos como el financiamiento a proyectos productivos, la coordinación en caso de inestabilidad, las propuestas de solución a problemas de infraestructura y corrupción, etcétera. Es más que evidente que los indígenas artesanos no pueden actuar por sí solos; necesitan apoyo para hacerlo. También es evidente que la función del gobierno no es convertirse en empresario, sino crear las condiciones para que en un ambiente de paz y competencia los ciudadanos sean los que desarrollen actividades empresariales. Por lo tanto, es necesaria una alianza en pro de un desarrollo y beneficio social.

México es conocido internacionalmente como modelo de éxito en la estrategia de apertura y macro estabilización; así lo testifican los acuerdos de libre comercio con más de 31 países. Sin embargo, el país se enfrenta ahora a la paradoja de la competitividad, ya que es uno de los países más abiertos y de los menos competitivos en el mundo: ocupa el lugar 43 entre 59 países de acuerdo al índice de competitividad del crecimiento.¹³⁹ Además, muestra los síntomas de una economía estancada (cero crecimiento en el 2001) con recesión industrial y empleo vulnerable.

La nueva economía se caracteriza por la globalización de los mercados, la era de la información, del conocimiento y del cambio continuo, rápido e incierto. Los países han tenido que abrir sus economías para participar en los mercados internacionales, al tiempo que defienden los mercados locales.

Debe existir la cooperación dentro de la competencia del mercado vía alianzas estratégicas y la búsqueda de los clientes más rentables. A la fecha, el enfoque dominante en los procesos de manufactura y marketing integral e inteligente es la innovación y aprendizaje vía capital intelectual. Esto significa mano de obra productiva y organizaciones inteligentes.

¹³⁹ *Ibid.* p. 40.